

LES GRANDES TENDANCES DE LA CHOCOLATERIE 2026



En Europe de l'Ouest

WGSN



CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE

LES GRANDES TENDANCES DE LA CHOCOLATERIE

Le marché de la chocolaterie en Europe de l'Ouest se trouve aujourd'hui confronté à des enjeux relativement opposés. Si les chocolatiers doivent préserver l'accessibilité de leurs produits et entretenir un lien fort avec leurs clients, ils doivent aussi proposer une offre haut de gamme capable de répondre aux attentes d'une clientèle aux cultures variées. Quant à leur créativité, elle doit impérativement respecter et valoriser la raison d'être du produit.

Le prix

La polarisation du marché crée de nouvelles attentes de la part des consommateurs. Au-delà du prix, de la praticité et du goût, qui sont des critères essentiels pour certains, les consommateurs ont tendance à aller vers des chocolats plus élaborés, capables de susciter des émotions.

Malgré le contexte économique actuel, le chocolat haut de gamme séduit de plus en plus les consommateurs qui valorisent le savoir-faire des artisans, notamment pour célébrer des moments de fête. La notoriété de notre artisanat, profondément ancrée dans la culture, crée un terrain particulièrement favorable pour innover et proposer des produits ayant une forte valeur ajoutée.

Le facteur humain

On observe deux grandes tendances au sein de l'Europe de l'Ouest : si le Royaume-Uni cultive une grande ouverture d'esprit pour les innovations,

d'autres pays restent très attachés aux traditions. Le besoin de se rassembler est en revanche universel et ce constat représente une véritable opportunité pour les chocolatiers. Quel que soit le marché, la génération ou le niveau de pouvoir d'achat, la premiumisation des produits à tous les niveaux de prix et l'augmentation de leur qualité permettrait de répondre à ce besoin de façon moderne et créative.

Le cœur du produit

Si la gourmandise est la raison d'être du chocolat, la notion de durabilité au sein de la chaîne d'approvisionnement est devenue tout aussi essentielle. Le soutien des producteurs et le respect de l'environnement sont aujourd'hui incontournables. L'innovation évolue avec les tendances du marché et elle doit intégrer ces nouvelles exigences, qui renforcent la valeur intrinsèque du produit et justifient naturellement une évolution tarifaire.



Callebaut

Découvrons ensemble les tendances qui animeront le monde du chocolat à l'horizon 2026 et les leviers permettant de concilier premiumisation et accessibilité des prix, tout en gardant l'humain et la raison d'être du chocolat au cœur de l'innovation. Devenez les Masters of Taste en explorant les aspirations et les stratégies qui façonneront les décisions d'achat et stimuleront la croissance du marché en Europe de l'Ouest.



LES GRANDES TENDANCES DE LA CHOCOLATERIE — Europe de l'Ouest

01 LE CHOCOLAT 'DES PETITES VICTOIRES'



02 LE CHOCOLAT DE NOTRE ENFANCE



03 PEU OU PAS DE CHOCOLAT



04 BOUCHÉES ULTRA NUTRITIVES



05 LE CHOCOLAT RÉCONFORTANT



06 CHOCO-BOOST DE SENSATIONS



07 LE LUXE AU QUOTIDIEN



08 LES NOUVEAUX EXPERTS DU CHOCOLAT



Ce document contient des liens permettant de naviguer entre les sections et d'approfondir certains sujets



DU CHOCOLAT POUR LES « PETITES VICTOIRES »

Les consommateurs ont élargi la définition qu'ils donnent à leurs instants de fête. Les grands événements familiaux, comme le mariage ou la naissance d'un enfant, ne sont plus les seules occasions de se réjouir. Aujourd'hui, on fête aussi les petits bonheurs du quotidien, plus personnels mais tout aussi importants, comme une évolution professionnelle. On aime célébrer ces « petites victoires » du quotidien et on se tourne naturellement vers des chocolats plus adaptés à ces nouvelles traditions et à ces grands moments de convivialité.

