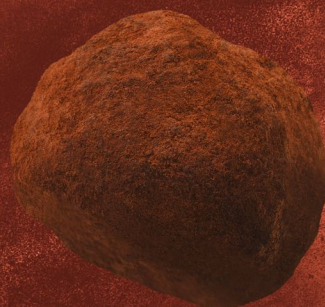


DEPUIS 1948

TRUFFETTES *de* FRANCÈ

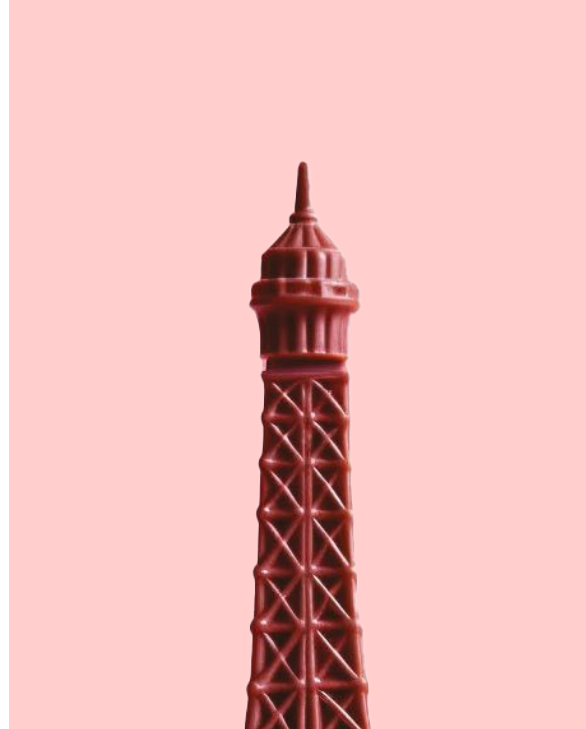


DOSSIER DE PRESSE 2023

Sommaire

1 Chocmod transporte la France loin de son hexagone de confort

- 4 Édito
- 6 Une histoire d'audace



2 Classiques chaloupés, signature de la Chocolaterie Moderne

- 8 Truffettes de France à la conquête... des Français !
- 9 La truffe ultime, la signature d'un MOF accessible à tous
- 12 Les autres recettes truffées d'idées pour régaler les chocophiles
- 14 Guimauve : l'autre pépite de la Chocolaterie Moderne adopte la kawai attitude
- 16 De par le Monde, à chaque mode de vie sa confiserie !





3 75 ans, le bel âge d'une Chocolaterie résolument Moderne

- 17 L'expérience qui permet toutes les expériences
- 18 Sans complexe, Truffettes de France se met au service d'un des meilleurs chocolatiers du monde
- 20 Peu importe la destination gourmande, l'agilité du savoir-faire permet tous les voyages

4 Avec le plaisir et l'engagement pour boussole, la Chocolaterie Moderne est prête à croquer le monde

- 22 Portée par des valeurs durables, une nouvelle équipe dirigeante réunie pour faire durer le plaisir
- 23 Nul n'est Truffettes en son pays ! En France, le pari de créer la surprise, pour séduire encore davantage les gourmands du monde entier
- 26 Depuis le nord de la France, cultiver les valeurs de l'origine



1

Chocmod transporte la France loin de son hexagone de confort

Édito

“

CHOCMOD EST UNE PÉPITE !

Une PME au modèle unique née dans le nord de la France en **1948**, d'où elle rayonne vers le monde entier.

Notre entreprise est détentrice d'un savoir-faire chocolatier et confiseur, transmis avec bonheur par les fondateurs jusqu'à la troisième génération familiale, aujourd'hui toujours présente et dont nous cultivons précieusement l'esprit. Un esprit d'audace qui a conduit, au fil des ans, à faire des paris.

Comme ils ont été parmi les premiers à fabriquer des bonbons gélifiés en France, les fondateurs ont aussi été des pionniers de l'export dans les années 80, faisant découvrir au monde entier, leur petite glacière sous le bras, **l'art du chocolat à la française**.

Et installant **au Canada en 2011** une usine destinée à rapprocher la fabrication de leurs marchés américains en plein essor.

Chocmod s'est imposée comme le leader mondial de la truffe au chocolat, principal acteur français reconnu partout dans le monde pour ses délicieuses bouchées au chocolat. Et tout autant reconnu pour ses guimauves au moelleux inégalé.

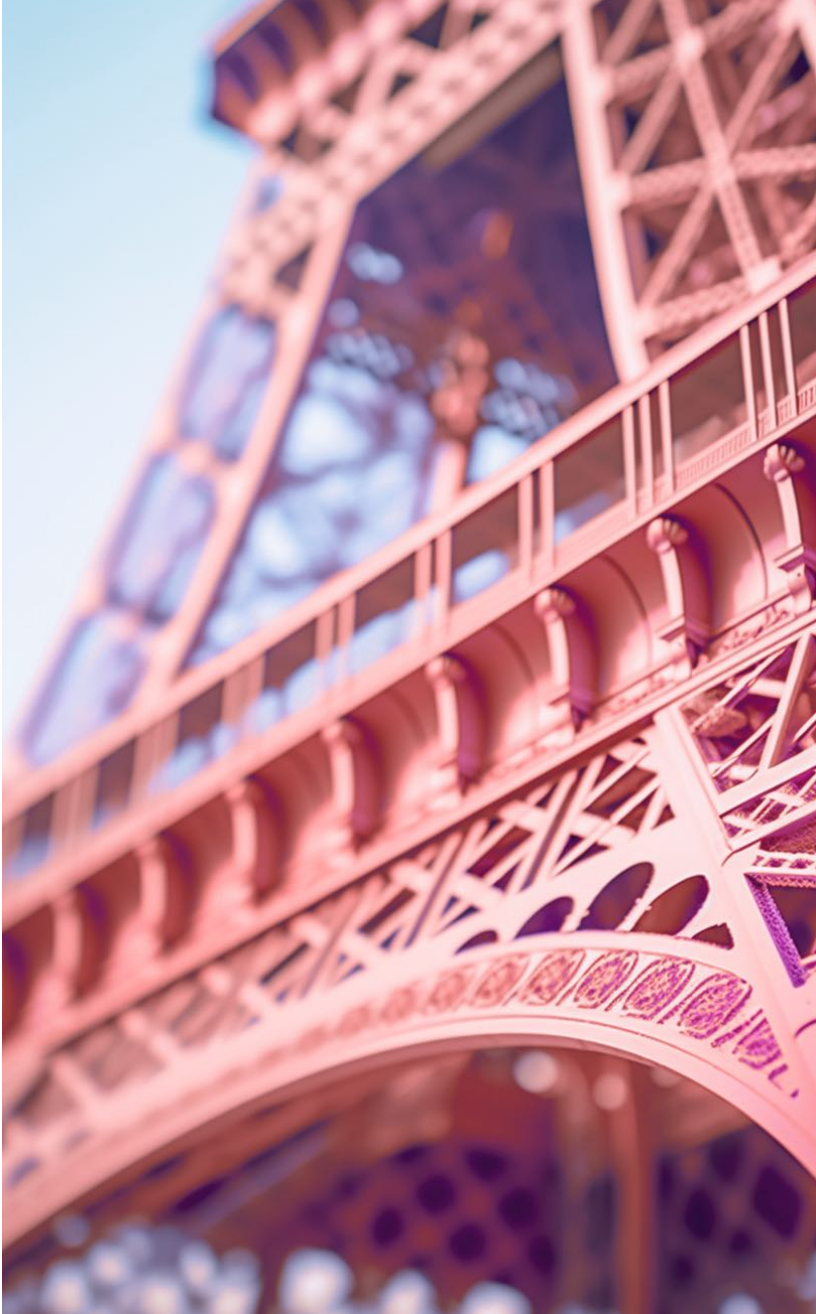
En **2023**, Chocmod écrit un nouveau chapitre de son histoire, avec de nouveaux actionnaires associés à la famille fondatrice. **Céréa Partners** investit dans l'entreprise, aux côtés des dirigeants, d'**Unigrains** et d'**Indigo**, avec l'ambition forte de réussir à doubler le chiffre d'affaires à l'horizon de 5 ans. Une ambition qui s'appuie sur une stratégie guidée par des valeurs durables et le souhait de rendre la haute qualité de nos créations chocolatées accessible à tous.



