



persbericht

Unieke en bijzondere samenwerking tussen Godiva, Guylian, Neuhaus en Barry Callebaut voor de World Expo Shanghai 2010

- **Unieke samenwerking tussen wereldvermaarde Belgische chocolademerken**
- **België toont chocolade-expertise in al zijn facetten: van grondstof tot praline, van wereldmerk tot lokale chocolatier**

11 februari 2010 – Belgische chocolade geniet wereldfaam. Met recht en rede. In België werd de praline ‘uitgevonden’, geen enkel land telt meer artisanale chocolatiers, België is de thuishaven van heel wat ronkende chocoladenamen. China telt 1,3 miljard potentiële chocoladeliefhebbers. De wereldtentoonstelling Shanghai 2010 was dan ook voorbestemd om een unieke ontmoeting te worden tussen ‘onze chocolade’ en de Chinese consument. Om de Chinese genietster met zoete eendracht te verleiden, slaan Godiva, Guylian, Neuhaus en Barry Callebaut de handen in elkaar. Een unieke en ongeziene samenwerking. Samen maken ze de ‘Belgian chocolate corner’ van Shanghai 2010.

De ‘Belgian chocolate corner’ wordt één van de topattracties van het Belgische paviljoen in Shanghai. Een zinnenprikkelende plek die een lust is voor het oog én de smaakpapillen. Vanaf 1 mei worden er niet enkel exquise Belgische pralines verkocht; er worden ook Chinese chocolatiers opgeleid. Om onze uniek vakmanschap te etaleren, laten 70 Belgische artisanale chocolatiers de ganse wereldtentoonstelling lang hun kunnen zien tijdens demonstraties. Het wordt de niet-te-missen stop van elke bezoeker van de wereldtentoonstelling.

Dhr. Leo Delcroix, commissaris-generaal voor Shanghai 2010: *“Barry Callebaut, Godiva, Guylian en Neuhaus zijn toonaangevende chocolademerken van Belgische bodem. Ze zijn gekend voor hun hoogkwalitatieve chocoladeproducten en delen een passie voor smaak, kwaliteit en vakmanschap. Hun samenwerking creëert een fantastische etalage voor de ganse Belgische chocoladesector: ze pakken er niet enkel uit met hun eigen chocoladecreaties, maar maken ook plaats voor de lokale, artisanale chocolatier. Het is bewonderenswaardig dat deze grote namen investeren voor de ganse Belgische chocoladesector.”*

“Wereldexpo ’58 was het startschot van de democratisering van de praline in België. De expo lanceerde chocoladenamen en -producten die vandaag nog steeds absolute toppers zijn,” zegt Kris Dooms van de Koninklijke Beroepsvereniging der meesters suiker- en chocoladebewerker. *“De ‘Belgian chocolate corner’ kan hetzelfde effect hebben op de Chinese markt. Het is de gedroomde plek om ons*



leiderschap in chocolade te tonen aan de wereld en op grote schaal onze producten te introduceren op de Chinese markt. “

Mede dankzij onze sponsors Sony en PRG krijgt de Chocolate Corner de beste audiovisuele middelen ter beschikking om de chocolade ervaring te intensifiëren. Prefamac zorgt voor het werkmateriaal en machines zodat chocolatiers in Shanghai hun expertise kunnen tentoonstellen. Lieve Dejonghe is gebeten door kunst, chocolade en China. Een inspirerende mix, die aan de basis ligt van heel wat werken uit haar oeuvre. Op de wereldexpo in Shanghai komt een installatie van Lieve tot leven in de ‘Belgian Chocolate Corner’. Een bijzondere versmelting van China, humor en haar subtiele stijl.

China: een markt met ongekend potentieel

Geen enkele economie groeit tegen het ritme als de Chinese. Samen met die groei heeft de Chinese middenklasse zijn intrede gemaakt. China is anders gezegd klaar om te consumeren én te genieten. Chocolade en pralines versmelten kunst, puur genot én verrassende smaken. Deze mix maakt pralines er onweerstaanbaar op voor Chinezen. Het is een ideaal geschenk -bijzonder belangrijk in de Chinese cultuur- of een moment van puur, persoonlijk genot.

China is op dit moment al een sterke chocolademarkt. In 2008 importeerde België zo’n 802 ton chocolade, goed voor meer dan 4 miljoen €¹. Na Singapore en Italië is België hiermee de grootste importeur van chocolade in China.

Belgen eten gemiddeld 6 kilo chocolade per jaar². De gemiddelde jaarlijkse consumptie van chocolade in China is amper 150 gram per persoon. Cijfers die het ongekende potentieel van deze markt onmiddellijk bloot leggen.

-einde-

Voor vragen of verdere informatie:

Pride - Sally Herygers en Ann Maes

Mobiel Ann: 0477 417 092

Mobiel Sally: 0472 67 97 03

E-mail: sally.herygers@pr-ide.be en ann.maes@pr-ide.be

¹ Bron: Fevia 2008.

² Onderzoek Barry Callebaut 2008.