

# Communiqué de presse

## Décryptage du goût du chocolat

### Barry Callebaut lance un langage sensoriel

- S’inspirant du vin, du café et des bières artisanales, Barry Callebaut lance un langage sensoriel et un rituel de dégustation du chocolat
- Ce langage sensoriel du chocolat est basé sur le nouvel ouvrage ‘Hidden Persuaders in Cocoa and Chocolate’, écrit par les chercheurs de Barry Callebaut et par la célèbre maison de création de parfums et d’arômes, Givaudan
- Le langage sensoriel du chocolat et le rituel de dégustation permettent aux marques et aux artisans d’aider les consommateurs à apprécier encore mieux le chocolat qu’ils ne le font à l’heure actuelle

Cologne/Allemagne – le 29 janvier 2018 – Barry Callebaut, le principal fabricant de cacao et de produits en chocolat a lancé aujourd’hui un langage sensoriel et un rituel de dégustation qui aidera les professionnels du chocolat et les consommateurs à comprendre ainsi qu’à exprimer la richesse du goût du chocolat. Les chercheurs spécialisés dans les propriétés sensorielles du cacao et du chocolat de Barry Callebaut et la célèbre maison de création de parfums et d’arômes Givaudan ont mené de vastes recherches afin de développer un langage sensoriel et un rituel de dégustation pour le chocolat, inspiré de ce qui avait déjà été créé pour le vin, le café et les bières artisanales. Ce langage sensoriel trouve ses fondements dans l’ouvrage ‘Hidden Persuaders in Cocoa and Chocolate. A Flavor Lexicon for Cocoa and Chocolate Sensory Professionals’ présenté aujourd’hui au salon ISM à Cologne.

#### Satisfaire la curiosité du consommateur au sujet du chocolat

« De plus en plus de consommateurs, en particulier les gourmets de la génération du millénaire, partagent leurs expériences sur les médias sociaux, a déclaré Pablo Perversi, Chief Innovation, Quality & Sustainability Officer du groupe Barry Callebaut. Ils se montrent de plus en plus curieux au sujet de la nourriture et du goût. Mais alors que le vin, le café et la bière artisanale pouvaient déjà être dégustés, décrits et discutés d’une manière rigoureuse et professionnelle, il nous manquait un langage qui rende justice à la richesse et à la complexité des expériences avec le chocolat. Le cacao, qui contient plus de 20.000 composés chimiques identifiables, est un des aliments les plus complexes de la planète.<sup>1</sup> Le langage sensoriel que nous avons mis au point pour le chocolat permettra aux consommateurs de partager leur passion pour un goût de chocolat donné de manière bien plus précise. »

En associant la recherche sensorielle sur le cacao et le chocolat avec la compréhension des consommateurs, Barry Callebaut a mis au point la Consumer Chocolate Sensory Wheel avec 87 descriptifs, qui couvrent le goût, la texture et l’arôme du chocolat. Un rituel de dégustation du chocolat nécessite les cinq sens – la vue, le toucher, l’ouïe, l’odorat et le goût – et permet aux professionnels du chocolat et aux consommateurs de découvrir de nouvelles dimensions de l’expérience du chocolat et d’apprécier davantage ce dernier.

#### Les découvertes scientifiques derrière le décryptage du goût du chocolat

L’ouvrage ‘Hidden Persuaders in Cocoa and Chocolate. A Flavor Lexicon for Cocoa and Chocolate Sensory Professionals’ est la première publication à caractère scientifique portant sur la

---

<sup>1</sup> Barry Callebaut (27.10.2015). Cracking the molecular code – to create a true atlas of cocoa. [<https://www.barry-callebaut.com/stories/cracking-molecular-code-create-true-atlas-cocoa>]

création d'un langage scientifique pour l'industrie du chocolat. Les chercheurs spécialisés dans les propriétés sensorielles du cacao et du chocolat ont travaillé pendant deux ans à l'élaboration de ce langage du chocolat. L'ouvrage présente les connaissances moléculaires des composés liés à chaque goût que l'on peut trouver dans le chocolat et contient un classement scientifique du goût, de divers arômes, ainsi que des sensations trigéminales – comme la fraîcheur de la menthe ou le picotement de l'eau pétillante –, et des saveurs atypiques.

« Ce livre a pour ambition de contribuer au passage d'une approche souvent 'subconsciente/émotionnelle' à une approche plus 'consciente/analytique' dans le monde complexe du cacao et du chocolat, explique Renata Januszewska, auteur de l'ouvrage et Global R&D Sensory Methodologies Manager chez Barry Callebaut. Le fait de disposer d'un langage partagé permettra non seulement aux marques de parler de leur chocolat avec les consommateurs et de leur décrire sa singularité ; mais il leur offrira également la possibilité de proposer des expériences de dégustation encore meilleures et de nouveaux accords saveur-aliments. »

\*\*\*

L'ouvrage 'Hidden Persuaders in Cocoa and Chocolate. A Flavor Lexicon for Cocoa and Chocolate Sensory Professionals' a été révisé par des examinateurs externes et est distribué par l'éditeur universitaire Elsevier. Il est présenté pour la première fois au salon ISM de Cologne et sera disponible à partir de février 2018.

L'auteur Renata Januszewska, docteur en sciences biologiques appliquées, a reçu le soutien de la célèbre maison de création de parfums et d'arômes Givaudan et par l'équipe de chercheurs du cacao et du chocolat de Barry Callebaut, dont le Global Sensory Lead Frédéric Depypere (docteur en sciences biologiques appliquées et auteur de quelque 50 articles scientifiques et contributions à des ouvrages), la GC-MS Specialist Isabelle Van Leuven (docteur en bio-ingénierie, qui compte plus de 20 années d'expertise en recherche sur les arômes de différentes matrices alimentaires) et la Consumer Market Insight Manager, Karin Loobuyck.

#### ***A propos du groupe Barry Callebaut Group ([www.barry-callebaut.com](http://www.barry-callebaut.com)):***

*Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,8 milliards (EUR 6,3 milliards / USD 6,9 milliards) environ pour l'exercice 2016/17, le groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, est le leader mondial des fabricants de produits à base de chocolat et de cacao de qualité supérieure – de l'achat et de la transformation des fèves de cacao à la production du chocolat le plus fin, qui comprend les fourrages, les décorations et les pâtes à glacer en chocolat. Le Groupe exploite plus de 60 sites de production dans le monde et emploie un personnel diversifié et engagé de près de 11'000 collaborateurs.*

*Le groupe Barry Callebaut répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, des fabricants industriels aux artisans et utilisateurs professionnels de chocolat, tels que les chocolatiers, les confiseurs, les pâtisseries, les hôteliers, les restaurateurs ou les traiteurs. Les deux marques mondiales satisfaisant aux besoins spécifiques de ces clients sont Callebaut® et Cacao Barry®.*

*Le groupe Barry Callebaut s'engage à faire en sorte que la production de chocolat durable devienne la norme d'ici à 2025, afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs. Il soutient la Fondation Cocoa Horizons et son objectif de façonner un avenir durable pour le secteur du chocolat et du cacao.*

\*\*\*

#### ***Suivez le groupe Barry Callebaut :***



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)



[YouTube](#)



**Personne de contact pour les médias:**

Sofia Popova  
Global Marketing Manager  
Barry Callebaut  
[sofia\\_popova@barry-callebaut.com](mailto:sofia_popova@barry-callebaut.com)

Raf Weverbergh  
Managing Partner  
FINN PR Agency  
[barry-callebaut@finnpr.com](mailto:barry-callebaut@finnpr.com)