Emmanuel Bois - PDG de Chocmod

Nous voulons, ensemble, faire grandir notre PME en enrichissant son savoir-faire et en plaçant la responsabilité au cœur de la stratégie. Pour y arriver, Chocmod fait un nouveau pari : celui de conquérir le cœur des Français avec la marque qui fait son succès partout ailleurs dans le monde, Truffettes de France. Avec le concours d'un des **meilleurs chocolatiers du monde**, nous souhaitons apporter à nos compatriotes une proposition à la hauteur de leur exigence : premium, gourmande et créative. Une proposition à partager avec nos marchés du monde entier qui sont eux-mêmes une source d'inspiration sans limite, et un axe majeur de notre développement.

”



Après avoir conquis l'**Amérique du Nord** et l'**Asie**, Truffettes de France sublime la truffe chocolatée, grâce à un savoir-faire jalousement préservé au sein de son atelier de **Roncq**.

En 2023, avec le concours de **Pascal Brunstein**, virtuose tout aussi discret de l'univers chocolaté français, elle vient bousculer ses techniques pour créer LA **truffe ultime**, une bouchée unique qui résume la trajectoire sans égal de cette chocolaterie et confiserie qui n'a jamais cessé d'être moderne.

En témoignent ses nombreuses créations qui revisitent sans cesse un savoir-faire français d'excellence pour l'adapter aux palais et aux tendances du monde entier : truffes fantaisies au cognac, enrobées de noix de pécan, végétales, bio...

Last but not least, Truffettes de France est également passée **maître** en matière de guimauves. Monstrueusement onctueuses, certaines désormais renferment, derrière leur fine coque cacaotée, un cœur fruité, touche d'acidité pour gourmets en quête de sensation contrastées.

Audacieuse, La Chocolaterie Moderne l'est également quand il s'agit d'entreprendre. En 2011, l'entreprise nordiste fait le pari d'implanter un atelier au **Québec**, au plus près d'un nouveau monde à conquérir. Pari réussi, l'entreprise réalise 80 % de son chiffre d'affaires à l'export et teinte son savoir-faire français de nouvelles nuances.

Une histoire d'audace

1948

Les frères Destombes créent la Chocolaterie et Confiserie Moderne. Elle prendra bientôt le nom de **Chocmod**.

80's

Chocmod ose se lancer à la conquête du monde, d'abord en **Amérique du Nord** puis en **Asie**. L'export devient son principal levier de croissance.

2023

Tel un fils prodigue, Truffettes de France revient dans l'Hexagone. Pour entrer par la grande porte au pays de la gastronomie, Chocmod bouscule ses techniques afin de créer la truffe ultime, co-signée avec le **MOF Pascal Brunstein**.

DEPUIS 1948
TRUFFETTES
de
FRANCE

- Une marque propre.
- Aujourd'hui, deux produits phares : la truffe et la guimauve.

Le savoir-faire **préservé depuis 75 ans** ne cesse de se teinter de nouvelles nuances, imaginée par une chocolaterie qui n'a jamais cessé d'être moderne.

Pionniers en France, ils se lancent dans la fabrication de bonbons gélifiés.



3,6M

de truffes par jour

85%

du chiffre d'affaires
à l'international

54

recettes
de truffes

60 salariés à Roncq
& jusqu'à **200**
en saison

25 salariés au Canada
& jusqu'à **100**
en saison

+800M
de truffes par an

1M de guimauves
par jour



2 Classiques chaloupés, signature de la Chocolaterie Moderne

Truffettes de France à la conquête... des Français !

“ *Truffettes de France... jamais entendu parler ? Excusez du peu, nous étions occupés à conquérir le monde.* ”

En effet, Truffettes de France est avant tout une marque qui a su s'imposer à l'international, où elle réalise 80 % de son chiffre d'affaires. Depuis le premier voyage des fondateurs de Chocmod hors de l'hexagone, l'entreprise s'est développée au rythme du monde.

Chocmod a été référencée dès les années 90 par les « clubs » consommateurs les plus prisés aux États-Unis, mais aussi chez les célèbres enseignes Trader Joe's ou Whole Foods Market. Sélectionnée par Costco et Sam's club, elle fait partie des happy fews qui embarqueront dans les valises de ces deux géants à la conquête des marchés asiatiques, océaniques ou arabes. Et au-delà, car Truffettes de France a l'ADN d'un explorateur et n'attend pas qu'on lui ouvre des portes pour franchir les frontières. En Amérique latine ou en Asie, elle rencontre partout le succès auprès des gourmands qui apprécient le savoir-faire français et des globe-trotters qui sont prêts à tout pour goûter à un nouveau « french kiss » au délicieux goût de chocolat.

Mais voilà, faire des conquêtes au bout du monde ne laisse que peu de temps pour prendre soin des siens. Truffettes de France a choisi, et priorise ses marchés internationaux. Mais en 2023, l'esprit d'audace souffle à nouveau, et Chocmod le sait, son plus grand défi est désormais de conquérir, avec Truffettes de France, le cœur des Français. Convaincre des distributeurs exigeants, au pays de la concentration et de la guerre des prix, est un pari téméraire. Tout comme l'est celui de relever le défi de séduire des consommateurs aux palais subtilement exigeants. Il s'agit d'un défi excitant, à l'horizon structurant. Car le succès de Truffettes

de France dans l'hexagone serait une vraie reconnaissance pour les collaborateurs qui œuvrent tous les jours depuis Roncq, dans le Nord, à son succès international. Et une assise encore plus forte pour poursuivre le développement à l'export.

