



Communiqué de presse

Barry Callebaut interroge 6 000 consommateurs de chocolat dans cinq pays européens et aux États-Unis

Pâques est, après Noël, le deuxième temps fort de la consommation de chocolat pour les Français

- Un tiers des Français et des Allemands se déclarent être de gros consommateurs de chocolat
- Seuls les Belges consomment plus de chocolat à Pâques qu'à Noël
- Les Français sont les moins fidèles à une marque particulière de chocolat

Meulan, xx mars 2008 – Si les Français et les Allemands ne sont que 33 et 32 % à déclarer consommer du chocolat plusieurs fois par semaine, c'est presque un Britannique, un Suisse et un Belge sur deux qui en font autant, les Américains se situant entre ces deux extrêmes.

Ce sont, entre autres, les résultats d'une enquête effectuée par Ipsos pour le compte de Barry Callebaut, leader mondial des cacao et chocolats de haute qualité, auprès d'un peu plus de 6 000 consommateurs, environ mille dans chacun des six pays suivants : États-Unis, Suisse, Allemagne, Belgique, Royaume-Uni et France.

L'enquête révèle une évolution globale des habitudes de consommation qui privilégient de plus en plus le chocolat de haute qualité :

Les gros consommateurs de chocolat

Proportion de gens déclarant manger du chocolat plusieurs fois par semaine :

Royaume-Uni	46 %
Suisse	45 %
Belgique	43 %
Etats-Unis	38 %
France	33 %
Allemagne	32 %

- ainsi que **17 %** des consommateurs reconnaissent acheter plus de chocolat ou du chocolat plus cher qu'auparavant. Et, en comparaison avec une précédente enquête réalisée en 2006, dans tous les pays, on se préoccupe davantage de l'origine du chocolat.
- en l'espace de deux ans, les **Français** sont ainsi passés de **12 % à 34 %** d'entre eux à prendre en compte le critère de l'origine du cacao, au moment de l'achat.
- dans les autres pays, les évolutions sont encore plus spectaculaires au point que les Suisses et les Américains sont désormais **plus de 50%** à se soucier de l'origine de leur chocolat, les Allemands et les Belges étant quatre sur dix.

« Notre présence dans tous les pays producteurs de cacao nous donne la possibilité d'offrir le plus large éventail d'origines pour nos chocolats, déclare Hans Vriens, directeur de l'Innovation de Barry Callebaut. Barry Callebaut propose plus de 40 différentes origines dont chacune a un goût spécifique propre à satisfaire tous les amateurs de chocolat à travers le monde. Nous sommes en recherche permanente de nouvelles origines pour nos fèves de cacao afin de toujours offrir le meilleur niveau de qualité, voire du cacao millésimé ».

1/2



Communiqué de presse

Cette évolution générale des habitudes de consommation recèle toutefois des différences de comportement selon les pays :

- Si près de la moitié de l'échantillon global reconnaît **que la marque est un élément déterminant du choix**, ce sont les Allemands et les Américains qui, dans la proportion de six sur dix, déclarent être le plus sensibles à cet aspect, alors qu'il n'y a que **25% des Français** à afficher le même comportement.
- logiquement, alors que les consommateurs déclarent acheter du chocolat plus cher que dans les années précédentes, **le critère de prix devient moins déterminant**. Seulement 27 % des Français le prennent en compte, contre 35 % des Allemands. Mais, dans le même temps, ce sont les Français, dans les mêmes proportions, qui sont les plus sensibles aux promotions. En d'autres termes, **les Français préfèrent du chocolat de qualité et saisissent les occasions de l'obtenir au meilleur prix**.
- enfin, concernant les critères saisonniers, ils entrent en ligne de compte davantage pour le chocolat à offrir que pour la consommation personnelle. **72 % des personnes interrogées disent n'avoir pas besoin d'occasion particulière pour acheter du chocolat, mais un quart d'entre elles en font un cadeau idéal en certaines saisons. Et, dans ce cas, c'est Noël qui arrive en tête devant Pâques dans tous les pays, à l'exception de la Belgique où Pâques et la Saint-Nicolas arrivent devant.**

Les occasions d'achat de chocolat

	Pas d'occasion particulière		
		Pour Noël	Pour Pâques
Belgique	89 %	8 %	19 %
France	71 %	24 %	17 %
Allemagne	77 %	35 %	30 %
Royaume-Uni	61 %	42 %	31 %
Suisse	66 %	28 %	25 %
États-Unis	67 %	45 %	41 %

Les résultats détaillés de l'enquête sont disponibles sur le site internet de Barry Callebaut.

* * *

Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com) :

Avec un chiffre d'affaires annuel de plus de CHF 4 milliards pour l'exercice 2006/07, le Groupe Barry Callebaut, dont le siège est à Zurich, Suisse, est le leader mondial des fabricants de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure – de la fève de cacao au produit fini sur les rayons des magasins. Barry Callebaut est présent dans 24 pays, possède quelque 40 sites de production et emploie environ 8000 personnes. Le Groupe répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, depuis les fabricants jusqu'aux utilisateurs professionnels de chocolat, tels que les chocolatiers, les pâtisseries ou les boulangers, et à la grande distribution. Il fournit aussi une gamme complète de services dans les domaines du développement de produits, des processus de fabrication, de la formation et du marketing.

* * *

Contact presse :

Christian d'Oléon, Sophie Bodin, Tarick Dali

DGM Conseil

Tel. : +33 1 40 70 11 89

| 2/2