

CROQUER BIO ET ÉQUITABLE

CHOCOLAT. La demande pour des tablettes non seulement bio mais aussi issues du commerce équitable augmente en Suisse. Bio et bon ne sont plus incompatibles.

SABINE PIROLT

« Il faut que cela soit bio et fairtrade. » Voilà ce que Philippe Scherer, responsable des ventes chez Chocolat Schönenberger, entend de la bouche des clients qui viennent commander des produits sur mesure pour leur entreprise – soit des hôtels, des restaurants ou de grandes industries – à la maison lucernoise. « La demande a beaucoup augmenté en 2009 et en 2010. La prise de conscience se fait doucement. » Même constat de la part de Christoph Schmassmann, chef du service de management chez Chocolat Frey SA, filiale de Migros. « Le bio et fairtrade augmente, mais cela ne représente encore que 1% du marché. Actuellement, nous proposons cinq sortes de tablettes. D'autres produits vont venir enrichir notre assortiment à Pâques, l'année prochaine. »

Chez Barry Callebaut, leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure, Raphael Wermuth, porte-parole, explique: « Cette année, nous avons pu observer dans nos rapports annuels l'augmentation de la demande des produits certifiés fairtrade. » La maison dont le siège est à Zurich refuse de donner des chiffres, concurrence oblige, mais parle de « produit de niche ». Autre grand du marché suisse, Halba s'est fixé un but pour 2012: l'entier de la production des fèves de cacao de cette entreprise du groupe Coop sera fairtrade.



TABLETTES SUISSES Même si c'est un produit de niche, le chocolat bio et/ou fairtrade séduit de plus en plus de consommateurs.

Chocolat mauve-pomme. Dans les magasins – spécialisés surtout –, cette tendance se traduit par un choix alléchant de tablettes dont le prix tourne autour des 3 francs: chocolat noir, blanc, au lait, aux fruits et aux épices, fourré au café ou à la banane. Les emballages sont joyeux et surprenants. Entreprise familiale, la maison Emmentaler Backwaren s'est ainsi lancée dans la production de 9 sortes de tablettes bio voici deux ans, dont tournesol, mauve-pomme, cannelle-tilleul, cynorhodon-orange-houblon ou encore pain d'épice. « L'idée était de faire un chocolat avec des ingrédients de la région, sauf, bien sûr, la couver-

ture achetée chez un grand producteur. Même les dessins des emballages ont été créés par une illustratrice du canton de Berne. Il nous a fallu plus d'une année pour trouver les recettes, mais cela vaut la peine: nous avons de très bonnes réactions », explique Judith Freudiger, copropriétaire de l'entreprise bernoise. Au contact des clients à long terme, Emma Joray, du magasin Claro à Berne n'en revient pas de l'intérêt grandissant des consommateurs pour ces chocolats labellisés bio et fairtrade – soit garantis sans pesticides et sans travail des enfants. « Notre clientèle a beaucoup changé: des écolos aux bour-

geois, tous les types de personnes viennent chez nous. »

Bio et bon? Reste que pour beaucoup d'amateurs de douceurs, bio ne rime pas encore avec excellence, comme le constate Christoph Good, CEO de Pronatec, importateur de matières premières bio et fairtrade. Basée à Winterthour, l'entreprise possède plusieurs marques de chocolat, dont Amarru, Yogi Tea Chocolate et Yanickfee. « Dans la tête du consommateur, le bio est plus une philosophie qu'une garantie de qualité. C'est dommage car nombre de produits sont meilleurs – nous avons par exemple gagné une médaille d'or au Canada avec notre 55% cacao qui concourait contre des chocolats non bio. »

Selon la Déclaration de Berne, 62% de la production mondiale de cacao vient de la Côte d'Ivoire et du Ghana où 250 000 enfants travailleraient dans les plantations. « Une plaque de chocolat M-Budget payée 55 centimes, cela ne va pas. C'est un faux signal pour le consommateur. Payer si peu pour une matière première qui est précieuse est une fausse politique. » Directeur de Chocosuisse, fédération des fabricants suisses de chocolat, Franz Schmid explique que la profession est bien consciente des enjeux autour des fèves de cacao et de la demande croissante de consommateurs qui veulent connaître la provenance des produits qu'ils mangent. « Nous essayons de travailler sur cette question, mais les choses ne changent pas du jour au lendemain... » ◊

« EN 2012, TOUTES LES FÈVES DE CACAO DE NOS CHOCOLATS SERONT FAIRTRADE. »

Christoph Inauen, responsable du développement durable, Chocolats Halba (Coop)