Revenir au pays se prépare, car nul n'est prophète en son pays. C'est pourquoi Truffettes de France a imaginé une création qui constitue une proposition de valeur unique, impliquant d'élever son savoir-faire historique et de bousculer quelques techniques. Gourmands, tenez-vous prêts : Truffettes de France sort de son hexagone de confort.



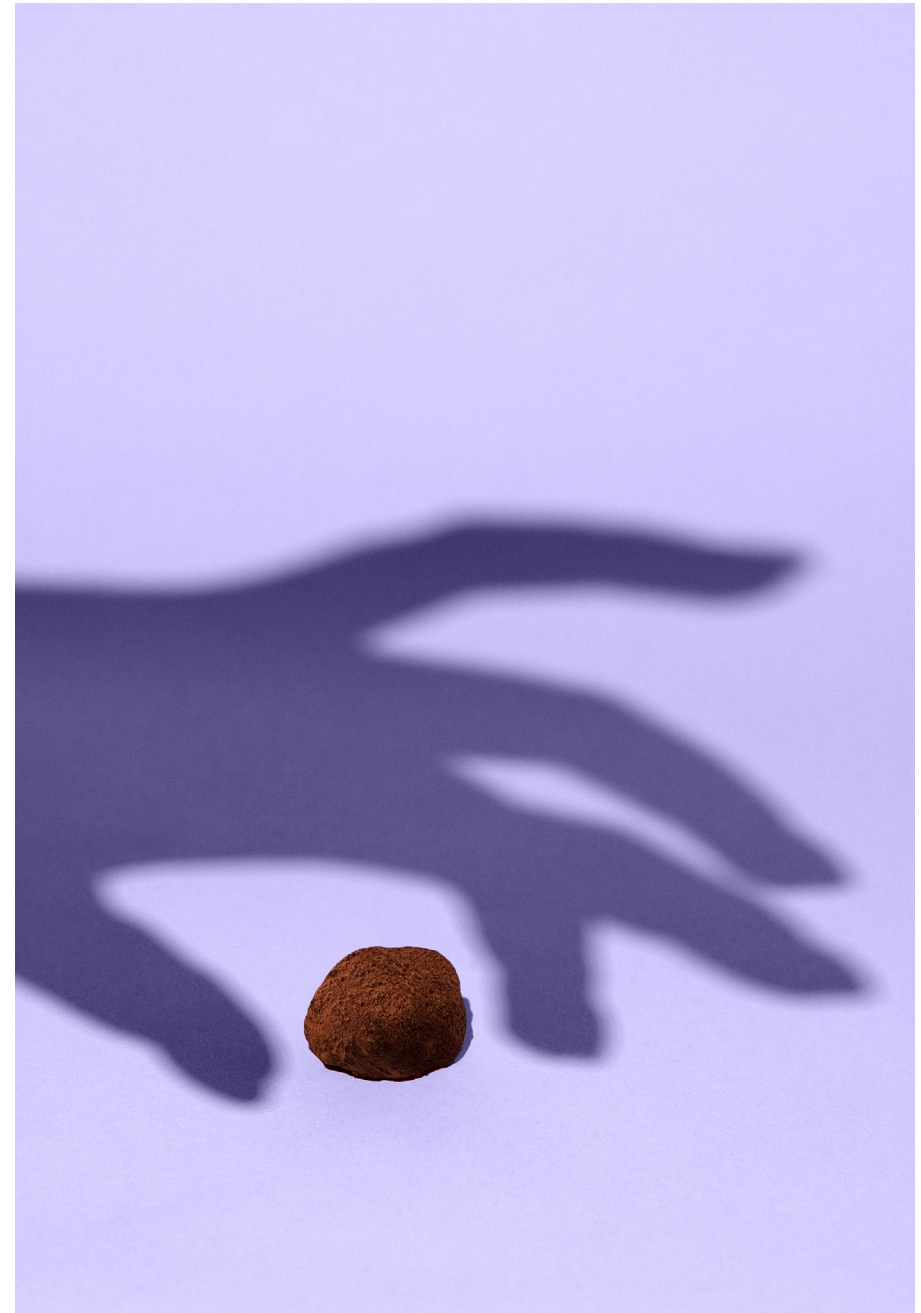
La truffe ultime, la signature d'un MOF accessible à tous

Pour mener cette révolution de palais, Truffettes de France fait appel à un mandarin de l'art du chocolat à la Française. La marque confie à **Pascal Brunstein, meilleur ouvrier de France** et **Champion du monde des chocolatiers**, la création d'une gamme unique, autour du produit iconique de la marque.

Chocolatier **hyper créatif**, reconnu autant pour son inventivité que pour sa maîtrise technique, Pascal Brunstein s'empare de la pâte à truffe à 70 % de cacao, pâte à truffe maison et signature de Chocmod, pour créer trois recettes inédites et proposer une nouvelle expérience de la truffe à la Française. Enrobée d'une fine couche de chocolat délicatement craquante, puis parée de poudre de cacao, chaque truffe est irrégulièrement unique mais toujours délicieusement fondante et soyeuse à cœur.

Pour mettre au point cette gamme, Chocmod, guidé avec patience et passion par Pascal Brunstein, a su bousculer ses techniques. **Huit mois de Recherche et Développement** ont été nécessaires pour sélectionner rigoureusement ses matières premières ; en particulier le cacao origine Équateur qui procure une expérience chocolatée tout en équilibre et délicieusement douce-amère. Huit mois indispensables également pour mettre au point les outils industriels, eux aussi détournés de leur zone de confort, sous l'œil avisé du MOF.

Chocmod et Pascal Brunstein partagent l'ambition de mettre la chocolaterie haute-couture à la portée de tous. Ils créent ainsi des truffes premium, d'une qualité inédite en GMS, accessibles à tous et proposées dans un packaging pensé comme un écrin, dans lequel chaque truffe est emballée individuellement pour préserver toutes les saveurs, au service du plaisir d'offrir.





① Pour les puristes, Pascal Brunstein a imaginé une truffe tout chocolat, à 70 % de cacao. Le choix de l'enrobage origine pure Équateur lui confère un profil aromatique puissant et délicat, et se marie dans un équilibre parfait avec le cacao d'Afrique de l'Ouest utilisé en son cœur.

