

Comunicato stampa

Riprogettare il modo in cui viene prodotto il cioccolato

Barry Callebaut presenta la seconda generazione di cioccolato

- **Per assaporare la purezza dei sapori del cacao, Barry Callebaut ha riprogettato la coltivazione, la fermentazione e la tostatura delle fave di cacao.**
- **Il cioccolato fondente contiene solo cacao e zucchero, quello al latte anche altri ingredienti. La seconda generazione di cioccolato mette "il cacao al primo posto, lo zucchero all'ultimo".**
- **Con la seconda generazione di cioccolato, Barry Callebaut intende compiere un ulteriore passo per rispondere alle mutate preferenze dei consumatori e al loro desiderio di concedersi un piacere più consapevole.**

Venezia/Italia, 27 ottobre 2022 – Barry Callebaut, leader mondiale nella produzione di cioccolato e prodotti a base di cacao di alta qualità, presenta oggi la seconda generazione di cioccolato. Un'innovazione, a distanza di oltre 140 anni dall'introduzione sul mercato della prima generazione di cioccolato, pensata per consentire ai brand e agli artigiani di rispondere alle nuove esigenze dei consumatori, sempre più impegnati nell'adozione di scelte di consumo sane e consapevoli, che rendano omaggio ai sapori della natura.

Tecniche tradizionali, ingegnerizzate a prova di futuro

Per la seconda generazione di cioccolato, fondamentale risulta il profilo aromatico della fava di cacao lungo tutta la filiera: dalla coltivazione alla fermentazione e tostatura, tutti i processi sono coinvolti nella definizione delle caratteristiche di sapore della fava di cacao.

Barry Callebaut ha reinventato il processo di produzione del cioccolato - qualificato come principio [Cocoa Cultivation & Craft](#) (CCC) - per riconoscere le qualità speciali di ciascuna fava di cacao ed esaltarne le sfumature di sapore. Grazie a un programma di ricerca pluriennale sviluppato, a partire dall'inizio degli anni 2000, in collaborazione con l'Università Jacobs di Brema (Germania), Barry Callebaut ha acquisito nuove conoscenze. Tecnologie di rilevamento avanzate, combinate con nuovi metodi sensoriali, consentono di identificare le caratteristiche uniche delle fave di cacao.

Abbandonarsi alla purezza degli aromi del cacao

Applicando il principio CCC, Barry Callebaut ha potuto ridefinire completamente il cioccolato mettendo 'il cacao al primo posto, lo zucchero all'ultimo'. E proprio per sperimentare ogni sfumatura di sapore del cacao, la ricetta della seconda generazione di cioccolato è la più pura possibile e contiene il 60-80% in più di cacao. Il cioccolato fondente è composto da due ingredienti: il cacao al quale viene aggiunto solo zucchero. Il cioccolato al latte è invece composto da cacao, latte e zucchero.¹

Questo cioccolato diventa testimonianza di un ritrovato sapore della natura, che si adatta alle nuove esigenze di un consumo consapevole. La seconda generazione di cioccolato contiene infatti il 50% di zucchero in meno rispetto a più dell'80% del cioccolato consumato nel mondo.

Il gusto varia dal naturale e ricco sapore del cacao verso sapori più complessi. Introducendo la seconda generazione di cioccolato, Barry Callebaut intende ispirare e supportare i marchi e gli artigiani che operano nei settori di confetteria, panetteria, pasticceria, dessert e gelateria a definire una futura generazione di creazioni di cioccolato.

¹ Come riferimento, l'attuale media dei prodotti industriali contiene il 30-40% di cacao per il cioccolato al latte, il 45-50% cacao per il cioccolato fondente e 6-9 ingredienti.

A tal proposito, Peter Boone, CEO del Gruppo Barry Callebaut, ha dichiarato: "La seconda generazione di cioccolato risponde perfettamente all'evoluzione delle preferenze dei consumatori e al loro desiderio di concedersi un piacere più consapevole. Desideriamo ispirare e sostenere i marchi e gli artigiani nella realizzazione delle loro creazioni di nuova generazione e testimoniare la nostra leadership nel plasmare il futuro del piacere del cioccolato".

