

Communiqué de presse

La prochaine génération de consommateurs est à la recherche d'expériences savoureuses, bonnes pour elle et pour la planète

Barry Callebaut lance « M_Ik Chocolate », un chocolat 100 % sans produits laitiers et issu de la gamme de friandises « Plant Craft »

- **Barry Callebaut lance « M_Ik Chocolate », un produit unique, 100 % sans produits laitiers, pour répondre à la demande croissante des consommateurs en faveur de friandise d'origine végétale.**
- **Le nouveau « M_Ik Chocolate » fait partie de la gamme « Plant Craft », qui comprend le chocolat, le cacao, les produits à base de noix, les garnitures et les décorations.**
- **Barry Callebaut affectera un site de production distinct en Europe à la production de chocolat sans produits laitiers.**

Cologne, le 2 février 2020 – Barry Callebaut, le premier fabricant mondial de chocolat et de produits à base de cacao de haute qualité, a annoncé aujourd'hui le lancement du « M_Ik Chocolate », un chocolat 100 % sans produits laitiers et issu de la gamme de friandises « Plant Craft ». Ce nouveau chocolat répond à la demande croissante des consommateurs, notamment des *millennials* et *centennials*, en faveur de friandises d'origine végétale. Le nouveau chocolat fait partie d'une gamme plus large de produits, « Plant Craft », comprenant du chocolat, du cacao, des noix et des garnitures aux décorations.

La nouvelle génération se tourne vers un régime « flexitarien »

Les *millennials* et *centennials* aspirent à vivre de façon heureuse et saine, en symbiose avec le monde qui les entoure. Ils veulent des aliments et des boissons savoureux et bons pour eux, mais aussi pour la planète et ses habitants.

Ce lancement intervient à un moment où les consommateurs soucieux du développement durable, en particulier les *millennials* et *centennials*, adoptent de plus en plus un mode de vie « flexitarien » ou « freegan » en alternant sans problème entre des aliments d'origine végétale un jour et des aliments d'origine animale le lendemain ou en participant à des initiatives telles que le « Veganuary » (qui promeut l'adoption d'un régime exclusivement *vegan* durant le mois de janvier) afin de réduire leur empreinte carbone.

Ces tendances sont encore plus fortes pour les jeunes générations : une récente enquête de Barry Callebaut menée auprès des consommateurs révèle que si environ 9 % des répondants belges des générations Z et Y se disent *vegan*, 9 % s'identifient comme végétariens et plus d'un quart (26 %) comme flexitariens. L'enquête délivre d'autres résultats notables, parmi lesquels :

- environ 13 % de la jeune génération consomme quotidiennement des aliments sans produits laitiers, un contraste frappant par rapport aux répondants de plus de 37 ans, dont près de la moitié (48 %) ne consomment jamais d'aliments exempts de produits laitiers ;
- le nombre de consommateurs d'aliments d'origine végétale augmente considérablement : 32 % des personnes interrogées déclarent consommer plus d'aliments *vegan* ou sans produits laitiers qu'il y a cinq ans, et un tiers (33 %) s'attend à ce que sa consommation d'aliments sans produits laitiers augmente dans les cinq années à venir ;
- ce qui ne signifie cependant pas qu'ils sont satisfaits de l'offre actuelle du marché : 25 % pensent qu'il n'y a pas assez d'options *vegan* ou sans produits laitiers savoureuses sur le marché et 27 % de ceux qui boudent les produits d'origine végétale pointent leur prix comme étant un obstacle.

Des friandises d'origine végétale qui ne lésinent pas sur le goût

Le nouveau «Milk Chocolate», sans produits laitiers, est crémeux, laiteux et dévoile la saveur et la texture typiques du chocolat au lait. Il est fabriqué à partir d'un ingrédient d'origine naturelle, exclusivement disponible pour Barry Callebaut, provenant d'une racine unique. Il aura fallu deux ans à une équipe de R&D de Barry Callebaut pour mettre cette innovation au point.

