***Le chocolat, de la production à la consommation : qu’y a-t-il de durable ?***

 Vous n’êtes pas sans savoir qu’aujourd’hui, le chocolat devient une denrée rare. En effet, face à l’arrivée des pays émergents, notamment l’Inde et la Chine, dans l’univers des consommateurs de chocolat, tous les continents sont désormais présents sur le marché du cacao. De plus, les récentes pénuries de noisettes ont touché toutes les formes sous lesquelles se décline le chocolat. De la pâte à tartiner à la tablette, en passant par les dragées et les barres, aucune forme n’est épargnée. Aujourd’hui produit très prisé, son prix a donc suivi cette évolution et n’a cessé d’augmenter depuis quelques années. Force est de constater qu’aujourd’hui, les plantations de cacao sont largement surexploitées, aussi bien humainement (le personnel employé étant exposé à tous les dangers, sous-payé et mineur pour la plupart) que matériellement (les plantations sont exploitées de manière intensive et jusqu’à épuisement). Ainsi, cette surexploitation par les grands groupes de l’agroalimentaire joue en faveur de nombreux labels équitables. En effet, ces derniers prônent l’image d’un chocolat sain et de qualité, dont la production respecte l’environnement et les Droits de l’Homme. En somme, une production éthique et durable.

 Nombreux sont ceux qui associent le chocolat à un « simple petit plaisir » mais qui ne réalisent pas tous les enjeux et les problèmes qui se cachent derrière sa production et sa consommation. Le prix primant, dans la grande majorité des cas, sur la qualité et la provenance de cette denrée. De nombreux labels ont vu le jour pour orienter les consommateurs vers un chocolat de meilleure qualité et plus responsable. Cependant, plusieurs controverses sont apparues autour de ces derniers. Le réseau de distribution associatif et militant « Artisans du Monde » a décidé de rompre son partenariat avec le célèbre label Max Havelaar qui ne répond plus aux critères souhaités. De plus, l’apposition d’un label sur une tablette de chocolat ne certifie pas que la production a été réalisée, de A à Z, dans le pays d’origine de la fève de cacao. Pour pouvoir étiqueter son chocolat « 100% bio » aux Etats-Unis, l’entreprise Ménakao (basée à Madagascar) se verrait dans l’obligation d’importer du sucre d’un pays tiers car Madagascar ne produit pas encore de sucre biologique. Ainsi, les labels ne sont pas forcément gages d’un commerce équitable et durable.

 Ce reportage nous aura donc permis de soulever plusieurs challenges auxquels le marché du chocolat sera confronté à l’avenir. Tout d’abord, l’augmentation brusque et soudaine de la consommation de cette matière première dans les pays émergents entraînera-t-elle une véritable pénurie ou est-ce un simple coup marketing ? En effet, face au nouvel attrait des consommateurs, principalement asiatiques, pour cette véritable gourmandise, les stocks de cacao seront-ils suffisants ou est-ce simplement un coup de publicité pour les groupes agroalimentaires dont la production de denrées chocolatées ne nécessite que peu de cacao ? Dans tous les cas, les producteurs de chocolat devront suivre cette tendance à la hausse en accroissant massivement et rapidement leur production. Aujourd’hui réputés équitables, les petits producteurs de chocolat arriveront-ils à suivre cette tendance tout en gardant leur logique durable ? Nous nous sommes aperçus que le consommateur avait une place phare dans l'avenir du chocolat. Il semblerait que la durabilité de cette denrée repose sur notre capacité à l'appréhender différemment d'un produit de masse. Le chocolat est un produit de luxe, à déguster et à apprécier à sa juste valeur.