



Une étude de consommation¹ le démontre: **Les Suisses sont les plus grands fans de chocolat d'Europe et ont un faible pour les spécialités!**

- **Un Suisse sur six (16%) prend plaisir chaque jour à manger du chocolat. De ce fait, les Helvètes occupent le premier rang mondial des consommateurs**
- **Les gourmets suisses ont découvert le chocolat premium: un consommateur sur trois savoure régulièrement du chocolat de provenance unique et un sur dix grignote au moins une fois par mois du chocolat bio**
- **Le chocolat s'achète surtout à Noël et à Pâques, mais le prix ne joue pas un rôle déterminant**

Zurich/Suisse, le 25 mars 2008 – Pour de nombreux Suisses, le chocolat fait partie des plaisirs de la vie quotidienne. Près de la moitié d'entre eux (45%) en mange plusieurs fois par semaine et même un sur six (16%) s'accordent ce doux plaisir chaque jour. En d'autres termes, ce sont les Suisses qui, dans le monde, mangent du chocolat le plus souvent, suivis par les Britanniques (14% quotidiennement) et les Belges (13%). Ces chiffres sont tirés d'une étude que Barry Callebaut vient de publier et qui a été effectuée au début de cette année en Allemagne, Belgique, France, Grande-Bretagne et en Suisse, ainsi qu'aux Etats-Unis.

Les Suisses aiment le chocolat de provenance unique

Les amateurs suisses de chocolat ont une préférence marquée pour les spécialités. Ils aiment la diversité et s'intéressent de plus en plus au **chocolat premium** tel que le chocolat de provenance unique produit avec des fèves récoltées dans une région déterminée. Plus de la moitié de la population a déjà découvert ce chocolat au goût de cacao si caractéristique.

Près d'un Suisse sur trois (30%) en mange même régulièrement, ce qui place les Helvètes en tête des statistiques de consommation, suivis

par les Belges (24%) et les Américains (22%). Dans toute l'Europe, un cinquième des personnes interrogées (19%) consomme régulièrement du chocolat de provenance unique.

Chocolat de provenance unique Vive la différence!

Pourcentage des consommateurs mangeant au moins une fois par mois du chocolat d'origine pur:

- **Suisse (30%)**
- Belgique (24%)
- Amérique (22%)
- France (17%)
- Allemagne (13%)
- Grande-Bretagne (12%)

«Notre accès direct aux pays producteurs de cacao nous permet de développer le plus grand choix de chocolats d'une seule provenance que l'on peut trouver sur le marché», explique Hans Vriens, Chief Innovation Officer de Barry Callebaut. «Notre offre en comporte plus de 40 sortes différentes, dont le goût unique constitue une véritable découverte pour les amateurs du monde entier. Ces chocolats de la qualité la plus fine sont faits avec des fèves provenant de petites plantations situées dans des régions très reculées.»

¹ A la demande de Barry Callebaut AG, Zurich, Ipsos Belgium N.V./S.A a effectué une étude de consommation dans cinq pays européens (Allemagne, Belgique, France, Grande-Bretagne, Suisse) et aux Etats-Unis, du 7 au 28 janvier 2008. Nombre de personnes interrogées: 1000 au moins par pays.



Communiqué de presse

Montée en puissance des chocolats équitables et bio

Le sondage de Barry Callebaut montre que 36% des Européens ont récemment changé leurs habitudes de consommation de chocolat et qu'ils s'intéressent de plus en plus à de nouvelles sortes. Outre le chocolat de provenance unique, le **chocolat équitable** et le **chocolat bio** ont été bien accueillis par les consommateurs. Là aussi, les Suisses sont en première ligne, puisque près de 25% d'entre eux consomment du chocolat équitable au moins une fois par mois et 10% mangent régulièrement du chocolat bio. Viennent ensuite les Britanniques, dont 2 sur 10 choisissent régulièrement des produits équitables. Par contre les Allemands se montrent encore hésitants.

Un faible pour les spécialités!