② En intégrant des noisettes grillées, délicatement broyées avec du sucre, le praliné porte l'exigence au service de l'expérience gustative. Truffée d'éclats de feuillantine, cette recette est l'incarnation de la gourmandise croustillante, abritée par une savoureuse coque de chocolat au lait.

③ Sous la dent, cette truffe d'exception dévoile un cœur caramel fondant basé sur un assemblage de deux caramels élaborés avec maîtrise par Pascal Brunstein... L'un aromatique aux accents torrifiés et l'autre aux notes lactées, légèrement beurrées, au service d'un équilibre entre puissance et douceur. Le tout relevé par de délicats éclats de caramel et une pointe de sel, soulignant l'alliance parfaite du chocolat et du caramel.

Offrant **trois variations gourmandes**, les truffes MOF peuvent séduire tous les palais et sont l'alliée des altruistes en quête de cadeaux chics et gourmands.

Accessibles, elles permettent une (re)découverte de la truffe de haute qualité à la portée de tous : l'élégante boîte à offrir ou à partager est disponible en exclusivité chez Monoprix, au prix recommandé de **9.90€***. On peut également offrir les truffes MOF depuis la **boutique en ligne** de Chocmod (chocmod.com) et faire livrer en toute simplicité cette attention gourmande.



**Prix marketing conseillé, les distributeurs restent libres de fixer leurs prix.*

PASCAL BRUNSTEIN,

un virtuose de l'univers chocolaté français tout aussi discret que Chocmod.

Fils de chocolatier mulhousien, Pascal Brunstein marche très tôt dans les pas d'un père très doué, qui se rêvait orfèvre et qui investit finalement sa créativité et sa rigueur dans l'art du chocolat.

Service militaire accompli, son père envoie Pascal se former à l'école d'un des **pâtisseries traiteurs français** les plus réputés. Pascal Brunstein y découvre une structure méthodique, très organisée. Son talent y est vite repéré : on lui propose d'y enseigner. Il y est alors **le plus jeune professeur**.

Après des années de bonheur où il se découvre un le goût de transmettre, Pascal Brunstein décide d'opérer son retour à la chocolaterie familiale afin de prendre le relai de son père, malade. La méthode est acquise. En neuf ans, il quadruple la production avec le même personnel et un peu d'**automatisation**, une autre de ses passions.

Mais porter l'héritage familial ne se fera pas indéfiniment au sein de la maison Brunstein. L'enseignement appelle de nouveau Pascal Brunstein qui rejoint la prestigieuse **École Nationale de Pâtisserie d'Yssingeaux**.

Ce profil hors norme, aussi créatif que technique, a formé et mentoré les plus grands chocolatiers et pâtisseries français qui sont passés par ses classes. Son mantra: « *il ne faut pas être bon ; il faut être très très bon* ». Aujourd'hui, ses élèves tiennent le haut de l'affiche de la gastronomie à la française

Chocolatier au talent rare, et pourtant peu connu en dehors du sésail des chocolatiers, il se définit comme "**inventeur et artiste**". Passionné par la mécanisation de ses techniques, il crée par la suite plusieurs entreprises dédiées à l'ambition de reproduire à l'infini et avec la plus grande fiabilité des gestes de chocolatiers.

Pascal Brunstein le dit, **il aime les challenges**. Au côté de Chocmod, il en relève plusieurs, conjuguant la créativité et l'exigence au service de la sélection des origines de cacao ou du perfectionnement d'un caramel puissant, avec l'expertise technique qui lui permet d'être aussi à l'aise dans son laboratoire que dans une usine produisant des millions de truffes chaque année.



Pascal Brunstein

Truffes Pascal Brunstein
MEILLEUR OUVRIER DE FRANCE
WORLD CHOCOLATE MASTER



Les autres recettes truffées d'idées pour régaler les chocophiles

Renouveler l'art de la truffe à la Française avec fantaisie

Les truffes Truffettes de France sont des créations uniques, revisitées sans cesse à partir du **savoir-faire historique de la maison**. Truffettes de France propose des recettes de truffe **100 % maison**. Les usines Chocmod fabriquent leur **propre pâte à truffe** : une rareté sur le marché. En effet, la plupart des acteurs achètent la pâte toute faite, et laissent l'étape cruciale du broyage et du mélange intime du cacao brut au sucre et à la matière grasse à leurs fournisseurs.

De cette pâte signature résultent des **truffes uniques, fondantes et savoureuses**. Et qui se prêtent à toutes les fantaisies. Elle se déclinent en truffes Nature, Caramel, Noisette, Fine champagne et éclats au café.

En 2023, ces créations gourmandes se parent de nouvelles couleurs. Elles se glissent dans un étui coloré et gai, qui rend hommage à l'élégance à la Française avec des **motifs art nouveau**. Truffettes de France fait ainsi un clin d'œil aux courbes caractéristiques du célèbre métropolitain parisien qui constitue l'imagerie de la France, notamment à l'export.





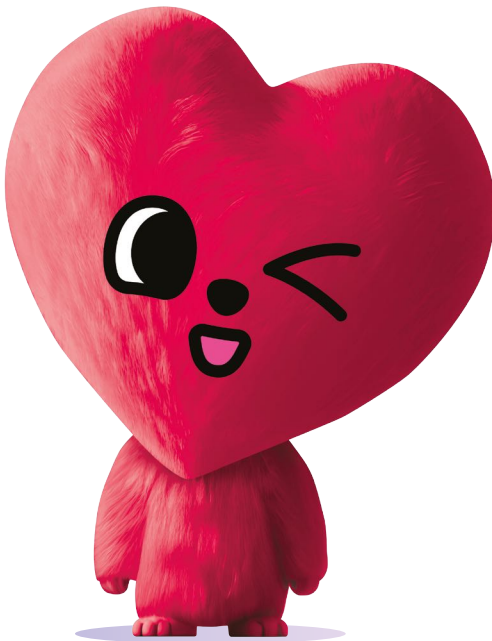
Dégustation : les recommandations de la Chocolaterie Moderne

La truffe se conserve au frais, il faut la sortir du frigo pour la ramener à température ambiante avant dégustation. À **22/23°C**, la truffe offre une texture fondante idéale !



Guimauve : l'autre pépite de la Chocolaterie Moderne adopte la kawai attitude

En France, plus de 7 personnes sur 10 connaissent le petit ourson guimauve, ancré dans l'imaginaire et les habitudes, c'est une des **confiseries préférées des Français** ! La Chocolaterie Moderne revisite en 2023 cette madeleine de Proust, avec gaieté... et une bonne dose de malice. L'ourson kawai ("mignon" en japonais), association du plus mignon des bonbons chocolatés avec cet univers de la culture japonaise, fonctionne comme une évidence.



