

Communiqué de presse

49 % des consommateurs tentent de limiter leur consommation de sucre Barry Callebaut répond à une tendance mondiale avec cinq solutions saines pour réduire ou supprimer le sucre

- **Tendance des consommateurs : la consommation de sucre diminue partout dans le monde**
- **Barry Callebaut a développé une gamme de solutions pour réduire la quantité de sucre dans les produits de confiserie sans en sacrifier le goût**

Francfort/Allemagne – Le 28 novembre 2017 – Les questions de bien-être et de santé liées au sucre sont au centre de toutes les préoccupations, notamment parmi la génération Y et les personnes plus âgées soucieuses de leur santé. Toutes ces personnes ont une chose en commun : elles recherchent des aliments sains présentant un excellent profil nutritionnel, mais sans aucun compromis en matière de goût. De nos jours, 49 % de la population essaye de réduire sa consommation de sucre. Les alternatives saines en matière de collations et d'aliments sont en nette augmentation à travers le monde. Barry Callebaut répond à cette tendance en consentant des investissements continus en R&D. Elle a mis au point une gamme complète de cinq solutions pour réduire ou supprimer le sucre dans le chocolat et propose également une boîte à outils de technologies de substitution du sucre pour des applications de développement propres au consommateur.

Tendance à la baisse de la consommation de sucre

C'est une tendance mondiale : les consommateurs recherchent de plus en plus d'alternatives saines, mais savoureuses. Ils ont ainsi le sentiment de maîtriser davantage leur santé et recherchent des aliments qui leur permettent de mener une vie saine, sans oublier de se faire plaisir.

Les études de marché confirment cette tendance à la baisse de la consommation de sucre : 49 % des consommateurs à travers le monde essayent de limiter leur consommation de sucre, 23 % essayent de manger une quantité de sucre modérée et 14 % évitent tout à fait le sucre.¹

« De nos jours, les consommateurs veulent profiter des aliments sans se sentir coupables et sans compromis en matière de goût », explique Bas Smit, Global and EMEA Marketing Director Barry Callebaut. « Tout est une question de plaisir. Cette tendance à des choix sains gagne l'Europe et le monde. Des années de recherche ont permis de trouver des solutions pertinentes pour nos clients afin de satisfaire les besoins du consommateur. »

Expertise avérée en matière de réduction du sucre

« Depuis 2007, nous travaillons sur la reformulation du chocolat », déclare Leen Allegaert, responsable du programme innovation 'Wholesome Choice' de Barry Callebaut. « Au fil des ans,

¹ TrendSightsAnalysis_Ethical Wellbeing_GlobalData_2016-10 & GlobalData_2016 Canadean ConsumerSurveyDataGlobal

nous avons développé une expertise avérée en matière de réduction de sucre. Nous avons mis au point une boîte à outils des technologies de substitution du sucre pour des applications de développement propres au consommateur ainsi qu'une gamme complète de chocolats et de remplissages qui contient moins de sucre ou sans sucre ajouté. »

Lors du FiE qui se tiendra à Francfort cette semaine (du 28 au 30 novembre), Barry Callebaut expliquera plus en détail ses cinq solutions pour réduire ou supprimer le sucre :

Réduction du sucre

La première solution de Barry Callebaut consiste à réduire le sucre d'au moins 30 %, puisque la quantité totale de sucre contenu dans les produits doit être inférieure de 30 % à un produit similaire sur le marché pour pouvoir revendiquer une réduction de la quantité de sucre. Son chocolat noir et au lait allégés en sucre contient un mélange de fibres alimentaires qui remplace une partie du sucre. Le chocolat conserve sa saveur sucrée, même si la teneur en sucre est considérablement réduite. Ce chocolat avec moins de sucre offre toujours un profil de dégustation équilibré, se travaille bien et il est bien toléré à la digestion.

Sans sucre ajouté

La deuxième solution de Barry Callebaut consiste en des recettes sans sucre ajouté. Il s'agit d'une variété de chocolats noir, au lait et blanc, avec du maltitol en remplacement du sucre 'one-on-one'. Le maltitol est un polyol (un sucre alcool) utilisé comme édulcorant de masse, faible en calories, mais au pouvoir sucrant de 90 %.

Sans sucre ajouté et sans effet laxatif potentiel

Barry Callebaut propose également du chocolat sans sucre ajouté et sans l'exigence de mentionner l'effet laxatif qui peut être dû à un polyol tel que le maltitol. La mention de l'effet laxatif n'est pas requise pour des recettes qui utilisent au maximum 10 pour cent de polyols combinés à des fibres alimentaires.

Il s'agit d'une variété de chocolats noir, au lait et blanc qui comprennent, outre des polyols, de la stévia pour un excellent profil de dégustation et un mélange de fibres alimentaires unique, breveté depuis 2009. Ce mélange contient de l'inuline, une fibre d'origine naturelle principalement présente dans la racine de la chicorée reconnue pour ses bienfaits intestinaux. La stévia, quant à elle, est un édulcorant très intense, plus sucré que le saccharose, et un succédané de source naturelle contenant zéro calorie. Ainsi, seule une petite quantité est nécessaire.

Sans sucre

Barry Callebaut a également une série de recettes qui ne contiennent aucun sucre. Pour ces chocolats sans sucre, Barry Callebaut utilise du maltitol et de la stévia en tant qu'édulcorants et retire tout le sucre. Le résultat ? Un chocolat zéro sucre avec du maltitol et de la stévia qui conserve un goût et une texture exceptionnels.

Réduction progressive

La dernière solution consiste à réduire progressivement le sucre dans votre chocolat, de 10 à 20% année après année, sans ajouter de polyol. Barry Callebaut propose également un soutien pour la reformulation des produits et des conseils en matière de réglementation.

Téléchargez les photos en HD [ici](#)

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,8 milliards (EUR 6,3 milliards / USD 6,9 milliards) environ pour l'exercice 2016/17, 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 près de 11'000 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 sont Callebaut® et Cacao Barry®.

Le groupe Barry Callebaut s'engage à faire en sorte que la production de chocolat durable devienne la norme d'ici à 2025, afin d'assurer l'approvisionnement futur en cacao et d'améliorer les conditions de vie des cultivateurs. Il soutient la Fondation Cocoa Horizons et son objectif de façonner un avenir durable pour le secteur du chocolat et du cacao.

Suivez le groupe Barry Callebaut :



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)



[YouTube](#)



[Flickr](#)



[Instagram](#)



[Google+](#)

Personne de contact

Pour les médias :

Bas, Smit

Global and EMEA Marketing Director

Barry Callebaut

bas_smit@barry-callebaut.com

Raf, Weverbergh

Managing Partner

FINN

barry-callebaut@finnpr.com