



Une enquête européenne¹ réalisée par Barry Callebaut prévoit une croissance rapide de la demande de chocolat bon pour la santé

Un Européen sur trois aimerait manger du chocolat aux effets bénéfiques sur la santé

- **Un Européen sur trois (36%) aimerait manger du chocolat aux effets bénéfiques sur la santé; près de quatre Européens sur dix (38%) souhaiteraient du chocolat avec une teneur en sucres réduite naturellement.**
- **Les Européens pensent que le chocolat a une influence positive sur la condition psychique et physique: le chocolat est bon pour le moral (53%), donne de l'énergie (48%), stimule la mémoire (15%) et a un effet bénéfique sur le cœur et le système cardio-vasculaire (13%).**
- **Les Suisses sont les «chocoholics» d'Europe: près d'un quart d'entre eux s'accordent cette douceur chaque jour et un bon tiers plusieurs fois par semaine.**
- **Afin de s'adapter à l'évolution de la demande des consommateurs, Barry Callebaut lance de nouveaux produits sur le marché:**
 - **ACTICOA™², la source naturelle la plus riche en polyphénols bénéfiques pour la santé**
 - **et un chocolat avec une teneur en sucre réduite naturellement (jusqu'à 40%)³**
- **Barry Callebaut répond également à la demande croissante de chocolat de qualité supérieure en proposant de nouvelles sortes de chocolats purs ainsi que des chocolats équitables. Pour satisfaire aux besoins en produits aidant à la conservation de l'espace vital naturel et aux principes d'éthique, Barry Callebaut propose désormais un chocolat avec une double certification: Bio et Equitable.**

Zurich/Cologne/Frankfurt, 29 janvier 2007 – Les Européens sont de grands amateurs de chocolat. Selon une récente enquête de consommation réalisée par Barry Callebaut dans cinq pays européens comptant une longue tradition en matière de chocolat, une personne sur deux (52,8%) mange du chocolat au moins une fois par semaine et huit sur dix (79,8%) en consomment plusieurs fois par mois. Les Belges et les Suisses arrivent en tête : 62% des Belges et 60% des Suisses mangent du chocolat plusieurs fois par semaine. Les Suisses sont même les «chocoholics» d'Europe, puisque 23% d'entre eux en mangent tous les jours. Les résultats de l'enquête ont été présentés au Salon international de la confiserie (ISM), à Cologne.



News Release

Le chocolat au lait reste le plus populaire (58% des consommateurs européens déclarent en manger), suivi de près par le chocolat noir (43%) et le chocolat aux noisettes, aux raisins ou au nougat (41%). Les Suisses se montrent très européens dans leurs préférences, avec des parts presque identiques pour le chocolat au lait (58%), le chocolat aux noisettes et autres ingrédients (42%) et le chocolat noir (40%) où là, ils font exception. La France se distingue des autres pays européens puisque 57% de la population préfèrent les chocolats noirs. Même si traditionnellement, les Allemands sont des amateurs de chocolat au lait, 37% d'entre eux le consomment noir. Et si le chocolat «ordinaire» reste populaire (88,8%), le chocolat d'origine (10,8%) et le chocolat équitable (8,2%) gagnent en popularité. Le Royaume-Uni arrive en tête avec 22% pour le chocolat d'origine et 14% pour le chocolat équitable.

Alors que l'alimentation fonctionnelle en général (c.-à-d. les aliments aux effets bénéfiques avérés sur certains systèmes et fonctions de l'organisme) a le vent en poupe dans le monde entier, il n'existe pratiquement aucun chocolat fonctionnel disponible sur le marché à l'heure actuelle. C'est la raison pour laquelle la consommation de chocolat fonctionnel est très faible, à peine 1,6%. Un résultat à mettre en relation avec la connaissance limitée qu'ont les Européens des effets bénéfiques du cacao, ce qui a de quoi surprendre dans la mesure où il y a des milliers d'années, avant que le cacao ne soit importé en Europe, les anciennes civilisations mayas et aztèques l'utilisaient déjà en médecine.

La majorité des Européens pensent à juste titre que le chocolat est bon pour le moral (53%) et donne de l'énergie (36,6%). Mais ils ne connaissent que très peu les autres effets bénéfiques - avérés - du chocolat: il stimule la mémoire (15,4%), il est bon pour le cœur et le système cardiovasculaire (13,8%) et il contient des substances anticancérogènes (7,6%). Ce sont surtout les consommateurs français et suisses qui en connaissent et comprennent bien les effets bénéfiques, alors que les Britanniques sont de loin les plus sceptiques en Europe (Voir en annexe les résultats détaillés par pays).

