

# Le fruit des dieux

## honoré par un Salon depuis vingt ans



Vingt-quatre éditions et six millions de visiteurs sur quatre continents, sept mille participants... À l'heure où l'on promeut la marque France, le Salon du chocolat illustre une singulière réussite française, en France comme à l'international.

Entretien avec Sylvie Douce\*

### Pourquoi et comment est née, en 1994, l'idée de créer un salon dédié au chocolat ?

**Sylvie Douce** : Tout le monde connaît, mange et offre du chocolat, c'est un luxe accessible dans tous les pays du monde, or aucun événement n'existait pour le promouvoir, souligner ses vertus, mettre en avant ses artisans créateurs, pas plus que les cultivateurs de cacao. Avec mon mari François Jeantet, nous avons donc pensé que le moment était venu de créer un salon dédié au chocolat. Nous avons pu ainsi mettre en valeur le travail et les liens entre les hommes qui cultivent le cacao, le « fruit des dieux », et ceux qui consomment le chocolat ; entre les pays producteurs, au Sud, et les consommateurs du

\* Fondatrice et présidente de l'agence Event International

produit fini, au Nord. Le succès fut immédiat. Le Salon permet en particulier de montrer à bon nombre de consommateurs que les tablettes de chocolat ne poussaient pas dans les arbres ! Les chocolatiers, de leur côté, ont découvert un monde qu'ils ignoraient, et les planteurs ont pu ainsi promouvoir leurs crus. Le Salon offre la possibilité de décroisser, d'inciter les pays producteurs à améliorer la qualité de leurs cacaos, à contrôler le travail des enfants, à proposer des produits plus durables et équitables ; il apporte son soutien à différents organismes, fondations, industries, artisans...

### Vingt ans plus tard, quelle image a le chocolat ? Le Salon a-t-il été un révélateur de talents ?

**S. D. :** Le Salon du chocolat a anticipé la tendance chocolat. Il y a vingt ans, les professions de chocolatier, pâtissier, glacier... n'étaient pas reconnues par les jeunes, qui se destinaient plus vers l'informatique et les services. Nous avons donc eu comme priorité, grâce au soutien des fédérations et du syndicat du chocolat, de revaloriser ces métiers auprès des jeunes, en organisant, par exemple, sur le Salon des démonstrations en direct proposées par de grands chefs. Le Salon a ainsi permis de révéler une génération de nouveaux chocolatiers. Le livre *Génération Chocolat*, publié aux éditions du Chêne, met à l'honneur Hermé, Hévin, Michalak...

### Pourquoi marier le chocolat avec la mode ?

**S. D. :** Les champs lexicaux de ces deux univers se recoupent : on parle de la robe d'un chocolat... comme la couture, le chocolat a ses ateliers, ses créations... Dans ces deux univers, le travail de la main est fondamental. Le Salon présente donc les collections de chocolat de la même manière qu'une collection de couture. Le chocolat et le vin ont également des termes en commun : on parle de cru, de terroir...

### Le Salon du chocolat est aujourd'hui présent dans dix pays. Avez-vous créé un concept reproductible dans le monde entier ?

**S. D. :** Nous sommes effectivement présents dans plusieurs grandes villes du monde, avec vingt-quatre éditions par an, dont sept au Japon. Le Salon participe à la promotion et à la transmission de la créativité et du savoir-faire français à l'étranger, il permet aux chocolatiers et pâtisseries nationaux d'exporter leur marque et de se faire connaître dans différents pays. Il valorise également les artisans et les marques locales. ■



Créé par Sylvie Douce et François Jeantet en 1994, le Salon du chocolat est, actuellement, l'événement mondial le plus important consacré au chocolat et au cacao. Quatre ans plus tard, New York est la première ville étrangère à l'accueillir. Aujourd'hui, ce salon est présent dans dix grandes villes du monde. Chaque année, le grand public peut découvrir les meilleurs chocolatiers : les Hermé, Michalak, Marcolini, Vincent Guerlais, Piège, Pralus... ainsi que les nouvelles tendances. Il peut s'émerveiller devant des robes en chocolat conçues par de grands créateurs : Chantal Thomass, Agatha Ruiz de la Prada, Stella Cadente, Gaultier, Balmain... La première édition accueillait 30 exposants et 58 000 visiteurs, celle de 2013, 220 et 140 000 ! Au nombre des exposants, quelques grandes marques de chocolat qui, présentes sur 10 % de la surface d'exposition, proposent des expériences inédites, comme par exemple l'atelier Nestlé dessert.