L'ourson kawai de Chocmod ne vient pas seul. Avec lui, de jolis monstres tout aussi mignons dévoilent un cœur fruité. Une création Chocmod qui, grâce à un nappage saveur framboise, contrebalance la douceur de la guimauve avec des notes acidulées.

Cet univers irrésistiblement mignon, mettant en scène des figurines monstrueusement cute, attire l'œil pour réveiller le rayon guimauve avec une adorable modernité s'inspirant de l'univers kawai.

MONSTRUEUSEMENT GOURMANDES

La guimauve Chocmod est une signature maison. Elle est issue du travail d'une **recette de guimauve unique**, secret du savoir-faire Chocmod, qui lui procure une texture ultra-moelleuse.

Déclinée sous un enrobage délicat au chocolat au lait pour les plus gourmands, ou de chocolat noir pour ceux qui ne peuvent se passer d'une touche d'amertume, elle est sublimée par ce contraste croquant.



Disponibles en exclusivité chez Monoprix au prix de vente conseillé de **3,70€** pour les guimauves ourson et de **3,95€** pour les cœurs framboise, et aussi sur la boutique en ligne de Chocmod (chocmod.com).



Aux côtés des nouvelles créations kawaiï, Truffettes de France propose son iconique bonbonnière, dans un design tout récemment revisité. Pour faciliter la vie des gourmands indécis, elle offre un assortiment d'oursons chocolat noir, blanc et lait. Les bonbonnières sont disponibles sur la boutique en ligne de Chocmod.

chocmod.com

De par le Monde, à chaque mode de vie sa confiserie !

L'un des secrets du succès de la Chocolaterie Moderne réside dans sa capacité à **réinventer son savoir-faire** pour l'adapter aux tendances émergentes ou aux habitudes ancrées sur différents marchés du monde. Avec pour souhait de rendre la vie plus gourmande.



Ces truffes ultra-gourmandes font la part belle aux **éclats de noisette** et de **pécan**, qui viennent sublimer un cœur de truffe fondant au bon goût de chocolat. Ces recettes, conçues pour faire aimer la truffe à ceux qui ne la connaissent pas encore, sous toutes les latitudes, sont en passe de tenir leur promesse. Bientôt commercialisées, elles affichent des performances prometteuses. Ainsi, en France, les Happy Truffles éclats de noisette recueillent **82 % d'intention d'achat**, et les Happy Truffles éclats de pécan, **70 % d'intention d'achat**.



3

75 ans, le bel âge d'une Chocolaterie résolument Moderne

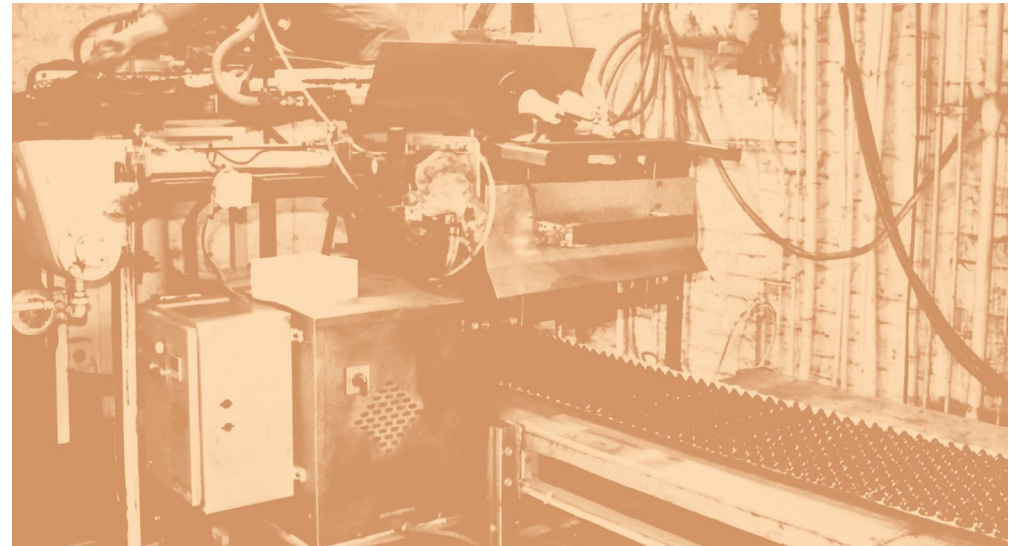
L'expérience qui permet toutes les expériences

En 75 ans, la Chocolaterie Moderne, souvent pionnière, a développé un **savoir-faire qui lui permet aujourd'hui d'exceller**, et de continuer à créer d'inventives gourmandises.

Dès sa création en **1948**, avec la naissance d'une première usine à **Tourcoing**, les frères Destombes impriment leur marque iconoclaste. En osant se lancer dans la fabrication de bonbons gélifiés, ils sont des **pionniers en France**. Ce savoir-faire confiseur initie la maîtrise de la guimauve. Progressivement, s'y adjoint le tour-de-main chocolatier.

Dès le début des années 80, la fabrication de truffes prend même le pas sur la confiserie ! Grâce au **perfectionnement de sa pépité chocolatée**, et au déploiement sur de nombreux marchés, Chocmod, est, une quarantaine d'années plus tard, le **leader mondial de la truffe**.

En **1995**, la fabrication est installée à **Roncq**, à quelques kilomètres de Tourcoing, dans une nouvelle usine suite à l'incendie du site de fabrication historique.



2011 marque un tournant important pour Chocmod qui fait le pari d'installer une usine au **Québec**, à Saint-Jean de Richelieu. Le savoir-faire de la Chocolaterie Moderne est transmis aux équipes canadiennes, ainsi qu'une partie de la fabrication destinée au marché nord-américain. Pari réussi plus de dix ans après pour ce petit morceau de France

qui tourne à plein régime. Les équipes de **Roncq** et de **Saint-Jean de Richelieu** travaillent main dans la main au quotidien. Elles ont un pied de chaque côté de l'Atlantique, à l'image par exemple du directeur de l'usine canadienne. Issu de l'équipe de Roncq, il a travaillé à l'installation de l'usine à Saint-Jean et ne l'a plus jamais quittée.

Sans complexe, Truffettes de France se met au service d'un des meilleurs chocolatiers du monde

Revendiquant ses **75 ans d'existence**, Chocmod ne craint pas de bousculer ses acquis. En particulier lorsqu'au côté de **Pascal Brunstein**, la prise de risque n'a d'autre but que de fabriquer des chocolats d'exception.

Avec Pascal Brunstein, Chocmod est sortie de sa zone de confort en revisitant d'abord ses fondamentaux. Ainsi, la recette MOF, élaborée par le **champion du monde du chocolat**,

prend pour base la pâte à truffe à **70 % de cacao**, fabriquée par Chocmod et véritable signature maison, un **savoir-faire rare** chez les fabricants industriels de truffes. Pascal Brunstein y apporte sa vision d'artisan d'excellence. Pour correspondre davantage au code des usages, il y ajoute des ingrédients traditionnels tels que le lait. La truffe MOF gagne ainsi une saveur différente, celle d'une ganache tendre, onctueuse, généreuse.

