



CHOCOLATE ACADEMY



LA CHOCOLATE ACADEMY™ DÉVOILE LE RAPPORT SUR LES TOP TENDANCES CHOCOLAT POUR 2024 ET AU-DELÀ

Au quotidien, les habitudes et les usages des consommateurs ne cessent d'évoluer, ils ne sont pas gravés dans le marbre. Cela influence ainsi la manière dont les gens consomment le chocolat et les confiseries. Pour connaître les évolutions, les tendances et attentes, la Chocolate Academy™ a mené une étude de marché mondiale exclusive pour en tirer les Top Tendances Chocolat pour 2024 et au-delà.



En 2024, en matière de plaisirs chocolatés, le besoin de **plaisirs "Intenses"** continuera d'exister, mais nous nous attendons à ce que les consommateurs adaptent leur consommation par le prisme de leur santé. Ce qui conduira à l'élargissement du champ des **plaisirs "Conscients"**. Parallèlement, même si les **plaisirs "Sains"** n'en sont encore qu'à leurs débuts, les études de marché pointent l'intérêt qu'ont les consommateurs pour ce nouveau mode de consommation. Il s'agit donc assurément d'une tendance à garder à l'œil dans le segment de la confiserie pour les années à venir.

Quelques chiffres

Les confiseries chocolatées représentent un marché dynamique et important qui devrait atteindre plus de 39 milliards € / 40 milliards \$ des ventes au détail au niveau mondial d'ici la fin de l'année 2024, avec une croissance en volume de 0,5 % TCAC sur les 5 prochaines années jusqu'en 2027.

Alors, comment les 3 types de "plaisirs" animés par les changements de comportement des consommateurs influencent le marché des confiseries chocolatées ? C'est à cette question que s'est attachée à répondre l'étude de la Chocolate Academy™, "Top Tendances Chocolat 2024 et au-delà" afin d'aiguiller au mieux les professionnels.

[>> ÉTUDE COMPLÈTE À TÉLÉCHARGER ICI <<](#)

1

Plaisirs INTENSES

Le plaisir est la principale raison qui pousse le consommateur à consommer du chocolat. Cependant, il existe de nombreuses manières de donner du plaisir avec du chocolat ! Entre propositions courantes et innovantes, les professionnels pourront découvrir les axes détaillés suivants :

- ♦ Des expériences multi-sensorielles
- ♦ Storytelling et origine
- ♦ Occasions festives et parfums de saison
- ♦ Exclusivité et excellence



Expériences multi-sensorielles

Exemple : *Confiserie Honrold*
Le cocktail classique à base de gin, vermouth et Campari avec un agréable caractère amer et des notes douces florales. Suisse.



Storytelling et origine

Exemple : *Vincent Guerlais*
Tablette « skyline »
Nantes, France.



Occasions festives et parfums de saison

Exemple : *Truffles Vollenweider*
Le mariage d'une ganache crémeuse au chocolat blanc et de Champagne Rosé Impérial. Suisse.



Exclusivité et excellence

Exemple : *Neuhaus - Duet*
Choisissez une base, une ganache et créez votre propre association pour un praliné unique ! Belgique.

2

Plaisirs CONSCIENTS

Rechercher des « Plaisirs Conscients », c'est choisir des chocolats qui soient savoureux, bons pour la santé et qui ne nuisent pas à la planète. C'est ce que l'on appelle « Triple Play ». Si réduire la **quantité de sucre** est une proposition désormais bien établie, d'autres doivent être considérées :

- ♦ Créations végétales
- ♦ Naturel et Clean Label
- ♦ Durabilité et traçabilité



Créations végétales

Exemple : *Harrods*
Une barre chocolatée vegan fourrée d'un chocolat aérien et onctueux à base de caramel au café Harrods Perla Negra et d'un biscuit sablé au chocolat au lait torréfié. Royaume-Uni.



Naturel et Clean Label

Exemple : *Trü Fru*
Des vrais fruits hyper frais/séchés et enrobés de chocolat Ruby, ingrédients sans additifs, sans OGM, snack récompensé. États-Unis.



Durabilité et traçabilité

Exemple : *ROSALIE'S*
Bonbons premiums issus du programme Cocoa Horizons. Bon pour vous, bon pour la planète et bon pour les producteurs de cacao. Belgique.

3 Plaisirs SAINS

Les produits « Plaisirs Sains » sont riches en macro et micro nutriments qui impactent activement et positivement le bien-être physique et mental des consommateurs. Il s'agit de produits nutritionnels positifs composés d'ingrédients aux avantages prouvés comme les vitamines, les minéraux, les fibres et les flavonoïdes.



Les plaisirs sains

Exemple : Oobli

La toute première barre chocolatée bonne pour les intestins et pour les diabétiques. Basée sur un processus de fermentation microbien breveté pour produire des protéines sucrées identiques aux protéines naturelles. États-Unis.



Exemple : MELLO

Chocolat relaxant Infusé avec un baume à la mélisse et de la L-théanine pour aider à se détendre.



Exemple : Chocolat GABA for Sleep

Contient 100 mg de GABA (acide γ -aminobutyrique), connu pour améliorer la qualité du sommeil. Japon.

>> ÉTUDE COMPLÈTE À TÉLÉCHARGER ICI <<



Scannez le QR Code pour accéder à l'étude



À PROPOS DE LA CHOCOLATE ACADEMY™ :

La Chocolate Academy™ célèbre l'artisanat et offre aux artisans des solutions pratiques qui leur permettent de donner le meilleur d'eux-mêmes. Débutants ou experts, la Chocolate Academy™ fournit tous les outils nécessaires pour faire prospérer l'activité des professionnels en offrant des ingrédients, des connaissances, de l'inspiration et en apportant de nouvelles compétences aux artisans du monde entier.. Pour que les rêves et aspirations en matière de chocolat se réalisent et que les entreprises des professionnels soient florissantes, un vaste réseau de 26 Académies est mis en place à travers le monde entier. La Chocolate Academy™ Paris dont l'expertise se fonde étroitement sur le savoir-faire de Cacao Barry®, accompagne les professionnels pour qu'ils développent leur passion et leur créativité. L'Académie est menée d'une main experte par le brillant Chef Philippe Bertrand (M.O.F. Chocolatier - Confiseur).

