



Persbericht

Resultaten Europees consumentenonderzoek¹ van Barry Callebaut voorspellen snelgroeïende vraag naar gezondheidsbevorderende chocolade

Bijna 1 op 2 Belgen (48%) wil chocolade die de gezondheid bevordert

- **1 op 3 Europeanen (36%) wil chocolade die de gezondheid bevordert, bijna 4 op 10 Europeanen (38%) willen chocolade met een natuurlijk verminderd suikergehalte**
- **Europeanen geloven dat chocolade een positieve invloed heeft op het psychische en fysieke welzijn: goed voor de moraal (53%), geeft energie (48%), goed voor het geheugen (15%), goed voor hart en bloedvaten (13%)**
- **Barry Callebaut komt met innovaties tegemoet aan veranderende consumentenbehoeften:**
 - **ACTICOA^{TM2}, de rijkste natuurlijke bron van gezondheidsbevorderende polyfenolen**
 - **en chocolade waarvan het suikergehalte op natuurlijke wijze met 40% is gereduceerd³**
- **Barry Callebaut levert ook een antwoord op de vraag naar premium chocolade en op de vraag naar unieke smaakervaringen door nieuwe origine cacao en chocolades aan te bieden. Om tegemoet te komen aan het groeiend bewustzijn bij consumenten omtrent het milieu en ethische handelspraktijken heeft Barry Callebaut chocolade beschikbaar met een dubbele certificatie: Bio Fairtrade Chocolate.**

Wieze, Belgium, 29 januari 2007 – Europeanen zijn chocoladeliefhebbers. Uit een recente studie in opdracht van Barry Callebaut in vijf Europese landen met een rijke chocoladetraditie blijkt dat 1 op 2 (52,8%) minstens een paar keer per week chocolade eet; 8 op 10 (79,8%) eten chocolade minstens een paar keer per maand. Belgen en Zwitsers voeren het klassement aan: 62% van de Belgen en 60% van de Zwitsers geniet minimaal een paar keer per week van chocolade.

De meest populaire smaak blijft melkchocolade: 58% van de Europese consumenten zegt melkchocolade te eten, op de voet wordt gevolgd door pure chocolade (43%) en chocolade met noten, rozijnen of nougat (41%). Frankrijk springt uit het Europese klassement: pure chocolade is er met 57% de meeste populaire smaak. Hoewel in Duitsland traditioneel vooral melkchocolade geconsumeerd wordt, is er toch reeds 37% dat zegt pure chocolade te eten. Terwijl de 'gewone' chocolade erg populair blijft (88,8% gemiddeld – 97% in België), valt de groei op van origine chocolade (10,8%) en fairtrade chocolade (8,2%). Het Verenigd Koninkrijk heeft hierin een voortrekkersrol: 22% consumeert origine chocolade, 14% fairtrade chocolade.



Hoewel functionele voeding (voedsel met een bewezen positieve invloed heeft op bepaalde lichaamsfuncties of -systemen) wereldwijd aan populariteit wint, is er amper functionele chocolade beschikbaar op de markt. Daardoor is de consumptie van functionele chocolade met amper 1,6% nog erg klein. Dit gaat hand in hand met de beperkte kennis die de Europeaan heeft over de positieve effecten van cacao: een verrassend feit gezien de Mayas en Azteceen reeds cacao gebruikte voor medicijnen. Een overgrote meerderheid geeft terecht te kennen dat chocolade goed is voor de moraal (53% - 39% in België) en dat het energie geeft (36,6% - 34% in België). Toch blijkt de kennis rond andere – bewezen – effecten erg klein: het verbetert het geheugen (15,4% - 17% in België), het is goed voor hart en bloedvaten (13,8% - 13% in België), het bevat anti-cancerogene elementen (7,6% - 6% in België). Vooral Franse en Zwitserse consumenten kennen en begrijpen het best de gezondheidsvoordelen van chocolade. Britse consumenten zijn het meest sceptisch in Europa.

Ondanks deze beperkte kennis blijkt het marktpotentieel voor functionele chocolade bij navraag erg groot: meer dan meer dan 1 op 3 (36%) wil chocolade kopen die de gezondheid actief bevordert. In België is dat bijna 1 op 2 (met 48%). Ook voor chocolade waarvan het suikergehalte op een natuurlijke manier is verminderd (zonder dat het de smaak van de chocolade beïnvloedt) is het enthousiasme groot. Bijna 4 Europeanen op 10 (38% - 46% in België) willen deze chocolade graag consumeren. Voor dit type van gezondheidbevorderende chocolade wil de consument overigens graag tot 10% meer voor betalen.

Barry Callebaut: wereldleider en innovatieve trendsetter in chocolade

1 op 4 chocoladeproducten ter wereld is gemaakt met chocolade van Barry Callebaut. 's Werelds grootste producent van hoog-kwalitatieve cacao- en chocoladeproducten voor de hele voedingsindustrie behoudt deze leidende positie dankzij het intensief ontwikkelen van nieuwe, natuurlijke producten die steeds terugrijpen naar al het goede van de cacao-boon.