Malgré ces connaissances limitées, il s'avère que si l'on interroge les consommateurs, le potentiel commercial du chocolat fonctionnel est énorme: plus d'une personne sur trois (36%) achèterait du chocolat aux effets bénéfiques pour la santé. Par ailleurs, le chocolat dont la teneur en sucre est limitée naturellement suscite un vif intérêt (pour autant que son goût ne soit pas altéré). Près de quatre Européens sur dix (38%) en achèterait volontiers et sont disposés à payer jusqu'à 10% de plus. En Suisse, le potentiel en faveur d'un chocolat savoureux contenant moins de sucre est supérieur à la moyenne. Presque une personne interrogée sur deux a répondu «oui» à cette question et 15% envisagent de l'acheter. Trois personnes sur dix (29%) sont prêtes à payer 10% de plus pour un chocolat bon pour la santé et 15% iraient même jusqu'à 20%.



News Release

Barry Callebaut : leader mondial et “trendsetter” dans le secteur du chocolat

Un produit chocolaté sur quatre vendus de par le monde est fabriqué avec du chocolat Barry Callebaut. Le plus grand fabricant au monde de produits à base de cacao et de chocolat de qualité supérieure pour l'ensemble de l'industrie alimentaire maintient sa position de leader grâce au développement intensif de nouveaux produits naturels dans lesquels on retrouve tous les bienfaits de la fève de cacao.

«Le chocolat est un produit naturel, délicieux et sain. Il a un indice glycémique faible et la fève de cacao contient environ 230 substances aux effets bénéfiques potentiels sur notre santé», déclare Hans Vriens, Chief Innovation Officer de Barry Callebaut.

«Cependant, nombreux sont ceux qui ont mauvaise conscience en consommant du chocolat. Chez Barry Callebaut, nous nous préoccupons beaucoup de ce sentiment de culpabilité – injustifié – en développant du chocolat «sans remords.» Il s'agit de chocolat dont le goût est aussi savoureux que celui du chocolat ordinaire et qui a, en plus, des effets bénéfiques sur la santé. A cet égard, Barry Callebaut lance deux grandes innovations : du chocolat dont la teneur en sucres a été réduite naturellement de 40% et ACTICOA™, un processus de fabrication révolutionnaire pour obtenir du chocolat avec des concentrations de polyphénols élevées. De nouvelles études portant sur les polyphénols du cacao ont récemment confirmé le lien longtemps soupçonné entre le cacao et la prévention du cancer⁴, leur effet bénéfique sur le cœur et le fait que ces polyphénols pourraient nous permettre de vivre plus longtemps⁵. Des perspectives passionnantes. Pour Barry Callebaut mais aussi pour le consommateur.»

Barry Callebaut : toujours une longueur d'avance grâce aux innovations

On distingue trois grandes tendances dans la consommation: santé et bien-être, goût et satisfaction des sens et facilité d'utilisation (prêt à l'usage). Les efforts d'innovation intenses de Barry Callebaut portent sur ces trois axes. Une vaste gamme de chocolats d'origine et de nouveaux arômes offre au consommateur de nouvelles expériences gustatives: en tout, 6 chocolats d'origine, 5 poudres d'origine et la Golden Chocolate Collection – six perles gustatives répondant aux préférences des Belges, des Français, des Allemands et des Suisses – seront lancées à l'occasion de l'ISM 2007.

¹ Enquête européenne menée aux mois de novembre et décembre 2006 par le bureau d'études indépendant IPSOS. Pays participants: Belgique, Allemagne, France, Royaume-Uni et Suisse.

² Le chocolat ACTICOA™ de Barry Callebaut a actuellement la teneur en antioxydants naturels la plus élevée. Sa teneur en polyphénols représente un multiple de celle du vin et du thé vert. Le chocolat ACTICOA™ contient deux fois plus de polyphénols que le chocolat noir traditionnel. Le chocolat au lait ACTICOA™ contient la même quantité de polyphénols du cacao qu'un chocolat noir traditionnel et quatre fois plus qu'un chocolat au lait traditionnel. Pour en savoir plus sur les polyphénols du cacao et



News Release

leurs propriétés sur le plan de la santé, voir le site www.acticoa.com. Il contient des informations tant pour les consommateurs que pour les utilisateurs de produits chocolatés.

