



PME & REGIONS

Salpa embarque les chocolats Yves Thuriès dans l'aventure américaine

ALSACE

Les chocolats Yves Thuriès deviennent la marque phare de l'alsacien Salpa.

La société prévoit d'ouvrir 200 boutiques aux Etats-Unis.

Christian Lienhardt
— Correspondant à Strasbourg

Repris en plusieurs étapes par la Société alsacienne de participations agroalimentaires (Salpa), les Chocolats Yves Thuriès s'apprentent à accélérer leur croissance, en particulier aux Etats-Unis et au Japon. « De 60 magasins, nous prévoyons de passer à 100 d'ici deux à trois ans », indique Sylvain Quidel, directeur général du chocolatier de Marssac-sur-Tarn. La PME, qui emploie une soixantaine de salariés, a déjà fait évoluer son outil de production pour le mettre aux normes internationales, notamment américaines. « Nous avons aussi, sous le contrôle d'Yves Thuriès, adapté les produits aux goûts des consommateurs d'outre-Atlantique », ajoute Jean-Paul Burrus, le président de Salpa.



Les produits Thuriès sont élaborés avec du chocolat liquide transformé en Alsace et des noisettes du Sud-Ouest issues d'un verger appartenant à la famille propriétaire du groupe. Photo Yves Thuriès

Deux fois meilleur ouvrier de France, le chocolatier vient d'accompagner l'industriel alsacien en Equateur, où Salpa a acquis 540 hectares de plantations de cacao des meilleurs crus. De quoi assurer la totalité des besoins en chocolat de l'unité de Marssac, mais aussi ceux des autres marques du groupe, dont Chocolat Schaal,

Marquise de Sévigné, Côte de France, toutes produites près de Strasbourg.

Clubs d'amateurs et Internet
Pour le marché français, les produits Thuriès sont élaborés à Marssac avec du chocolat liquide transformé en Alsace et des noisettes du Sud-Ouest, issues d'un verger

appartenant à la famille propriétaire du groupe. Les chocolats vendus en Amérique sont pour l'essentiel fabriqués dans l'usine alsacienne. « A terme, il n'est pas exclu d'étendre l'unité de Marssac », indique Jean-Paul Burrus. Aux Etats-Unis, le groupe va s'appliquer à conforter la notoriété de la marque Thuriès via des chaînes de magasins, des clubs d'amateurs de chocolat et surtout d'Internet. D'ici à 2020, il prévoit l'ouverture de plus de 200 boutiques. Son groupe est déjà présent depuis peu outre-Atlantique via une filiale de commercialisation et de conditionnement. L'étape suivante sera le Japon. Au total, les exportations du groupe représentent 15 % d'un chiffre d'affaires proche de 80 millions d'euros, en progression de 4 à 5 %. La production du groupe, chocolat liquide et bonbons de chocolat, bouchées, pralinés et autres palets, frôle 2.500 tonnes par an, pour une grande part sous la marque historique Schaal, vendue au commerce de détail, aux pâtisseries et aux chocolatiers.

Parallèlement, l'entreprise poursuit sa diversification dans le thé avec le Comptoir Français du Thé, la filiale commune avec Fauchon (Herbapac), ainsi que dans le café avec Belco, avec une unité de torréfaction au Havre et avec le réseau de 65 boutiques Coffea. ■