

Objectif 100 M€

Comment la guimauve accélère la croissance mondiale du nordiste Chocmod

Avec un chiffre d'affaires en croissance de 72 % en 2025 (par rapport à 2023), Chocmod poursuit une trajectoire de croissance ambitieuse et vise désormais les 100 M€ à horizon 2030. Pour atteindre cet objectif, le chocolatier français mise sur l'un de ses relais de développement les plus dynamiques : la guimauve. Conquête de nouveaux marchés, adaptation des produits aux attentes locales et multiplication des temps forts gifting : l'entreprise déploie une stratégie internationale qui fait de cette spécialité un véritable levier de croissance.



« Nous faisons rayonner notre savoir-faire dans le monde. Là où d'autres exportent, Chocmod s'implante, apprend, comprend et s'adapte. Nos produits rencontrent le succès parce que nous savons les adapter à chaque marché, à chaque client. Cette combinaison entre un savoir-faire patrimonial "à la française" et notre capacité à innover nous permet aujourd'hui de grandir à l'international. »

Emmanuel Bois, Directeur général de Chocmod

En bref

- Un chiffre d'affaires passé de 32 M€ en 2023 à 55 M€ en 2025
- + 50 % de volumes produits en trois ans sur la guimauve
- + 500 tonnes produites
- La guimauve représente désormais 30 % de l'activité (+10 pts. en 3 ans)

La guimauve, nouveau levier de croissance à l'international

Entre 2025 et 2026, la demande mondiale de guimauves bi-textures Chocmod, associant un cœur guimauve et un nappage aux multiples possibilités gustatives, a connu une accélération importante, notamment sur la zone Amérique où les tonnages ont été multipliés par quinze. En Asie également, la dynamique est forte. La PME a su conquérir ce marché avec ses guimauves, une première incursion qui s'élève à 57 tonnes entre 2025 et 2026. Sur le marché chinois en particulier, la PME nordiste est présente chez le distributeur Sam's Club, et a su préempter les temps forts, inédits pour l'entreprise, à l'image de la Fête de la Lune. Autant d'opportunités de multiplier les occasions de consommation de cette gourmandise encore peu répandue sur le continent.

Longtemps complémentaire de la truffe, son activité historique, la guimauve s'impose aujourd'hui comme l'un des principaux moteurs de développement de Chocmod à l'international. Sur les trois dernières années, la production de guimauves a augmenté de 50 %, soit près d'un million de sujets fabriqués chaque jour. Désormais, la guimauve représente 30 % de l'activité de l'entreprise, contre 20 % il y a trois ans, une nouvelle progression de 10 % est d'ores et déjà anticipée pour 2027.



Fraise ou orange, à chaque pays sa guimauve gourmande

Certaines recettes enregistrent des progressions particulièrement marquées, à l'image de la guimauve nappée de fraise (multipliée par 19), de framboise (multipliée par 10) ou de la guimauve bi-texture caramel qui représente plus du tiers des ventes de la catégorie. Cette dynamique est désormais appelée à se déployer sur d'autres continents à court terme avec notamment des saveurs d'agrumes, dont les notes acidulées font le bonheur des consommateurs asiatiques.



L'audace de créer pour le monde, marché par marché

Pour Chocmod, le succès de la guimauve, et encore plus de la guimauve bi-texture, déclinable en de multiples saveurs, ne relève pas du hasard. Il est le résultat d'une stratégie de développement international construite autour d'une conviction : chaque marché et chaque client a ses propres attentes et mérite une approche spécifique.

Cette stratégie repose sur trois piliers :

Développer la présence commerciale afin d'accélérer la distribution. Chocmod a récemment renforcé sa présence en Asie avec des représentants permanents en Chine et à Hong-Kong. Ils s'ajoutent aux bureaux de Mexico et New-York, en plus des bureaux canadiens et français déjà établis.

Adapter les produits aux spécificités locales et au cahier des charges de chaque client, qu'il s'agisse des recettes, des formats, des packs ou des habitudes de consommation. En Chine, aux États-Unis et partout dans le monde, la PME nordiste fait du sur-mesure, et répond à des cahiers des charges très différents selon ses clients !

Renforcer la présence en magasin grâce à une stratégie mondiale de gifting. Chocmod veut être présent pour toutes les opportunités de faire plaisir – ou de se faire plaisir – et ainsi multiplier les occasions de consommation.

Objectif 2030 : franchir le cap des 100 M€

La réussite de la diffusion de la guimauve partout dans le monde confirme la pertinence de la stratégie engagée depuis l'arrivée de la nouvelle équipe dirigeante en 2021. Après avoir fait progresser son chiffre d'affaires de 32 M€ en 2022 à 55 M€ en 2025, Chocmod se fixe désormais un nouvel objectif : atteindre les 100 M€ de chiffre d'affaires à horizon 2030.

Cette ambition s'appuie sur les deux grands piliers de son activité :

La truffe, qui représente aujourd'hui 70 % de l'activité et dont le développement à l'international se poursuit.

La guimauve, devenue le second moteur de croissance du groupe. En diversifiant ainsi son portefeuille d'activités et en multipliant les occasions de consommation, Chocmod entend également mieux répartir l'activité de ses usines tout au long de l'année.

À propos de la Chocolaterie Moderne

Née à Tourcoing en 1948, la Chocolaterie Moderne rayonne à l'international grâce à deux savoir-faire bien gardés : la truffe à la française et la guimauve. Dès les années 80, l'entreprise a entamé une conquête des palais du monde entier sous sa marque Truffettes de France, portée par une stratégie audacieuse et de délicieuses douceurs chocolatées. En 2011, alors que le site de Roncq (Nord) tourne à plein régime, la Chocolaterie Moderne fait le pari de partir à la conquête de l'Amérique, en créant à Saint-Jean de Richelieu (Canada) un site de fabrication capable de déployer outre-Atlantique ses recettes françaises. Le succès est au rendez-vous : ambassadrice d'un savoir-faire français, partout dans le monde, la Chocolaterie Moderne produit près de 3,6 millions de truffes chocolatées et 1 million de guimauves par jour, appréciées sous toutes les latitudes sucrées.