³Barry Callebaut propose du chocolat avec une teneur en sucre réduite et enrichi de fibres alimentaires. En utilisant les sucres naturellement présents dans la fève de cacao, il est possible de remplacer jusqu'à 40% du sucre contenu dans le chocolat normal. Les fibres alimentaires utilisées dans ce chocolat ont d'importants effets bénéfiques sur la santé, tels que l'amélioration du système immunitaire et du transit intestinal ainsi qu'une sensation de satiété durable.

⁴Voir communiqué de presse: «Découvrez à quel point la satisfaction des sens peut être bénéfique pour la santé» sur le site web www.acticoa.com.

⁵ Voir communiqué de presse: «De nouvelles études passionnantes montrent que le chocolat ACTICOA™ de Barry Callebaut pourrait allonger la durée de vie: Un chocolat qui vous fait vivre plus longtemps» (disponible en anglais sous www.barry-callebaut.com).

* * *

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

Avec des ventes annuelles de plus de CHF 4 milliards pour l'année fiscale 2005/06, 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 et de produits de confiserie – de la fève de cacao au produit fini vendu en magasin. Barry Callebaut exploite plus de 30 sites de production dans 25 pays, et emploie environ 8.000 personnes. Le Groupe répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, des producteurs alimentaires aux utilisateurs professionnels de chocolat (chocolatiers, confiseurs et pâtisseries) en passant par la grande distribution. Il fournit également une gamme complète de services dans les domaines du développement de produits, de la transformation, de la formation et du marketing.

Contacts pour les médias

Belgique, Royaume-Uni et France

Ann Maes
Pride PR
Marketing Partner
Téléphone: +32 2 788 38 91
E-mail: ann@pr-ide.be

Belgique

Ann Dhoedt
Barry Callebaut Belgium NV
Marketing Manager Food Manufacturers
Téléphone: +32 53 73 02 01
E-mail: ann_dhoedt@barry-callebaut.com

Suisse

Gaby Tschofen
Barry Callebaut AG
Téléphone: +41 43 204 04 60
E-mail: gaby_tschofen@barry-callebaut.com

Allemagne

Sascha Tischer
:relations Gesellschaft für Kommunikation mbH
Téléphone: +49 69 963 652 14
E-Mail: s.tischer@relations.de



Résultats de l'enquête par pays

Méthodologie:

Enquêtes omnibus, menée par Ipsos Belgique N.V./S.A. à la demande de Barry Callebaut AG, Zurich, dans cinq pays européens entre le 4 novembre et le 14 décembre 2006.

Pays concernés: Belgique, France, Allemagne, Suisse et Royaume-Uni.

Échantillons: environ 1000 personnes par pays.

Collecte d'information: par interview téléphonique en Suisse, interviews face à face dans tous les autres pays.

Points principaux en Suisse:

- 1003 personnes ont été interrogées (par téléphone).
- Le chocolat au lait est avec 58% le chocolat le plus populaire – suivi par le chocolat avec des noix, du nougat ou des raisins (42%) et par le chocolat noir (40%).
- Les consommateurs suisses mangent volontiers du chocolat classique (87%).
- Les Suisses sont de grands amateurs de chocolat: 23% en mangent chaque jour, 37% plusieurs fois par semaine et 26% plusieurs fois par mois.
- Les consommateurs suisses pensent aussi que le chocolat est bon pour eux: 71% pensent qu'il est bon pour le moral et qu'il donne de l'énergie (52%), 20% qu'il est bon pour le système cardiovasculaire et 11% qu'il améliore la mémoire.
- 32% achèteraient du chocolat aux effets bénéfiques pour la santé. 19% hésitent et disent qu'ils en achèteraient peut-être.
- 48% achèteraient du chocolat avec une teneur en sucre réduite naturellement – 15% peu être.
- 29% seraient prêts à payer jusqu'à 10% de plus pour un chocolat aux effets bénéfiques pour la santé – 15% payeraient jusqu'à 20% de plus.

Points principaux en France:

- 999 personnes ont été interrogées (face à face).
- Les consommateurs français sont les plus grands amateurs européens de chocolat noir (57%). 56% mangent du chocolat au lait – suivi par du chocolat avec des noisettes, du nougat ou des raisins (47%).
- Les consommateurs français mangent principalement du chocolat classique (89%). Le chocolat équitable (12%) et le chocolat d'origine (12%) gagnent en popularité.
- 18% mangent du chocolat chaque jour, 32% quelques fois par semaine et 25% quelques fois par mois.
- Les consommateurs français pensent fermement que le chocolat est bon pour eux: 74% pensent que le chocolat est bon pour le moral et qu'il donne de l'énergie (42%). 22% pensent que le chocolat stimule la mémoire et 13% qu'il est bon pour le système cardiovasculaire.
- 38% achèteraient du chocolat aux effets bénéfiques pour la santé. 28% hésitent et disent qu'il se pourrait qu'ils en achètent.