Pascal Brunstein a également proposé d'ajouter deux spécificités aux truffes MOF. Des inclusions d'**éclats de noisette**, de **caramel**, et de **biscuit croustillant**, sont intégrées à cœur. Et un enrobage de chocolat leur confère une attaque **délicatement craquante**, en même temps qu'il protège l'onctuosité de la ganache.

L'excellence se traduit aussi par une **sélection affinée** des matières premières.



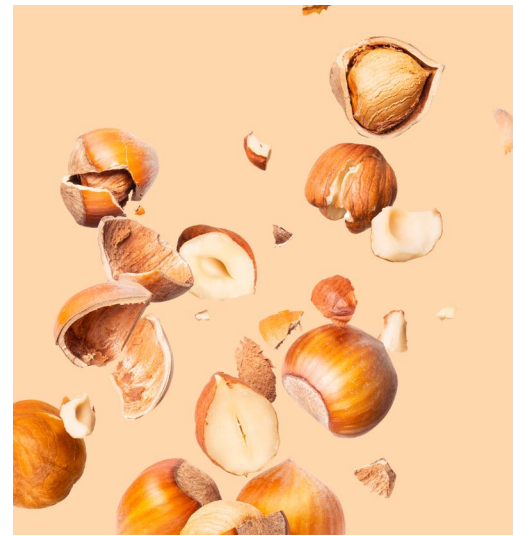
PASCAL BRUNSTEIN est un **artiste** mais aussi un **technicien** enthousiaste. Avec Chocmod, il exprime ses deux passions. Par exemple, l'association de nouveaux ingrédients (lait, lait concentré, caramel) ajoutés à la pâte à truffe traditionnelle sont un défi pour Chocmod qui travaille habituellement une truffe sur base grasse uniquement. Pour garantir les mêmes propriétés, en particulier de conservation, Pascal Brunstein et l'équipe R&D ont travaillé main dans la main pour maintenir une date de durabilité minimale de 12 mois. À l'image de ce challenge, Pascal Brunstein a travaillé avec Chocmod, directement dans l'usine de **Roncq** et sur ses machines, à affiner des techniques de production complexes visant un seul résultat : des truffes alliant double texture et puissance des goûts, à la **saveur unique**.

La création des truffes MOF s'est aisément intégrée dans le **processus d'innovation** de Chocmod, du brief aux nombreux essais pour adapter les prototypes aux contraintes de l'usine. Grâce à la connaissance de la production industrielle de Pascal Brunstein, et au respect de la démarche de création portée par l'équipe recherche et développement, le succès a été au rendez-vous dès le premier essai sur ligne.



Le caramel est un assemblage de deux caramels créés par Pascal Brunstein, l'un aromatique aux accents torrifiés et l'autre aux notes lactées, légèrement beurrées, au service d'un équilibre entre **puissance** et **douceur**.

Un chocolat pure origine Equateur à 70 % cacao constitue l'enrobage des truffes. Son profil aromatique typique, **floral et puissant**, se marie dans un équilibre parfait avec le cacao d'Afrique de l'Ouest utilisé dans le cœur de truffe.



Le praliné, portant l'exigence au-delà du code des usages, mélange **60%** de noisettes grillées, délicatement broyées avec du sucre. L'insertion d'éclats de feuillantine lui confère encore plus de **gourmandise**.

Peu importe la destination gourmande, l'agilité du savoir-faire permet tous les voyages

En effet, l'outil de fabrication de la Chocolaterie Moderne s'adapte avec facilité à la recette des truffes MOF. Il reproduit les gestes d'un chocolatier à grande échelle sur des machines **spécifiquement conçues pour Chocmod**. De la tempéreuse, dont la succession d'étages permet d'imiter les allers-retours du chocolat sur le marbre, à la machine de dressage qui pose délicatement les gouttes de chocolat à la forme souhaitée, chaque truffe est préparée **en répétant les étapes d'un atelier artisanal**. Avant de les conditionner individuellement, pour les préserver, **comme des bijoux**, des chocs et des contacts.



Versatile, l'atelier de Chocmod à Roncq permet chaque année la création d'une cinquantaine de truffes différentes (54 en 2022), fabriquées à partir de trois pâtes à truffe différentes. Destinée aux choco-addicts, la pâte à truffe à 70 % est la recette premium. Mais la plus populaire de toutes est la pâte à truffe fantaisie, qui contient 13 % de cacao, et que Chocmod décline aussi en version bio.

Cette pâte à truffe maison est une originalité. Très peu d'industriels détiennent en effet le savoir-faire qui consiste, pour l'obtenir, à broyer et mélanger intimement masse et beurre de cacao, sucre, et matière grasse savamment sélectionnés, pour obtenir la granulométrie parfaite qui confèrera aux truffes leur cœur soyeux.

Ce savoir-faire de la truffe à la française est transmis avec succès à nos cousins d'Amérique depuis 2011, au sein d'un atelier de fabrication identique à celui de Roncq, pour des truffes à la française made in Québec.



EN FRANCE,

À Roncq, l'atelier guimauve sort également du moule. Sa première étape cruciale, **le foisonnage**, est essentielle à la préparation du sirop de guimauve, qui contient quatre ingrédients seulement : sucre, eau, gélatine et un soupçon d'arôme de vanille. Elle permet d'incorporer l'air qui rendra la guimauve si spectaculairement aérienne.

L'étape suivante est **la cuisson au chaudron**, cuisson traditionnelle qui confère à la guimauve Chocmod tout son caractère. Ensuite, les empreintes des moules, dont

Chocmod détient des dizaines de formes, sont imprimées dans des casiers d'amidon. Ourson ou lapin, cœur ou Saint-Nicolas gravés dans les moules en bois de fabrication maison, prennent vie lorsque le sirop de guimauve est coulé dans leur empreinte. L'amidon absorbe l'humidité du sirop et façonne la guimauve, délicieusement onctueuse à l'issue de cette mue.

S'en suivent **24h d'étuvage** (ou même jusqu'à trois jours pour les meringues, spécialité colorée rose, en forme de sujets de Noël ou de

Pâques, et les mi-enrobés), une étape finale de "cuisson" à très basse température, essentielle au moelleux de la guimauve, et qui participe à créer sa très fine croûte sèche.

Après le démoulage, les guimauves sont **enrobées** de chocolat tempéré, délicatement coulé sur les sujets. Un bon enrobage pour un bon contraste entre croquant et moelleux représente environ 30 % du poids total, voire plus pour les versions les plus gourmandes.



