



À Paris, le 10 février 2025

BAKER & BAKER DÉVOILE LE NOUVEAU DESIGN DE SA MARQUE EMBLÉMATIQUE BLACK LABEL

Baker & Baker, fabricant européen de produits de boulangerie, annonce le rebranding complet de sa gamme premium emblématique BLACK LABEL, avec un plan de développement de nouveaux produits prévu sur 15 marchés européens.

Créée à l'origine pour le marché espagnol en 2010, la gamme *BLACK LABEL* n'a cessé de s'étoffer pour rassembler aujourd'hui plus de 40 références premium, couvrant deux grands univers : la pâtisserie américaine (*American Sweet Bakery*) et la viennoiserie sucrée (*Laminated Sweet Bakery*).

S'appuyant sur la notoriété déjà acquise de *BLACK LABEL* dans l'univers de la boulangerie et de la restauration, ce nouveau design vise à renforcer l'identité de la marque et sa capacité à séduire les consommateurs.

Dès 2026, plusieurs nouveautés sont prévues, à commencer par un donut au double fourrage Pistache et Vanille, inspiré de la tendance actuelle, largement portée par les réseaux sociaux, autour de la pistache et des créations chocolatées de type « *Dubai-style* ». Ce donut associe un double fourrage vanille et pistache en alternance et se distingue par un généreux décor de pistaches et de chocolat blanc : une recette résolument gourmande, pensée pour séduire les amateurs de plaisirs premium. Comme l'ensemble de la gamme *BLACK LABEL* cette nouveauté s'inscrit dans une attente forte : des produits gourmands où la qualité des ingrédients prime. 78 % des consommateurs déclarent ainsi préférer les marques qui privilégient des ingrédients de qualité plutôt que la réduction des calories.*

La gamme *BLACK LABEL* propose un large choix de muffins, donuts et cookies aux chocolats ou aux fruits au sein de la catégorie *American Sweet Bakery* ainsi que des croissants, viennoiseries et spécialités régionales dans la catégorie *Laminated Sweet Bakery*.



Disponible en Europe et au Moyen-Orient, la gamme BLACK LABEL cible en priorité les acteurs de la restauration et de la boulangerie artisanale, en phase avec une tendance de fond : le plaisir sans culpabilité. Élaborés selon des standards exigeants, les produits associent des ingrédients soigneusement sélectionnés, des fourrages et des toppings généreux et des saveurs actuelles, tout en s'inspirant de recettes traditionnelles et artisanales.

Baker & Baker a repensé l'ensemble de l'univers BLACK LABEL avec une identité moderne et intemporelle reflétant l'innovation et la qualité : nouveau logo, nouvelle signature et packaging repensé. La marque sera soutenue par un dispositif marketing complet combinant réseaux sociaux, relations presse, salons professionnels et supports d'activation en point de vente (PLV).

Pensée pour les professionnels souhaitant structurer une offre premium clairement identifiable, la marque BLACK LABEL répond à un critère déterminant pour les consommateurs : 80 % déclarent que le goût est le facteur numéro un au moment d'une pause snacking*, renforçant l'importance de miser sur des ingrédients de qualité.

« BLACK LABEL représente le segment ultra-premium du portefeuille Baker & Baker, et nous sommes ravis de dévoiler cette nouvelle identité à nos clients. La gamme conserve la qualité et le goût qui ont fait sa réputation. Nous sommes convaincus que ce nouveau

design renforcera sa différenciation et son impact auprès des consommateurs à travers l'Europe. » souligne Philippe Pignault, directeur commercial de *Baker & Baker France*.

La gamme *BLACK LABEL* de *Baker & Baker* est disponible dans plusieurs pays d'Europe, dont le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Autriche, la Suisse, la France, l'Espagne, le Portugal, la Belgique, les Pays-Bas et l'Italie, ainsi que dans plusieurs pays d'Europe de l'Est et au Moyen-Orient.