Avant

On se limitait aux grandes fêtes traditionnelles, en famille ou entre amis

Maintenant

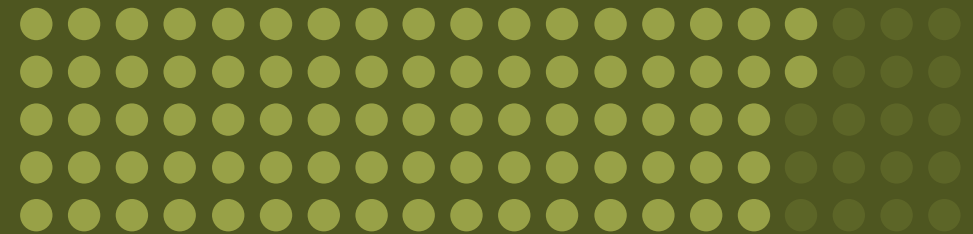
On trouve de nouvelles occasions de célébrer avec gourmandise



Pexels | Jonathan Borba

"J'associe la gourmandise aux moments de fête. Qu'il s'agisse d'une promotion, de la réussite à un examen ou de l'obtention d'un diplôme... Quand vient le moment de célébrer ces petites victoires, la gourmandise est pour moi l'ingrédient indispensable."

Étude Callebaut x WGSN Global Consumer, 2025



82 %

des consommateurs en Europe de l'Ouest aiment fêter les événements non traditionnels avec leurs amis et leur famille.

Sondage Callebaut x WGSN Global Consumer (WE), 2025



PEU OU PAS DE CHOCOLAT

Les consommateurs sont de plus en plus attentifs aux effets du sucre et des aliments ultra-transformés sur leur santé. Leurs achats se tournent désormais vers des chocolats qui répondent à leurs attentes en matière de santé et de bien-être, sans renoncer au plaisir ni à la gourmandise. Plus largement, on observe un intérêt croissant pour des créations moins sucrées, aux saveurs plus complexes, ce qui pousse les chocolatiers à privilégier des ingrédients plus frais, plus subtils et surtout moins nombreux.

Avant

Les régimes alimentaires cherchaient des alternatives au sucre au détriment du goût

Maintenant

Des bouchées « plaisir » avec moins d'ingrédients, une teneur en sucre réduite ou des alternatives plus saines



Pexels | Jonathan Borha

76%

des consommateurs cherchent à éviter les aliments transformés et cette tendance s'élève à 79 % chez les avant-gardistes de cette tendance.

Sondage Callebaut x WGSN Global Consumer (WE), 2025

*" Dans les anciens livres de recettes, on utilisait bien plus de sucre qu'aujourd'hui. **La tendance a évolué vers des saveurs moins sucrées** et les recettes actuelles en témoignent."*

Alistair Birt, Chef

1 consommateur sur 3

se tournera plus facilement vers un chocolat dont la liste d'ingrédients est réduite.

Sondage Callebaut x WGSN Global Consumer (WE), 2025



BOUCHÉES ULTRA-NUTRITIVES

Les consommateurs privilégient désormais des en-cas alliant praticité, bien-être et plaisir. Portés par l'essor de traitements comme le GLP-1 qui régule la perte de poids et le diabète, ils expriment un besoin croissant de s'alimenter plus sainement. Les formats mini ou en bouchées répondent parfaitement à cette attente : riches en saveurs et en nutriments, ces snacks intègrent des ingrédients ciblés pour apporter de l'énergie sans compromettre la santé digestive.

Avant

Des gourmandises
en format maxi

Maintenant

Des mini snacks ou des
bouchées gourmandes
riches en nutriments,
pensés pour le bien-être,
dans des formats plus
adaptés



Pexels | Anete Lusina

*" La taille de la portion est essentielle car les consommateurs s'accordent plus facilement un plaisir à petite dose. Les recettes offrant **une alternative au sucre ou une teneur réduite en sucre** ne compromettent pas la saveur du chocolat et les **bénéfices nutritionnels** d'un snack peuvent rapidement augmenter avec des ingrédients comme les fibres, en remplacement du sucre."*

Kim Ross, Nutritionniste



1 consommateur **4**
sur

se tourne vers des chocolats plus sains, dont les ingrédients sont bons pour leur santé, en s'alignant avec leurs valeurs profondes. Cette tendance monte même à 60 % en Espagne.