4

Avec le plaisir et l'engagement pour la Chocolaterie Moderne est prête à boussole, croquer le monde

Portée par des valeurs durables, une nouvelle équipe dirigeante réunie pour faire durer le plaisir

En 2023, une équipe dirigeante renouvelée a pris la relève avec l'ambition de donner à Chocmod les moyens de **prosperer encore au moins 75 ans**.

Céréa Partners, **nouvel actionnaire majoritaire**, spécialiste de l'agroalimentaire attaché à pérenniser les savoir-français de ce secteur, et porté par des valeurs durables, est associé à **Ghislain Lesaffre** représentant la troisième génération familiale, et **Antoine Fortin**, toujours impliqués pour faire vivre l'esprit avant-gardiste de la Chocolaterie Moderne. À leurs côtés, les dirigeants des deux sites de fabrication du

groupe, et leur Président **Emmanuel Bois**, sont devenus actionnaires de l'entreprise. Tout comme deux fonds d'investissement, acteurs de l'agroalimentaire, **Unigrains**, et du financement des PME, **Indigo Capital**.

Ensemble, ils portent une stratégie de valeur, clé de la pérennité du savoir-faire, et de la capacité à toujours investir. Cette stratégie est assise sur des objectifs clairs de croissance du chiffre d'affaires et de poursuite du développement international, ADN de l'entreprise. Elle repose aussi sur la volonté d'installer sa marque propre Truffettes de France, en France, territoire qui a forgé son savoir-faire.





Nul n'est Truffettes en son pays !
En France, le pari de créer la surprise,
pour séduire encore davantage les
gourmands du monde entier.

En France, avec Truffettes de France, la Chocolaterie Moderne veut se faire un nom au rayon des confiseries et des chocolateries offertes **pour toutes les occasions festives**.

Pour Truffettes de France, il s'agit de redonner ses lettres de noblesse à la truffe, en particulier avec la gamme MOF créée avec Pascal Brunstein. Car l'offre de truffes en grande et moyenne surface souffre de la perception d'un déficit de qualité. Trop souvent associée à l'image d'un produit industriel ou d'entrée de gamme, elle n'est consommée chaque année que par 37 % des Français.

L'ambition est, en France, de se faire une place parmi les chocolats et les confiseries à offrir. Grâce aux truffes MOF et fantaisie, **proposées dans des packs élégants** aux codes « art nouveau » ; et grâce aux oursons et cœurs guimauves monstrueusement gourmands jouant sur les codes kawaiï.

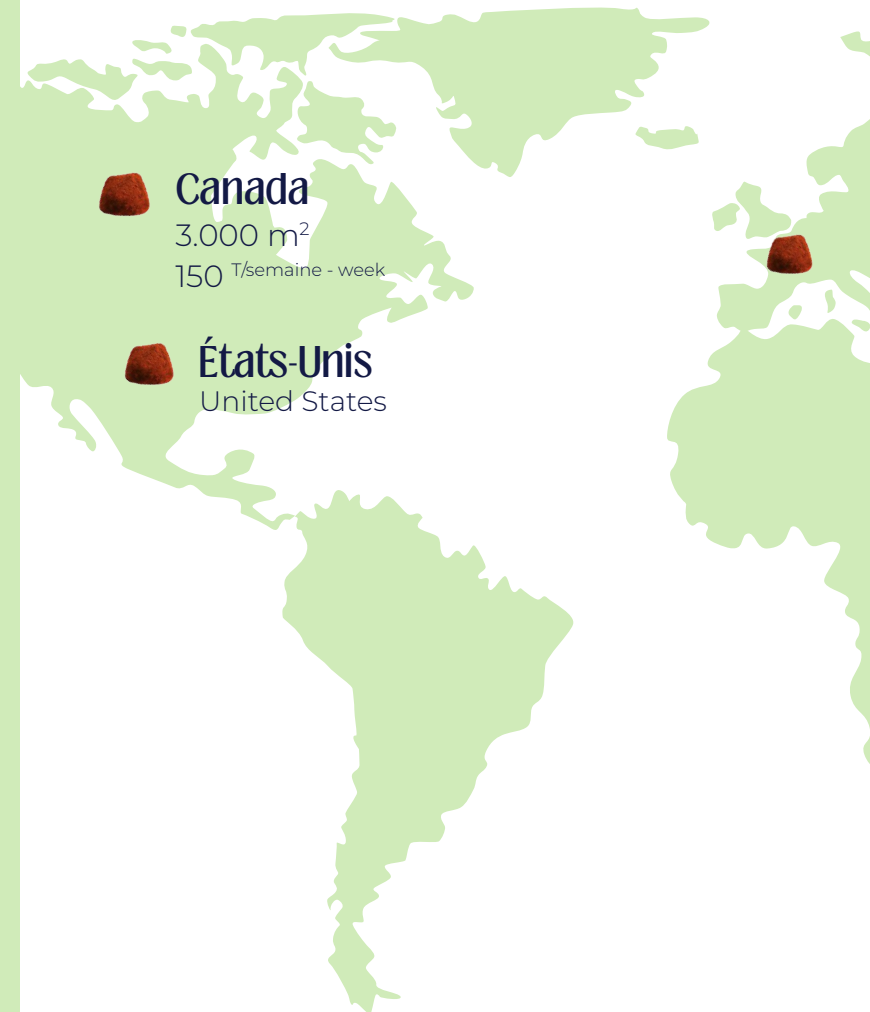
Pour Chocmod, conquérir les Français est **un enjeu qui dépasse l'Hexagone**. Il s'agit de démontrer à ses clients internationaux que son savoir-faire est reconnu dans son pays. Car leur confiance repose aussi sur la réputation et la popularité en France de produits français.

Localement aussi, les collaborateurs sont en attente de cette légitimité, et de pouvoir avec fierté parler autour d'eux de leurs produits, accessibles à tous en France.

Cette stratégie hexagonale n'oublie en rien les marchés internationaux de Chocmod. Les innovations destinées d'abord à des consommateurs français sont celles qui plaisent aussi à l'étranger, car les gourmets de monde entier recherchent l'expérience du goût à la Française.

Pour ses clients du monde entier, la stratégie de Chocmod se déploie ainsi autour de trois piliers. La premiumisation qui s'incarne par l'offre de truffes MOF, la nouvelle identité et les nouvelles recettes de truffes fantaisie et de sujets

kawaiï Truffettes de France, et le développement de gammes valorisées répondant à de nouvelles tendances de consommation : **bio, sucre réduit, végan, etc.** Le plaisir d'offrir constitue un deuxième axe. Chocolats et confiseries Truffettes de France sont présentés dans des packs écrins aux codes de l'élégance à la française, ou dans des packs dédiés aux fêtes et temps forts mais à garder toute l'année (culbuto). Enfin le troisième axe est celui de l'innovation répondant aux tendances et aux usages. **À venir : une guimauve premium**, pourquoi pas signée d'un chocolatier de renom ; et **de nouvelles pépites, gourmandises chocolatées** aux éclats parfumés enrobées d'une épaisse coque de chocolat. Stay tuned!





