

Échos de l'éco

INDUSTRIE



Hubert Decreuse, dirigeant de la chocolaterie Klaus

MARKETING

Klaus accélère sur ses propres gammes de chocolat

Le fabricant de chocolats et caramels de Morteau aura lancé 40 nouvelles références en 2021, et prépare la sortie d'une marque bio pour l'automne 2022.

Chez Klaus, on prépare Noël. Depuis son rachat de l'entreprise par Hubert Decreuse, en 2012, alors qu'elle avait été placée en liquidation judiciaire, la marque historique du Haut-Doubs est revenue sur le devant de la scène et les marques de distributeurs, dont les marges sont faibles, ne représentent plus que 10% des chocolats et caramels fabriqués à Morteau. «On a stoppé beaucoup de partenariats mais on continue néanmoins à travailler avec ceux qui veulent positionner les produits en haute qualité, comme Casino ou

Picard, pour les caramels», explique Patrick Bichet, le responsable commercial de cette société qui emploie 34 salariés. Pour revenir dans les rayons sous sa propre marque et se faire une petite place entre les produits des poids lourds du secteur que sont Nestlé, Cémoi ou Mondelez, Klaus a choisi de multiplier les nouveautés. En 2021, quarante références auront ainsi été lancées, destinées à la grande distribution mais aussi aux grossistes ou aux magasins de proximité: des barres chocolées, des pâtes à tartiner, des «boîtes faramagères», et des papil-

lotes et des escargots pour Noël. Côté matières premières et approvisionnements, la maison mise de plus en plus sur le local: du lait et du beurre frais, du savagnin, des cerises de Fougerolles, un packaging réalisé et imprimé en Franche-Comté. Elle a aussi diminué le nombre d'ingrédients et le taux de sucre de ses produits, supprimé l'huile de palme et prépare, pour l'automne 2022, la sortie d'une nouvelle marque bio, des chocolats emballés ou en vrac qui seront commercialisés uniquement dans les enseignes bio.

Abonnez-vous à la version numérique du magazine
expression active

03 81 67 98 73
www.klaus.com