“Chocolade is een natuurlijk, lekker en gezond product. Het heeft een lage glycemische index en de cacao-boon bevat meer ongeveer 230 stoffen die een mogelijk positief effect hebben op onze gezondheid,” zegt Hans Vriens, Chief Innovation Officer van Barry Callebaut. “Dat neemt niet weg dat het eten van chocolade bij heel wat mensen gepaard gaat met een gevoel van schuld. Op dat –onterecht- ‘schuldgevoel’ wordt hard gewerkt bij Barry Callebaut met het ontwikkelen van zogenaamde ‘guilt free’ chocolade. Dat is chocolade die minstens even lekker is als standaard chocolade, maar die eveneens actief de gezondheid bevordert. In dit segment horen twee topinnovaties van Barry Callebaut thuis: chocolade waarvan het suikergehalte op natuurlijke wijze met 40% is verlaagd en ACTICOA™: een baanbrekend proces voor de productie van chocolade met een hoog gehalte aan polyfenolen. Recent nieuw onderzoek met ACTICOA™ chocolade beaamt de lang vermoede relatie tussen cacao en de preventie van kanker⁴, het verbeteren van de gezondheid van het hart en een verlengde levensduur⁵. Zeer spannende vooruitzichten – zowel voor Barry Callebaut als de consument.”

Barry Callebaut: dankzij innovaties de markt steeds een stap voor

Er zijn drie grote, belangrijke consumententrends: gezondheid en welzijn, smaakervaring en genot, en gemak. Barry Callebaut's intensieve innovatieve inspanningen gebeuren eveneens op het vlak van gebruiksgemak en smaakervaring of genot. De lancering van een breed gamma origine chocolades en nieuwe smaken bieden de consumenten nieuwe smaakervaringen: 6 nieuwe originechocolades, 5 nieuwe originepoeders en ‘The Golden Chocolate Collection’ – 6 speciale soorten chocolade in lijn met de smaakvoorkeur van Belgische, Franse, Duitse en



Persbericht

Zwitsers consumenten – worden gelanceerd op de internationale beurs ISM 2007.

¹ Europees onderzoek uitgevoerd in november en december 2006 door onafhankelijk onderzoeksbureau IPSOS: deelnemende landen: België, Duitsland, Frankrijk, Verenigd Koninkrijk, Zwitserland

² ACTICOA™ chocolade van Barry Callebaut is momenteel de rijkste natuurlijke bron van antioxidanten, en bevat een hoger polyfenolengehalte dan rode wijn en groene thee. Om precies te zijn bevat donkere ACTICOA™ chocolade twee keer zo veel cacaopolyfenolen dan standaard donkere chocolade. ACTICOA™ melkchocolade bevat evenveel polyfenolen als standaard donkere chocolade en 4 keer meer dan standaard melkchocolade. Alles over cacaopolyfenolen en hun gezondheidsvoordelen kan online geraadpleegd worden op www.acticoa.com. Het biedt informatie zowel voor consumenten als professionals.

³ Barry Callebaut biedt chocolade aan met een suikerreductie door de chocolade te verrijken met voedingsvezels en door natuurlijke zoetstoffen van de cacaoboon te gebruiken. Deze stoffen vervangen 40% van de suiker in normale chocolade. De voedingsvezels gebruikt voor deze chocolade bieden een significante positieve effecten op de gezondheid zoals een verbetering van het immuunsysteem, verbeterde orgaanfunctionering en een blijvend gevoel van verzadiging.

⁴ Zie persbericht: Discover how healthy pure indulgence can be op www.acticoa.com

⁵ Zie persbericht: Exciting new research points to the potentially life-prolonging effects of Barry Callebaut's ACTICOA™ chocolate: Chocolate That Makes You Live Longer

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

Met een jaarlijkse omzet van meer dan CHF 4 miljard voor het fiscale jaar 2005/06 is Barry Callebaut - gebaseerd in Zurich, Zwitserland – een wereldreferentie in de productie van hoogkwalitatieve cacao, chocolade en confiserie. Barry Callebaut maakt zich sterk in het ganse proces: van de cacaoboon tot het afgewerkte product in de winkel. Barry Callebaut bezit meer dan 30 productie-eenheden in 25 landen en stelt ongeveer 8,000 mensen te werk. Het bedrijf levert producten aan de ganse voedingsindustrie: van voedingsproductiebedrijven over professionele gebruikers van chocolade (zoals chocolatiers en banketbakkers) tot detailhandels. Het bedrijf levert eveneens een zeer brede waaier van diensten die betrekking hebben tot productontwikkeling en processing, training en marketing.

Voor meer informatie, contacteer:

Goedele Soetemans
Pride PR
Tel: 02 788 65 25
GSM: 0494 16 53 78
goedele@pr-ide.be

Ann Maes
Pride PR
Tel: 02 788 38 91
GSM: 0477 417 092
ann@pr-ide.be