

Un chocolat plus « sain » pour la Saint-Nicolas

Les consommateurs veulent moins de sucre et plus de qualité. Un changement qu'industriels et artisans du secteur du chocolat prennent bien en compte.

INDUSTRIE

Les fêtes de fin d'années sont une période phare pour l'industrie du chocolat. Le secteur se porte bien malgré la crise, mais il doit s'adapter à l'évolution des tendances. De plus en plus de consommateurs veulent déguster un chocolat moins sucré et au goût de cacao plus prononcé. La tendance est telle que le géant Milka a récemment changé sa recette pour proposer une tablette de chocolat au lait avec 5 % de sucre en moins. Autre nouveauté : la teneur de cacao issu d'une filière durable augmente de 10 %. C'est un changement important pour le groupe américain Mondelez, propriétaire de cette marque suisse créée en 1901.

« Aujourd'hui, tout le monde fait attention à manger moins gras, moins salé, moins sucré et c'est ce qu'il faut faire. Il y a une vraie tendance à regarder la qualité et la fabrication des produits », explique Caroline Baume, directrice marketing chocolat chez Mondelez. La mise au point de la nouvelle recette a duré trois ans avec des dizaines de tests industriels et de

« La tendance est à la hausse pour les produits un peu moins sucrés. »

sommateurs sans faire de compromis sur le goût. « Un chocolat sans sucre, ce n'est pas bon. Et le premier critère, ça reste le goût, affirme Caroline Baume. On a réussi à mettre au point une recette qui est encore meilleure que la précédente, avec moins de sucre et un petit peu plus de cacao, mais on n'aurait jamais pu la créer si elle n'avait pas été appréciée par nos consommateurs. »

Des desiderata plus spécifiques

La perception du marché est identique chez Leonidas. « La tendance est à la hausse pour les produits un peu moins sucrés », confirme Philippe de Selliers, CEO de Leonidas. Il constate également que les attentes des consommateurs sont de plus en plus spécifiques : « Le marché du chocolat aujourd'hui se segmente davantage. Nous, on a 120 références, donc on a vraiment des pralines

complètement végan, du casher, etc. »

L'intelligence artificielle s'y met aussi

L'entreprise finlandaise Valio, elle, a créé un chocolat au lait au printemps dernier en utilisant l'intelligence artificielle pour analyser les goûts des consommateurs à travers le monde. Pour ce faire, elle a passé en revue 1,5 million de commentaires publics sur les réseaux sociaux. En ressort la conclusion suivante : le goût et la douceur sont importants mais les consommateurs veulent du chocolat « plus sain » et naturel, avec moins de sucre.

Le chocolat noir a la cote

Le chocolat au lait reste très apprécié par les consommateurs belges, mais les ventes de chocolat noir augmentent significativement d'années en années. Le bureau d'étude Euro-monitor International s'est penché sur les ventes des tablettes de chocolat noir en Belgique. Leur part de marché est passée de 39 % en 2017 à 43 % en 2022. Mouvement inverse pour le chocolat au lait : la part de marché a

la part des ventes des tablettes de chocolat noir augmente, passant de 39 % en 2017 à 43 % en 2022.

4 % en 2017 à 2 % en 2022), alors que la part du chocolat fourré passe de 6 à 9 %.

« On pense que cette tendance va se poursuivre et elle indique que de plus en plus de consommateurs optent pour un chocolat moins sucré. C'est particulièrement vrai pour les tablettes, mais certainement aussi pour les autres catégories, comme les pralines ou les barres chocolatées », explique

la praline, de la biscuiterie et de la confiserie.

Les ventes de chocolat se portent bien en Belgique cette année. Leonidas enregistre même le meilleur chiffre d'affaires de son histoire, avec une hausse de 22 %. « Malgré les périodes difficiles que nous connaissons aujourd'hui, on voit que la consommation continue parce que les gens ont besoin de se faire de petits plaisirs et le chocolat



Qu'est-ce que cela signifie « sain » ?

A priori, consommer du chocolat avec moins de sucre, c'est une bonne nouvelle pour la santé. Mais est-ce que ça en fait un aliment plus sain pour autant ? « Premièrement, qu'est-ce que cela signifie « sain » ? Est-ce que cela veut dire que c'est bon pour la santé ou plutôt que ça n'entrave pas la santé ? Je pense que c'est une première question à se poser », avance Geneviève Mahin, nutritionniste et coach santé. « Ensuite, tous les chocolats ne sont pas pareils. Il y a du chocolat cru et du chocolat torréfié. Dans le chocolat industriel, on ajoute aussi une série d'ajuvants, que ce soit de la graisse, du beurre de cacao ou des arômes. » Pour elle, l'idéal est de consommer du chocolat cru (c'est-à-dire, fabriqué à partir de fèves de cacao fermentées, et broyées sans qu'il y ait torréfaction) ou à plus de 70 % de cacao. Il contient alors encore une grande partie de ses nutriments, comme du magnésium, du fer, du zinc, mais aussi des vitamines B et des antioxydants. Mais c'est rarement le cas avec le chocolat qu'on retrouve dans le commerce. « 80 à 90 % des chocolats du commerce ne sont pas crus mais torréfiés, donc évidemment la torréfaction, ça va diminuer les nutriments ».

Autre question que pose Geneviève Mahin : « Les fabricants vont-ils ajouter des arômes, des graisses ou des édulcorants pour remplacer le sucre ? Est-ce que tous les consommateurs vont accepter les conséquences de cette baisse de sucre ? », s'interroge la nutritionniste.

Pour conclure, Geneviève Mahin rappelle que le chocolat est un « aliment plaisir et pas un aliment santé », mais qu'on ne doit pas forcément s'en priver. « S'il est bien toléré, un morceau de chocolat de 25 à 30 g par jour, c'est ok », PLD

« Pour la Saint-Nicolas, les parents achètent des figurines en chocolat noir » plutôt que du chocolat au lait

L'Art de Praslin est une chocolaterie artisanale familiale dont Jean-Charles Stevens et sa sœur Aline forment la quatrième génération. Située aujourd'hui à Wavre, l'entreprise a vu le jour en 1936 à Bruxelles. En 86 ans d'existence, la famille a été témoin des évolutions en matière de consommation de chocolat. Le plus frappant ces cinq dernières années, c'est l'attrait de plus en plus marqué pour le chocolat noir. « Le

Jean-Charles Stevens. Et en cette période de fin d'année importante pour la chocolaterie – puisqu'elle réalise 30 % de son chiffre d'affaires en décembre – le chocolat noir est souvent sélectionné comme cadeau. « Pour la Saint-Nicolas, les parents achètent des figurines en chocolat noir pour leurs enfants. Ils essaient de plus en plus de faire goûter le chocolat noir par rapport au chocolat au lait », Jean-Charles Stevens communique

cherche effectivement un chocolat moins sucré, il fait aussi de plus en plus attention à l'aspect durable du produit. C'est un élément que l'industrie du chocolat a bien pris en compte puisqu'environ 75 % du marché était couvert en 2021 par une certification comme FairTrade, Rainforest Alliance ou Bio. À l'Art de Praslin, on voit ce type d'engagements d'un bon œil. « C'est assez bénéfique pour nous, explique le gérant.