News Release

- 35% aimeraient acheter du chocolat avec une teneur en sucre réduite naturellement – 25% en achèteraient peut-être.
- 24% sont prêts à payer jusqu'à 10% de plus pour un chocolat aux effets bénéfiques pour la santé – 11 % payeraient jusqu'à 20% de plus.

Points principaux en Allemagne:

- 1039 personnes ont été interrogées (face à face).
- Le chocolat au lait est le plus populaire (60%), suivi par le chocolat avec des noix, du nougat ou des raisins (52%). Par comparaison avec d'autres pays européens, les Allemands mangent moins de chocolat noir (37%). Dans l'Est du pays, ils sont tout de même 54% à en consommer (France: 57%).
- Les consommateurs achètent surtout du chocolat classique: 88%.
- 37% des Allemands mangent du chocolat quelques fois par mois (suivi par quelques fois par semaine (32%). Seuls 6% en mangent quotidiennement.
- 58% des consommateurs allemands pensent que le chocolat est bon pour le moral et qu'il donne de l'énergie (35%). 21% des Allemands pensent que le chocolat stimule la mémoire et 16% que le chocolat est bon pour le système cardiovasculaire.
- 30% achèteraient du chocolat aux effets bénéfiques pour la santé. 31% hésitent et disent qu'ils en achèteraient peut-être.
- 30% aimeraient acheter du chocolat avec une teneur en sucre réduite naturellement – 40% peu être.
- 21% sont prêts à payer jusqu'à 10% de plus pour un chocolat aux effets bénéfiques pour la santé – 12% payeraient jusqu'à 20% de plus.

Points principaux en Belgique:

- 952 personnes ont été interrogées (face à face).
- Les consommateurs belges préfèrent le chocolat au lait (58%) et le chocolat noir (47%).
- Les consommateurs belges mangent énormément de chocolat classique (97%), suivi par du chocolat avec une teneur de sucre réduite (7%).
- 21% mangent du chocolat chaque jour, 41% plusieurs fois par semaine et 22% plusieurs fois par mois.
- 39% des consommateurs belges pensent que le chocolat est bon pour le moral et qu'il donne de l'énergie (34%), 17% pensent que le chocolat stimule la mémoire et 13% qu'il est bon pour le système cardiovasculaire.
- 48% achèteraient du chocolat aux effets bénéfiques pour la santé. 20% hésitent et disent qu'il se pourrait qu'ils en achètent.
- 46% achèteraient volontiers du chocolat avec une teneur en sucre réduite naturellement – 15% disent qu'ils en achèteraient peut-être.
- 21% seraient prêts à payer jusqu'à 10% de plus pour un chocolat aux effets bénéfiques pour la santé– 9% payeraient jusqu'à 20% de plus.



News Release

Points principaux au Royaume-Uni:

- 1039 personnes ont été interrogées (face à face).
- Le chocolat au lait est avec 61% le plus populaire – suivi par le chocolat noir (35%) et le chocolat aux noix, nougat ou raisins (33%).
- Les consommateurs britanniques mangent volontiers du chocolat d'origine (22%) et du chocolat équitable (14%). 83% achètent et consomment du chocolat classique.
- La plupart des consommateurs britanniques mangent du chocolat plusieurs fois par semaine (39%), suivi par quelques fois par mois (25%). 15% en mangent quotidiennement.
- Les consommateurs britanniques sont plus sceptiques que les autres consommateurs européens quant aux bienfaits du chocolat sur la santé. 23% pensent qu'il est bon pour le moral et qu'il donne de l'énergie (20%). Seulement 6% des Britanniques pensent qu'il améliore la mémoire et 7% qu'il est bénéfique pour le système cardiovasculaire.
- 30% achèteraient du chocolat aux effets bénéfiques pour la santé. 19% hésitent et disent qu'ils en achèteraient peut-être.
- 33% achèteraient du chocolat avec une teneur en sucre réduite naturellement – 27% peut être.
- 21% seraient prêts à payer jusqu'à 10% de plus pour un chocolat aux effets bénéfiques pour la santé – 10% payeraient jusqu'à 20% de plus.