Cette stratégie permettra de séduire de **nouveaux marchés**. Destinations de conquête : **l'Amérique Latine, le Moyen Orient, et l'Europe**. Mais aussi de continuer à développer les marchés où Chocmod est déjà présent. Aux États-Unis, Chocmod souhaite se renforcer auprès de ses clients historiques, en particulier les « *membership-clubs* » tels que *Costco* ou *Sam's*, partenaires fidèles susceptibles de référencer ses confiseries aussi bien aux États-Unis que dans les autres pays où ils sont présents. Au Mexique, berceau du cacao, Chocmod est déjà connue et implantée, et souhaite continuer à se développer. L'Asie est également un marché en développement, c'est le marché du chocolat qui connaît la croissance la plus dynamique au plan mondial.



Depuis le nord de la France, cultiver les valeurs de l'origine

Née à Tourcoing, désormais ancrée à Roncq, Chocmod est une **institution gourmande de la métropole lilloise**. En 75 ans, elle a cultivé l'attachement.

Chez Chocmod, on nourrit l'esprit de famille. Il fait naître de belles histoires : ainsi, Ahmed et Raphaël se sont transmis **l'art de la logistique de père en fils**. À eux deux, ils comptent près de 60 ans de carrière chez Chocmod. Samuel et Guillaume également, père et fils, travaillent ensemble à la maintenance. Comme Sylvie et Jérémy, mère et fils qui partagent les cadences des hautes saisons de commandes festives.

La fidélité traverse les frontières. Ainsi Antoine Boduain, alors responsable qualité de l'usine de Roncq, s'est lancé en 2011 dans l'aventure du projet de création de l'usine de **Saint-Jean sur Richelieu au Canada...** pour ne plus jamais la quitter. Il en est aujourd'hui le directeur. Et même si l'histoire est plus récente au Canada, toute l'équipe dirigeante **se bat pour conserver les mêmes équipes d'année en année**. Elle vient ainsi de sécuriser une équipe permanente pour assurer le deuxième quart de travail de la journée, un réel accomplissement dans un pays où les employeurs se battent fortement sur le front des recrutements.



L'esprit de famille se partage avec Roncq et ses environs à Noël et à Pâques, pour des ventes de produits à prix doux **très réputées dans la région.**

Il se traduit aussi par le souci de prendre soin des collaborateurs. La qualité de vie au travail a récemment été démontrée par les résultats de l'étude de satisfaction menée en novembre 2022 auprès des collaborateurs. **95% des collaborateurs se disent motivés par les tâches et les opportunités qui leur sont proposés**, ils sont autant à affirmer que l'ambiance est bonne dans leur équipe, et qu'ils peuvent communiquer librement avec leurs managers.

Aujourd'hui la culture d'entreprise se transmet, **des deux côtés de l'Atlantique**, grâce à la stratégie « *One Chocmod* », qui, notamment autour de la démarche RSE, fédère les énergies.

L'entreprise encourage la pérennisation des talents saisonniers et la montée en compétences. En 2023, une promotion de **13 personnes** bénéficie d'un parcours de formations diplômante en partenariat avec IFRIA Hauts-de-France, en contrat de professionnalisation et en contrat d'apprentissage sur deux ans.

Attachée à son origine nordiste, Chocmod y soutient des démarches de solidarité et de convivialité. L'entreprise participe financièrement à la **course de Roncq, et offre des chocolats pour la chasse aux œufs de Pâques de la ville.** Auprès de la Banque alimentaire, du Secours alimentaire, et des Restaurants du cœur, elle réalise régulièrement des dons de produits. Enfin, depuis peu, elle s'investit au côté des **Clowns de l'espoir** afin d'offrir des moments de divertissement et de rire aux enfants hospitalisés.



L'ambition de développer l'activité, mais pas au détriment des ressources

Dans le cadre de sa stratégie RSE, **soucieux d'aller encore plus loin**, Chocmod a évalué son empreinte carbone. Avec le cabinet qui l'a aidé à réaliser cet audit, Chocmod déploie **les piliers d'une stratégie d'amélioration de son impact**.

Comme beaucoup d'industries agroalimentaires, en particulier lorsqu'elles emploient le chocolat pour ingrédient, les matières premières agricoles sont les premières contributrices de son empreinte.



Cocoa

Afin de préserver la ressource en cacao, de prévenir la déforestation et de contribuer à une rémunération plus juste des producteurs, l'entreprise a décidé de fabriquer toutes ses références Truffettes de France à partir de **cacao certifié Rain Forest Alliance**. S'y ajoutent les nombreux produits fabriqués à la marque de ses clients également certifiés Rain Forest Alliance ou **Fair Trade**.



Chocmod s'est en outre engagée depuis plusieurs années dans la production **sans huile de palme**, qui concerne aujourd'hui 100 % de ses fabrications.



Chocmod déploie également une stratégie de réduction de son empreinte environnementale sur **ses sites industriels**. De nombreux chantiers d'investissement ont été lancés, en faveur de **la réduction de la consommation d'énergie**, par exemple en remplaçant une ligne de broyage, process très énergivore. Ou de la **récupération de chaleur**, en connectant la chaudière aux équipements chauffés, tels que les cuves de chocolat ou de sucre liquide, afin de chauffer les bureaux.

Enfin, l'entreprise se fixe pour objectif d'améliorer le **bien-être au travail** et la fierté des collaborateurs. Des actions de formation permettant aux salariés d'accéder à des qualifications diplômantes ainsi que la participation à **des actions de mécénat** et de solidarité locales y contribuent.



FRANCE

60 salariés à Roncq
| & jusqu'à **200**
en saison

2,5M & 1M
de truffes par jour de guimauves

CANADA

25 salariés à l'usine de
Saint-Jean de Richelieu
| & jusqu'à **100**
en saison

3500 T
de truffes par an
Soit 1,1M de truffes par jour





Shanghai



Hong Kong



DEPUIS 1948
TRUFFETTES
de
FRANCÈ



CONTACTS PRESSE

BELLE NOUVELLE !

LAURÈNE LE NORCY
laurene.lenorcy@bellenouvelle.fr
06 32 06 71 66

PAULINE AUBLANC POTIRON
pauline.aublanc-potiron@bellenouvelle.fr
06 18 68 33 32

ROBIN ECOLAN
robin.ecolan@bellenouvelle.fr
07 89 57 41 47