« La prochaine génération de consommateurs est à la recherche d'expériences savoureuses, bonnes pour elle et pour la planète. C'est dans cet esprit que nous souhaitons accompagner le secteur dans cette révolution d'origine végétale », explique Pablo Perversi, Chief Innovation, Sustainability and Quality Officer et Head of Gourmet chez Barry Callebaut. « Forts de plus de 175 ans d'expérience dans la maîtrise du chocolat, nous mettons la création d'expériences gourmandes au cœur de tout ce que nous faisons. Grâce à cette innovation, nous sommes fiers de proposer des créations chocolatées avec toute l'onctuosité à laquelle les consommateurs s'attendent, 100 % sans produits laitiers. »

Afin d'aider les artisans et les marques du monde entier à créer des expériences gourmandes d'origine végétale, Barry Callebaut lance «Plant Craft», une large gamme d'ingrédients *vegan* et sans produits laitiers : chocolats, poudres de cacao, produits à base de noix, de la pâte aux garnitures en passant par les décorations.

Première usine de chocolat sans produits laitiers entièrement distincte en Europe

Pour commercialiser ces produits d'origine végétale, Barry Callebaut développe un réseau européen unique d'installations de production sans produits laitiers entièrement distinctes, dont une chocolaterie ultramoderne à Norderstedt, en Allemagne. La nouvelle usine sera le premier site du fabricant capable d'approvisionner le marché européen en chocolat exempt de produits laitiers, avec une capacité de production annuelle qui devrait atteindre des dizaines de milliers de tonnes. L'usine ouvrira ses portes en tant qu'infrastructure sans produits laitiers dans le courant du premier semestre 2021.

La nouvelle gamme de chocolat, de cacao et de noix sans produits laitiers donnera aux confiseurs tout ce dont ils ont besoin pour donner vie à des créations gourmandes sans produits laitiers. Les marques et les artisans peuvent bénéficier du soutien de la nouvelle plateforme «Plant Craft» sur www.barry-callebaut.com, qui sera une source d'inspiration et de conseils d'experts. Elle les aidera à développer des créations gourmandes d'origine végétale en leur proposant des recettes, en suivant les tendances du secteur et en leur donnant des recommandations de chefs. Des conseillers techniques seront également à leur disposition pour les orienter quant à l'association des saveurs et à la faisabilité.

À propos de l'enquête

L'enquête en ligne exclusive de Barry Callebaut a été réalisée en janvier 2020 à l'aide de la plateforme d'étude de marché Qualtrics. Elle ciblait les consommateurs de plus de 18 ans dans six pays : Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni. L'objectif consistait à étudier l'évolution des habitudes alimentaires et des attitudes des consommateurs à l'égard des produits vegan ou d'origine végétale. Les participants ont été sélectionnés pour être représentatifs de la population de chaque pays et recrutés via un panel de recherche en ligne. Au total, 1800 réponses ont été recueillies, soit 300 réponses par pays.

L'enquête a utilisé les définitions suivantes :

Produits végétariens : produits fabriqués sans viande, volaille, gibier, poisson ou crustacés, mais qui peuvent être fabriqués avec des produits laitiers ou des œufs.

Flexitarien : régime alimentaire mixte, principalement végétarien avec une consommation occasionnelle de viande.

Aliments vegan/d'origine végétale : produits fabriqués sans ingrédients d'origine animale, mais pouvant contenir des traces de produits laitiers.

Sans produits laitiers : aliments fabriqués dans un environnement contrôlé sans aucune trace de produits laitiers. Convient aux personnes souffrant d'allergies aux produits laitiers.

À propos du groupe Barry Callebaut (www.barry-callebaut.com):

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 7,3 milliards (EUR 6,5 milliards / USD 7,4 milliards) environ pour l'exercice 2018/19, 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 plus de 12 000 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 Gourmet sont Callebaut® et Cacao Barry®.

Le groupe Barry Callebaut s'engage à faire du chocolat durable la norme d'ici 2025 afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs. Il soutient la Fondation Cocoa Horizons dans son objectif de façonner un futur du cacao et du chocolat ancré dans la durabilité.

Suivez le groupe Barry Callebaut:

 [Twitter](#)

 [LinkedIn](#)

 [Facebook](#)

 [YouTube](#)

 [Flickr](#)

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