Il piacere consapevole è in aumento

Alla ricerca di momenti di piacere nella vita, sempre più consumatori oggi cercano di vivere in armonia con il proprio corpo, la propria mente e l'ambiente. Anche per questo, la sottocategoria del cioccolato strettamente connesso al piacere consapevole è cresciuta del 6,0%, superando la crescita del mercato totale che nel periodo 2016-2021² si è attestata su un +1,8%.

Il cioccolato prodotto secondo il principio CCC è stato valutato positivamente da un test di mercato quantitativo svolto dall'agenzia di ricerca globale indipendente MMR Research Worldwide³ negli Stati Uniti, nel Regno Unito e in Cina. La ricerca, focalizzata sul concept di consumo e sul prodotto, ha infatti indicato sia un'elevata attrattiva per i consumatori sia una forte intenzione di acquisto.

Dal 2017, Barry Callebaut ha approfondito le sue conoscenze sui consumatori, accelerando la spinta verso l'innovazione con l'introduzione del cioccolato Ruby (il cioccolato rosa), del Cioccolato WholeFruit e della prima bevanda nutraceutica alla frutta, Elix. Con l'introduzione della seconda generazione di cioccolato, Barry Callebaut conferma il suo obiettivo: creare felicità con il cioccolato e assicurarsi che questo prodotto continui a essere la delizia preferita al mondo per le generazioni di oggi e di domani.

² Euromonitor International Limited [2022] © Tutti i diritti riservati, dati relativi al 2016-2021, l'ambito di applicazione della sottocategoria contiene prodotti etichettati come: senza allergeni, naturali, a base vegetale, soluzioni prive di zucchero.

³ MMR Quantitative Consumer Study 2021

A proposito del gruppo Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Con un volume di vendite su base annua di 7,2 miliardi di franchi circa (6,6 miliardi di euro / 7,9 miliardi di dollari USA) nell'esercizio fiscale 2020/21, il gruppo Barry Callebaut con sede a Zurigo è leader mondiale nella realizzazione di prodotti a base di cioccolato e cacao di alta qualità, dall'approvvigionamento e dalla lavorazione delle fave di cacao alla produzione dei migliori cioccolati, compresi ripieni di cioccolato, decorazioni e prodotti compositi. Il gruppo gestisce più di 60 impianti produttivi in varie parti del mondo e impiega su scala globale una forza lavoro diversificata e dedicata di oltre 13'000 unità.

Il gruppo Barry Callebaut rifornisce tutto il settore alimentare, a partire dai produttori di beni alimentari industriali fino agli utenti artigianali e professionali del cioccolato, come ad esempio cioccolatieri, pasticceri, fornai, hotel, ristoranti e ditte di catering. I marchi internazionali che soddisfano le esigenze specifiche di questi clienti gourmet sono [Callebaut](#)[®], [Cacao Barry](#)[®], [Carma](#)[®] e l'azienda specializzata in decorazioni [Mona Lisa](#)[®]. Il gruppo Barry Callebaut si impegna a fare della produzione sostenibile di cacao la norma entro il 2025 per contribuire ad assicurare anche in futuro l'approvvigionamento di cacao e a migliorare l'esistenza dei coltivatori. Sostiene la [Cocoa Horizons Foundation](#) nel suo intento di plasmare un futuro sostenibile per il cacao e il cioccolato.

Seguite il gruppo Barry Callebaut: [LinkedIn](#) [Instagram](#) [Twitter](#) [YouTube](#) [Flickr](#) [Facebook](#)**Contact****for the media**

Frank Keidel
Head of Media Relations
Barry Callebaut AG
Phone: + 41 43 268 86 06
frank_keidel@barry-callebaut.com

for investors and financial analysts:

Claudia Pedretti
Head of Investor Relations
Barry Callebaut AG
Phone: +41 43 204 04 23
claudia_pedretti@barry-callebaut.com