Sondage Callebaut x WGSN Global Consumer (WE), 2025

CHOCO-BOOST DE SENSATIONS

Du "dessert instagrammable" à la quête d'expériences sensorielles, les créations chocolatées gagnent en popularité et les consommateurs souhaitent désormais vivre des expériences qui dépassent leurs attentes. Si l'esthétique reste essentielle pour séduire sur les réseaux, il n'est pas question de faire un compromis sur le goût. Résultat : les chocolatiers innovent en jouant avec des textures originales et des saveurs surprenantes, même dans les formats les plus traditionnels.

Avant

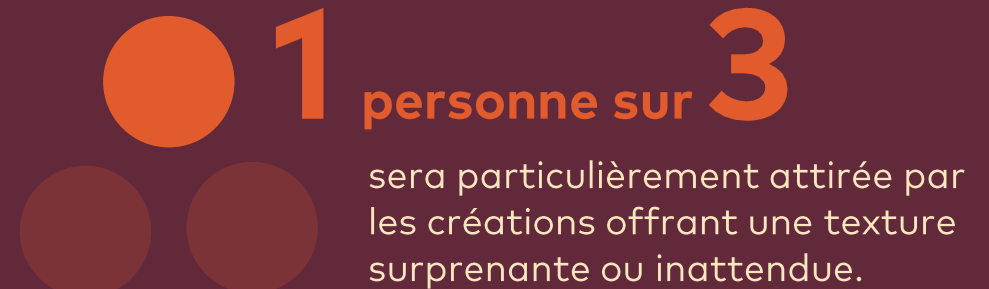
Des créations audacieuses, conçues pour briller sur les réseaux

Maintenant

Des chocolats hyper-sensoriels qui bousculent les codes visuels, gustatifs et texturaux



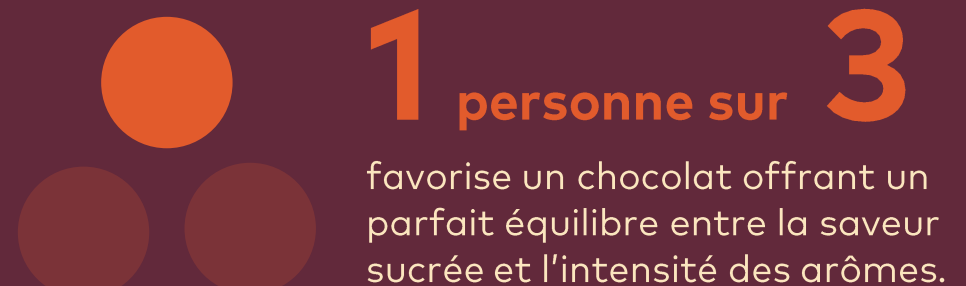
Callebaut



Sondage Callebaut x WGSN Global Consumer (WE), 2025

*"Les créations sont **de plus en plus audacieuses**. Tout **gagne en ampleur** et en **intensité**. Les consommateurs veulent désormais ce petit **"plus"** qui fait la différence."*

Étude Callebaut x WGSN Global Consumer, 2025



Sondage Callebaut x WGSN Global Consumer (WE), 2025

DEVENEZ MASTERS OF TASTE

Les consommateurs d'aujourd'hui recherchent du lien, de la découverte culturelle, des moments de bien-être et de petites touches de gourmandise au quotidien. Les créations chocolatées répondent parfaitement à ces aspirations.