Pourcentage des consommateurs par pays qui ont découvert les chocolats premium suivant:

	chocolat d'origine	chocolat bio	chocolat équitable
Amérique	53%	38%	38%
Suisse	52%	28%	46%
Allemagne	40%	13%	19%
Belgique	40%	20%	23%
Grande-Bretagne	34%	31%	43%
France	34%	12%	26%

Les Suisses sont des gourmets qui ne regardent pas beaucoup au prix

Deux tiers des Suisses (66%) ont déclaré ne pas avoir besoin d'une occasion particulière pour acheter du chocolat. Les traditionnels pères Noël et lapins de Pâques en chocolat n'en restent pas moins un must pour beaucoup d'entre eux: 28% achètent du chocolat à Noël et 25% à Pâques. Pour 11% des Suisses, le prix n'est pas un facteur déterminant, contrairement à 35% des Allemands. En outre, les Suisses ne se montrent guère sensibles aux offres spéciales. Seuls 5% ont donné une action promotionnelle comme motif d'achat. Il en va tout autrement pour les Français, dont 26% réagissent positivement à de telles actions.

* * *

A propos de la méthode employée:

Sondage de consommation effectué à la demande de Barry Callebaut AG, Zurich, par Ipsos Belgium N.V./S.A dans cinq pays européens et aux Etats-Unis;

Période de sondage: du 7 au 28 janvier 2008;

Espace géographique: Allemagne, Belgique, France, Grande-Bretagne, Suisse et USA;

Nombre de personnes interrogées: au moins 1000 par pays;

Procédés: interviews face à face en Allemagne, Belgique, Grande-Bretagne et en France; téléphoniques en Suisse et aux Etats-Unis.

De plus amples informations sur ce sondage IPSOS sont disponibles sur le site Internet de Barry Callebaut: www.barry-callebaut.com

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, 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. Présent dans 24



Communiqué de presse

pays, Barry Callebaut possède plus de 40 sites de production et occupe quelque 8000 collaboratrices et collaborateurs. Le Groupe répond aux besoins de l'ensemble de l'industrie alimentaire, depuis les fabricants jusqu'aux utilisateurs professionnels de chocolat, tels que chocolatiers, confiseurs et boulangers, jusqu'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.

* * *

Contacts médias:

Josiane Kremer, Corp. Communications
Barry Callebaut AG
Tél. +041 925 43 204 58
josiane_kremer@barry-callebaut.com

EXTRAITS DU SONDAGE

• Chocolats d'origine: consommateurs en ayant déjà goûté

	2008	2006
USA	53 %	42%
Suisse	52 %	8%
Allemagne	40 %	7%
Belgique	40 %	5%
France	34 %	22%
GB	34 %	12%

• Où mangez-vous du chocolat?

	A la maison	En route	Au travail	N'importe où
France	84 %	1 %	4 %	8 %
Allemagne	79 %	5 %	3 %	11 %
Suisse	77 %	4 %	7 %	10 %
Belgique	76 %	2 %	6 %	14 %
GB	62 %	8 %	11 %	16 %
USA	52 %	12 %	15 %	17 %

• Pourquoi achetez-vous une marque particulière?

	Parce que je l'aime	J'achète toujours la même	Je fais attention au prix	Je réagis aux offres spéciales
Allemagne	59 %	31%	35 %	7 %
USA	59 %	40 %	31 %	20 %
GB	53 %	24 %	15 %	15 %
Suisse	39 %	26 %	11 %	5 %
France	33 %	45 %	27 %	26 %
Belgique	32 %	68 %	8 %	12 %

• A quelle occasion achetez-vous du chocolat?



Communiqué de presse

	Pas d'occasions particulières	A Noël	A Pâques
Belgique	89 %	8 %	19 %
France	71 %	24 %	17 %
Allemagne	77 %	35 %	30 %
GB	61 %	42 %	31 %
Suisse	66 %	28 %	25 %
USA	67 %	45 %	41 %