

Communiqué de presse

Tirant parti du besoin croissant des consommateurs pour des gourmandises plus saines et des produits végétaux

La Morella Nuts dévoile au monde son savoir-faire méditerranéen pour les produits à base de fruits à coque

- **La Morella Nuts annonce son développement à l'international après des décennies de savoir-faire méditerranéen pour les fruits à coque en Espagne.**
- **Un Centre Mondial d'Expertise pour les fruits à coque est ouvert afin d'offrir une expérience virtuelle et physique aux clients, aux universitaires et aux associations afin de co-développer de nouveaux ingrédients et utilisations.**
- **La Morella Nuts introduit une gamme de produits gourmands pour les produits végétaux comme les boissons, confiseries et glaces végétales, destinée aux marques et aux artisans dans un marché en forte croissance.**

Reus/Espagne, le 19 novembre 2020 – Le spécialiste des ingrédients de qualité à base de fruits à coque La Morella Nuts, qui crée de délicieux ingrédients pour les artisans et les marques, annonce un développement à l'international après des décennies de savoir-faire méditerranéen dans les fruits à coque en Espagne. Avec cette expansion, l'expert s'appuie sur le besoin croissant pour des gourmandises plus saines et de produits végétaux dans le monde entier.

Santé personnelle et environnementale

À l'instar du mode de vie méditerranéen, les Millennials et les Centennials du monde entier sont à la recherche d'aliments savoureux et riches en nutriments, comme des options végétales, végétaliennes et riches en protéines. Depuis la pandémie, l'attention portée à la santé personnelle et environnementale augmente également chez les générations plus âgées. Le goût, la texture et les bienfaits pour la santé offerts par les fruits à coque augmentent davantage la popularité de cette catégorie de produits.

Le lait d'amande est l'alternative au lait de vache la plus populaire et le leader de la catégorie des boissons végétales, représentant plus d'un milliard de dollars de ventes aux États-Unis seulement.¹ Les laits de noisettes et noix de cajou sont également de plus en plus populaires. Entre 2015 et 2019, la quantité de boissons, de desserts et produits glacés végétaux à base de noix a triplé.² Le marché mondial des produits sans produits laitiers devrait augmenter chaque année dans les boissons (6,3 %), les yaourts (16,7 %) et crème glacée (21,6 %) jusqu'en 2024.³

Pablo Perversi, Chief Innovation, Sustainability & Quality Officer and Global Head of Gourmet chez Barry Callebaut, souligne : « Avec notre marque La Morella Nuts, nous offrons aux artisans et aux marques des expériences avec les fruits à coque qui sont savoureuses, nutritives et bonnes pour la planète. C'est exactement ce que la prochaine génération de consommateurs à travers le monde recherche. Et c'est pourquoi aujourd'hui, nous élargissons nos services au monde entier, depuis les vergers méditerranéens ».

Les solutions Savoir-faire Méditerranéen pour le monde

La Morella Nuts se développe en Europe et en Asie-Pacifique à partir d'aujourd'hui. L'expansion en Amérique du Nord commencera en 2021. Avec les nouveaux développements et l'ouverture de son Centre Mondial d'Expertise pour les fruits à coque, La Morella Nuts vise à fournir des solutions aux marques et aux artisans à travers le monde.

¹ The Good Food Institute (2020) – L'amande est l'alternative laitière la plus populaire de la catégorie des boissons végétales.

² Innova (2020) – La quantité de produits non-laitiers a triplé entre 2015 et 2019.

³ Euromonitor (2020) – Taux de croissance estimé entre 2020 et 2024 année après année.

Stimuler l'innovation mondiale avec l'ouverture d'un Centre Mondial d'Expertise

Pour fournir des solutions aux marques et aux artisans, le centre de pointe basé à Reus, en Espagne, combine un savoir-faire en goût et en texture, en approvisionnement et en durabilité, ainsi que des connaissances en matière d'application. La marque accueille également au Centre des universitaires et des associations spécialistes des noix pour développer et élargir les connaissances sur les fruits à coque.

Il offre un voyage immersif virtuel et physique des vergers de Méditerranée aux applications finales. En utilisant le Langage Sensoriel des Noix, les clients apprennent à différencier le goût, la texture et la saveur dans des expériences sucrées à base de noix.

Large palette de goûts avec une nouvelle gamme de spécialités à base de noix

Avec des décennies d'expérience dans le Savoir-Faire Méditerranéen, La Morella Nuts est reconnu comme un fournisseur d'ingrédients de haute qualité à base de noix : des pièces caramélisées aux pures pâtes de noix torréfiées. Tirant parti de son expertise, La Morella Nuts dévoile aujourd'hui une nouvelle gamme de produits à base de noix destinée aux marques et aux artisans pour les produits végétaux tels que les boissons, confiseries et glaces végétales. La gamme se compose d'une sélection de fourrages et de pures pâtes de noix, également connu sous le nom de « beurres » de noix. La gamme est à base d'amandes, de pistaches et de noisettes, entre autres fruits à coque. Une large palette de goûts est obtenue grâce à plusieurs niveaux de torréfaction. La gamme existe sans produits laitiers, d'origine unique et biologique sur demande. Les ingrédients sont disponibles à partir d'aujourd'hui dans toute l'Europe et l'Asie-Pacifique. La Morella Nuts prévoit d'introduire une gamme en Amérique du Nord au second semestre 2021.

Dans le cadre de l'engagement de Barry Callebaut en faveur de la durabilité, La Morella Nuts vise à assurer l'avenir des noix en abordant les principaux sujets de l'industrie tels que la pénurie d'eau et la perte de biodiversité. Ainsi, La Morella Nuts a pour ambition que tous ses fruits à coque soient sourcés durablement d'ici 2025.

Basée à Reus, au cœur de la principale région productrice de noix en Espagne, La Morella Nuts a été fondée en 1986. L'entreprise a été acquise par Barry Callebaut en 2012 dans le cadre de la stratégie du Groupe visant à offrir des produits à valeur ajoutée complémentaires à son offre chocolaterie.

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

Avec un chiffre d'affaires annuel de CHF 6,9 milliards (EUR 6,4 milliards / USD 7,1 milliards) environ pour l'exercice 2019/20, 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 marques mondiales satisfaisant aux besoins spécifiques de ces clients Gourmet sont [Callebaut®](#), [Cacao Barry®](#), [Carma®](#) et la marque de décorations, [Mona Lisa®](#).

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
pour les médias**

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

Luc de Boer
PR Specialist
publicrelations.am
Phone: +31 61 10 28 479
luc@publicrelations.am