



Le chocolatier Michel Cluizel a pignon sur rue à Manhattan

La PME revendique le double métier de chocolatier et de « cacaofévier » en raison du soin qu'elle apporte à l'achat et au travail de la fève de cacao.
ELLE VIENT D'OUVRIR UNE BOUTIQUE À NEW YORK.

PAR CLAIRE GARNIER, À ROUEN

Le « cacaofévier-chocolatier » Michel Cluizel a maintenant deux « vitrines » dans le monde. Il vient d'inaugurer à New York, sur la 5^e Avenue - au niveau du Rockefeller Center -, la « réplique, en un peu plus haut de gamme », de sa boutique de la rue Saint-Honoré à Paris. Présente aux États-Unis depuis une vingtaine d'années via sa filiale commerciale Noble Ingredients, la PME normande (25 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont 25 % à l'export ; 270 salariés dont 30 commerciaux) fait le pari audacieux d'initier les Américains aux cépages et aux arômes de ses

chocolats et au savoir-faire de la Chocolaterie - toujours avec un C majuscule - de Damville (Eure). C'est là que sont torrifiées les fèves de cacao dans les règles de l'art : à l'intérieur, à l'extérieur et en fonction de leur provenance.

Créée en 1947, la Chocolaterie fabrique du chocolat très haut de gamme à partir de fèves de cacao qu'elle achète en fin connaisseur. « Nous sommes les seuls à avoir un engagement qualité aussi poussé, qui commence par les matières premières », souligne le directeur général, Marc Cluizel, aux commandes de l'entreprise aux côtés de son père Michel Cluizel, PDG. Pour ses chocolats « d'assemblage », Michel Cluizel marie des fèves de plusieurs pays, aux notes aromatiques différentes, soit la moitié de ses approvisionnements. Pour l'autre moitié, il travaille directement avec cinq plantations de Saint-Domingue, du Venezuela, de Sao Tomé, de Madagascar et de Papouasie. « Nous ne sommes pas propriétaires de ces plantations ; le temps des colonies est fini ! » précise le directeur.

■ « PARTENARIAT MORAL »

Pour décrire le lien qui l'unit au planteur (voir encadré), il préfère parler de « partenariat moral » en rappelant que les chocolats



Michel Cluizel, aux commandes de l'entreprise, et son père, Michel Cluizel, PDG.

PHOTO: J. B.

« L'ÉQUITABLE, ON LE FAIT SANS LE DIRE ! »

Chez Michel Cluizel, on n'est « pas tenté » par le label du commerce équitable. « Nous le faisons sans le dire, explique Marc Cluizel, le directeur général. Pour nos premiers crus de la gamme Plantation, nous achetons notre fève entre 150 % et 200 % plus cher que le cours officiel. » Cette « juste rétribution », confie-t-il, permet au planteur de respecter un cahier des charges contraignant : « Nous voulons lui donner les moyens de l'excellence, ce qui suppose qu'il s'équipe, qu'il forme ses employés, qu'il apporte le plus grand soin aux cultures, à la récolte, à la fermentation, puis au séchage naturel, au soleil... »



Les chocolats Michel Cluizel portent le nom des plantations dont ils sont issus.

portent le nom des plantations dont ils sont issus. S'il se targue « d'utiliser les meilleures matières premières » - fève de cacao, sucre de canne et vanille Bourbon en gousses - Michel Cluizel rappelle aussi qu'il a joué les précurseurs il y a vingt-cinq ans en fabriquant du chocolat à 70 % de cacao. Et martèle que « 100 % de ses chocolats sont sans arômes artificiels ». Pour une ganache à la framboise, il va

par exemple associer la pulpe de framboise à un cacao dont l'arôme naturel sera connoté fruits rouges.

À Paris comme à New York, les dégustations sont destinées à montrer aux gourmets que les chocolats sont la résultante de trois types d'arômes : un « arôme de constitution » (le « terroir » ou le « cépage »), combiné à un « arôme de fermentation » et à un « arôme de torréfaction ». Du chocolat noir

au chocolat au lait, des fourrages aux pralines en passant par les chocolats de couverture pour les restaurateurs, Michel Cluizel s'est fait un nom auprès des spécialistes. Pas encore auprès du grand public. « Nous devons représenter 1 % de la consommation de chocolat en France ! » s'amuse Marc Cluizel. Il n'est pas intéressé pour autant par la grande distribution. « Nous ne pouvons pas aller en GMS avec nos engagements qualité », note Cécile Osta, responsable marketing. Reste le circuit des pâtisseries-chocolatiers, cavistes, brûleries de café, sans oublier les restaurants étoilés. Les chocolats Michel Cluizel seront aussi à la table des chefs d'État, les 8 et 9 mai, à Moscou. ■