Les artisans comme les marques doivent saisir cette opportunité pour créer des chocolats qui surprennent et enchantent. Des formats ludiques aux saveurs originales, en passant par des gourmandises qui subliment les traditions, il est temps d'opérer des choix plus conscients et d'offrir de véritables expériences à savourer pleinement.

Dans un contexte où les prix du cacao fluctuent fortement, placer l'humain et le sens au cœur de l'innovation permet de développer des produits attractifs, porteurs de valeur et capables de toucher les consommateurs au niveau émotionnel et sensoriel. Des chocolats qui célèbrent les « Petites Victoires » aux bouchées prêtes à conquérir les « Nouveaux Experts du Chocolat », ces tendances ne sont que les prémices d'un voyage passionnant au cœur de l'innovation chocolatée.

Vous souhaitez transformer ces tendances en une stratégie parfaitement alignée avec votre marque ? Créer des produits et des expériences capables d'éblouir vos clients et de stimuler votre croissance ?

Prenez contact avec votre représentant Callebaut sur
www.callebaut.com.



ANTICIPER LES TENDANCES

Le livre blanc sur les Grandes Tendances de la Chocolaterie à compter de 2026 est le fruit d'une collaboration entre Callebaut et WGSN, la plus grande agence mondiale de prévision des tendances.

Cette étude approfondie s'appuie sur des données aussi bien quantitatives que qualitatives, étudiées et interprétées par les experts de l'agence WGSN.

Nos sources :

Sondage Consommateurs

Une enquête en ligne menée en septembre 2025 auprès de 24 marchés et 24 000 consommateurs. Pour ce livre blanc, seules les données des consommateurs ayant acheté des produits de chocolaterie au cours des 12 derniers mois ont été retenues.

Journaux Consommateurs

Journaux qualitatifs recueillis auprès de consommateurs aux États-Unis, au Brésil, en Inde et au Royaume-Uni..

Interviews d'Experts

Entretiens menés auprès de 20 chefs et experts du secteur agroalimentaire sur 13 marchés.

Données de recherche

Des open sources issues de Google Trends ont été analysées pour identifier les ingrédients et les formats en vogue, sur la base de la croissance en volume d'octobre 2023 à septembre 2025.

Données sociales WGSN : Cartographie des signaux en Food & Drink

Les données sociales de WGSN ont permis d'identifier les mots-clés et les ingrédients tendance en chocolaterie. Sa cartographie, le Food & Drink Signal Map, a analysé l'activité de plus de 4 000 influenceurs « food » sélectionnés dans le monde pour détecter les sujets émergents en alimentation et en boisson.

Recherche secondaire et Expertise WGSN

Les prévisions consommateurs et food & drink de WGSN, élaborées par des experts du secteur et publiées sur wgsn.com, alimentent les tendances présentées dans ce livre blanc. Elles ont été complétées par des recherches secondaires sur mesure pour en renforcer la pertinence..

Analyses de tendances

Des marqueurs de changement, locaux et internationaux, ainsi que des études de cas novateurs ont été recueillis et analysés par des experts tendances dans chaque marché.



POUR ALLER PLUS LOIN...

Ce rapport aborde quatre tendances majeures de la chocolaterie en Europe de l'Ouest. Prenez contact dès aujourd'hui avec notre équipe commerciale pour découvrir l'ensemble des huit grandes tendances qui animeront le marché du chocolat à partir de 2026, explorer des cas d'étude incontournables et échanger avec nous sur les concepts de chocolaterie qui façonneront notre avenir.

01 LE CHOCOLAT 'DES PETITES VICTOIRES'



02 LE CHOCOLAT DE NOTRE ENFANCE



03 PEU OU PAS DE CHOCOLAT



04 BOUCHÉES ULTRA-NUTRITIVES



05 LE CHOCOLAT RÉCONFORTANT



06 CHOCO-BOOST DE SENSATIONS



07 LE LUXE AU QUOTIDIEN



08 LES NOUVEAUX EXPERTS DU CHOCOLAT



DEVENEZ **MASTERS OF TASTE**



WGSN



CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE