

CITATIONS DES CONSOMMATEURS

▶ "Ma grand-mère en avait toujours chez elle. Nous attendions avec impatience qu'elle ouvre le bocal. Des souvenirs de jeunesse que me rappelle encore chaque Chokotoff."

ORÉLIE, FAN

▶ "Ma tante m'avait parlé de la 'ligne'. Si vous décollez précautionneusement le rectangle de papier argenté sur le papier d'emballage d'un Chokotoff, vous aviez une chance de découvrir une ligne dorée dessous. Les lignes dorées étaient rares et méritaient une récompense. Je n'ai jamais reçu de récompense... Pourtant, j'ai mangé des tonnes de Chokotoff en quête des lignes dorées. Elles existent, j'y crois dur comme fer."

STÉPHANIE, FAN

▶ "Quand j'étais tout petit, je m'amusais à oter la pellicule d'aluminium autour de l'emballage pour voir si il y avait un trait en dessous. Par chez nous, on disait que si il y avait un trait, tu avais une fiancée. Ok, je sais, c'est un peu stupide mais c'était le meilleur moyen d'en manger plus pour pouvoir en ouvrir d'autre. Il ne me semble pas que le goût du Chokotoff ait changé depuis."

OLIVIER, FAN

# LA NOSTALGIE EN PÉRIODE DE PROGRÈS



Tout finit par revenir. Quand on voit que même Google planche actuellement sur une version hautement technologique du View-Master, il n'y a pas l'ombre d'un doute : le rétro a la cote. Il n'en va pas autrement pour le Chokotoff proposé dans son emballage original.

Comment se fait-il qu'on se raccroche au passé en période de progrès ? Un 'passé' que l'on dit souvent 'meilleur'. On veut s'arrêter ('slow oca', 'slow cela') tout en allant de l'avant. Dans un monde régi par la vitesse et les résultats, on se tourne

vers des points de repère : des souvenirs, des histoires. Des choses que l'on peut partager, qui traversent les générations et qui créent des liens. Et ça marche. La nostalgie est d'ailleurs plus un sentiment qu'une tendance. Tout le monde la ressent différemment. Une constante toutefois : les stimuli positifs qu'elle génère. Quoi qu'il en soit, les années 1920 et 1970 étaient 'cool' sur le plan du design, de la mode et de la musique. Il est donc logique que les marketeers et les designers s'en inspirent.



## LE SAVIEZ-VOUS ?

▶ Le nom Chokotoff est l'acronyme de 'chocolat' et 'toffée'. Bien vu, car -toff renvoie aussi à 'tof', qui veut dire 'sympa' en brusseleur.

▶ Une page Facebook demande le retour de la ligne dorée.

▶ Le Chokotoff est fabriqué en Belgique depuis sa création

▶ Le pavillon Côte d'Or à l'Expo 58 est devenu... le Carré, une boîte de nuit qui a ouvert ses portes à Wilbroek en 1991.

▶ Dans les années 1980, Côte d'Or a positionné son toffée comme un facteur de plaisir qui dure : Chokotoff, c'est 10 minutes de plaisir.

▶ Côte d'Or n'a pas choisi l'éléphant par hasard. Les éléphants sont des animaux grégaires qui tissent des liens très forts. Il en va de même pour le groupe cible de Chokotoff : les familles qui se transmettent le bonbon de génération en génération.

▶ Les plus grands amateurs de Chokotoff vivent à Anvers, dans le Limbourg et en Brabant flamand (Source : GfK 2014).

## Patrimoine gastronomique belge

Chokotoff est l'un des rares bonbons à être inscrits dans l'inconscient collectif. Logique : la recette n'a jamais été modifiée depuis 1934. De nombreuses générations ont apprécié et apprécient encore l'association unique du chocolat belge et du caramel puissant. Un goût reconnaissable entre mille, qui fait aujourd'hui partie du patrimoine gastronomique. Le mot 'Chokotoff' revient inlassablement quand il est question de saveurs typiquement belges.



Chokotoff depuis ...

### 2011

LANCEMENT DE LA PÂTE À TARTINER CHOKOTOFF.



### 2013

CHOKOTOFF ROUGE FAIT SON APPARITION À L'OCCASION DE LA COUPE DU MONDE. LES DIABLES ROUGES SYMBOLISENT, EN EFFET, LA BELGIQUE AU MÊME TITRE QUE CHOKOTOFF.



### 2013

CÔTE D'OR CRÉE UNE NOUVELLE VARIANTE DU CHOKOTOFF CLASSIQUE, CETTE FOIS ENROBÉE DE CHOCOLAT AU LAIT.



### 2015

CHOKOTOFF SORT UNE ÉDITION LIMITÉE DE L'EMBALLAGE RÉTRO.



# Le CHOKOTOFF

ÉDITION SPÉCIALE 80 ANS

BELGIQUE ▶ MARS 2015



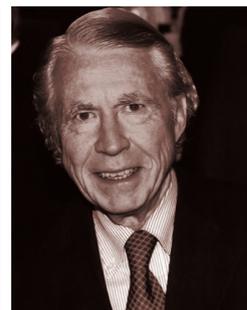
L'âge de Chokotoff ? 80 ans tout rond. L'occasion idéale de s'intéresser de plus près à cette friandise chocolatée d'origine belge. De nombreuses générations ont grandi avec Chokotoff. Ce bonbon vous évoque peut-être un moment particulier. Vous vous rappelez certainement avoir un jour avalé un Chokotoff en secret. Nostalgie, quand tu nous tiens... Bonne nouvelle : nous allons attiser cette nostalgie. Comment ? En rendant à votre Chokotoff son look des années 1970. Rien de tel pour faire honneur à notre friandise et vous remercier pour votre fidélité !

Nous avons associé le quatre-vingtième anniversaire de Chokotoff au relancement de notre ancien emballage, mais également à une action Facebook. L'objectif ? Partager le meilleur moment Chokotoff de votre enfance. Repensez à toutes les fois où vous avez irrésistiblement succombé à ces 10 minutes de plaisir. Permettez-moi d'ouvrir le bal. Je me souviens de la publicité avec le gringo : la meilleure campagne de mon adolescence ! Et les concours que j'organisais avec mon frère : qui de nous deux trouverait la fameuse ligne dorée en premier ? Sans oublier ce goût délicieux qui n'en finit pas. Mmmh ! La nostalgie m'énevahit. Et vous ?

ELKE VAES  
DIRECTRICE DU MARKETING  
CHEZ CÔTE D'OR



- P.02 UN MARKETING BIEN PENSÉ
- P.02 L'INNOVATION
- P.03 PIONNIER DU DESIGN
- P.04 LA NOSTALGIE
- P.04 BON À SAVOIR



"Après la guerre, nous avons décidé de relancer les bonbons Côte d'Or. Chokotoff allait jouer un rôle de premier plan à cet égard. Nous n'avons pas tardé à remarquer que le consommateur raffolait de sa texture unique et de son puissant goût de chocolat. D'où l'idée de promouvoir davantage Chokotoff comme un produit chocolaté, notamment en le dotant d'un emballage de la couleur du chocolat, reflet de la pureté qu'incarne Côte d'Or."

La particularité de ce bonbon ? Un goût qui reste très longtemps en bouche. Un facteur de succès que nous devons absolument préserver, pour toujours."

BAUDOÏN MICHELIS, FONDATEUR

## La légende de la ligne dorée



En 1951, un ouvrier découvre la première ligne dorée sous la bande argentée de son papier de Chokotoff. Le lendemain, il gagne au Lotto et devient millionnaire. C'est la naissance d'une légende. Il n'en faut pas plus pour que tout le monde se mette à chercher la fameuse 'ligne dorée' qui apporte tant de bonheur et de richesse. Mais à quoi servait réellement cette ligne ? Bonne question ! On ne connaît toujours pas la réponse. Vous ne voudriez tout de même pas qu'un mythe s'effondre ...

## DE SUPERTOIFF À CHOKOTOFF



Saviez-vous que le tout premier Chokotoff s'appelait en fait 'Supertoff' ? Ce bonbon au caramel mou est arrivé sur le marché en 1929. En 1934, le toffée débarque sous le nom 'Chokotoff'. Les maîtres chocolatiers ne le savent pas encore, mais leur création deviendra le toffée le plus apprécié de Belgique : un cœur au caramel enrobé de puissant chocolat Côte d'Or. Un chocolat à l'intensité et à la qualité inégalables, qui se distingue sans mal de ses concurrents. À cet instant, Côte d'Or marque de son empreinte le secteur du chocolat, mais aussi celui des bonbons.



## Un gâteau Chokotoff !

Envie de déguster les Chokotoff autrement ? Faites-en un gâteau !

### INGRÉDIENTS :

- ▶ 24 Chokotoff
- ▶ 160 g de sucre impalpable
- ▶ 150 g de beurre
- ▶ 150 g de farine
- ▶ 10 cl de lait
- ▶ 3 œufs
- ▶ Le tiers d'un sachet de levure

Faites fondre les Chokotoff et le beurre dans une casserole, puis ajoutez le lait. Dans un grand saladier, mélangez le sucre, la farine, les œufs et la levure. Incorporez-y les Chokotoff fondus et mélangez bien. Versez le mélange dans un moule et enfournez 30 minutes à 180°C. Encore un peu de patience avant la dégustation... Bon appétit !

### ÉDITORIAL

RÉDACTION : oSérieux!  
MISE EN PAGE : Amphion  
ÉDITEUR : Mondelez  
TIRAGE : Limited  
CONTACT POUR LA PRESSE : oSérieux! PR agency, 02 772 20 50, anne.de.smet@oserieux.be  
TEXTE ET PHOTOS : press.oserieux.be

Chokotoff depuis ...

### 1870

L'HISTOIRE DE CÔTE D'OR COMMENCE EN 1870 LORSQUE CHOCOLATIER CHARLES NEUHAUS FONDE UNE CHOCOLATERIE À BRUXELLES.

### 1883

'CHOCOLAT DE LA CÔTE D'OR' DEVIENT UNE MARQUE DÉPOSÉE DE CHOCOLAT.



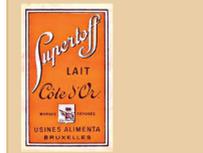
### 1906

LA MARQUE LANCE SON LOGO REPRÉSENTANT UN ÉLÉPHANT.



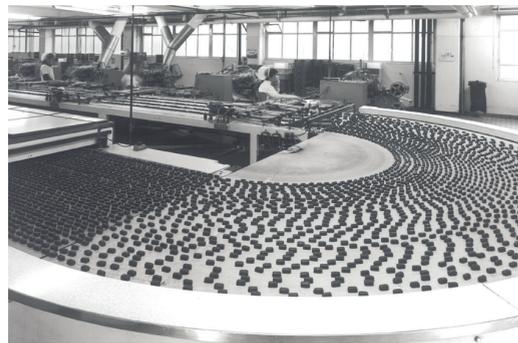
### 1929

CÔTE D'OR FABRIQUE LE PREMIER SUPERTOIFF, UN BONBON AU CARAMEL MOU.



## RETRO-CHOKOTOFF Limited Edition

À PARTIR DE LA MI-AVRIL, CHOKOTOFF LANCERA L'EMBALLAGE RÉTRO. ENVIE DE PROFITER D'UN CHOKOTOFF AU STYLE RÉTRO ? CET OBJET COLLECTOR SERA DISPONIBLE JUSQU'EN SEPTEMBRE.



## L'INNOVATION EN GUISE DE FIL ROUGE

Chokotoff se réinvente constamment, tout en restant fidèle à son goût intense. Une teneur élevée en cacao et des fèves de première qualité ne sont que quelques-uns des ingrédients de la recette originale. Une recette qui n'a d'ailleurs jamais changé. Ajoutez à cette authenticité une touche d'innovation bien pensée, un marketing efficace et une bonne dose de patriotisme et vous obtenez le fil rouge qui assure le succès de Chokotoff depuis 1934. Et pour que des produits du début du siècle passé gardent la cote aujourd'hui, il suffit d'un brin d'innovation. Pensez aux variantes de Chokotoff au chocolat blanc et au chocolat au lait. De quoi combler encore plus de profils gustatifs et ravir davantage de papilles.



*Chokotoff, profitez-en plus longtemps que vous l'imaginez.*

*Quel moment Chokotoff aimeriez-vous revivre ? Dites-nous tout via [facebook.com/chokotoff](https://facebook.com/chokotoff) :*

**#retrotoff**

*Et retrouvez les meilleures anecdotes de plaisir intense depuis 1934 !*



## UN MARKETING BIEN PENSÉ, POUR LES JEUNES ET LES MOINS JEUNES

Côte d'Or est un pionnier en terme de marketing. Des exemples ? La marque participe à l'Exposition universelle de 1958 et nous gratifie depuis des années de spots publicitaires plus chaleureux les uns que les autres. Plus récemment, Chokotoff fut l'un des premiers sponsors des Diables Rouges à l'été 2013. Les Diables Rouges : une autre success-story à la belge, admirablement transposée dans un Chokotoff rouge au chocolat au lait.



## Le Chokotoff blanc limited edition

Grande nouvelle en 2010 : Côte d'Or commercialise un Chokotoff blanc. Il séduit surtout les jeunes, qui préfèrent généralement son goût plus doux à celui de la version au chocolat noir. Mission accomplie, donc ! Mais pourquoi la variante blanche a-t-elle disparu des rayons des supermarchés ? C'est simple :

il s'agissait d'une véritable prouesse technique. Le Chokotoff blanc était, en effet, fabriqué sur la même chaîne de production que son frère fondant. Et il ne voulait pas vraiment faire de la place à son homologue blanc. C'est donc la variante pure qui l'a emporté sur la blanche.



*Chokotoff depuis ...*

**1934**

APRÈS CINQ ANS, LE CHOKOTOFF SUCCÈDE AU SUPERTOFF.



**1951**

UN OUVRIER DÉCOUVRE LA LIGNE DORÉE SUR UN PAPIER DE CHOKOTOFF.



**1952**

PASTADOR EST LANCÉ, LA PREMIÈRE PÂTE À TARTINER DE CÔTE D'OR.



**1958**

CÔTE D'OR INSTALLE SON PAVILLON À L'EXPOSITION UNIVERSELLE.

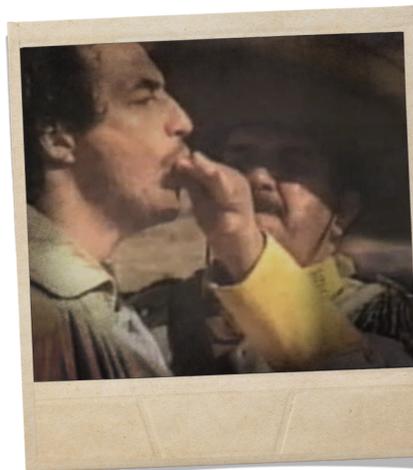


## PIONNIER DU DESIGN

Si le contenu est important, le contenant compte tout autant. Côte d'Or l'a compris depuis bien longtemps. Au début des années 1920, la marque lance son emballage à damier : les 'triangles dorés'. Avec l'éléphant, la pyramide et le palmier, ils confèrent une identité visuelle unique à Côte d'Or. Jusqu'à ce que de plus en plus de marques se mettent à copier les triangles dorés. En 1965, la marque décide donc de ne conserver que l'éléphant. Une approche de bon goût, aujourd'hui encore !



La forme de l'emballage Chokotoff est elle aussi unique en son genre : un 'wrapper' qui ressemble à un nœud papillon. Un symbole qu'arborent aujourd'hui plusieurs personnalités belges. Chokotoff les aurait-il inspirés ?



## LA DERNIÈRE VOLONTÉ DU GRINGO

Vous souvenez-vous de la publicité de 1995 mettant en scène un gringo sur un air de musique Western ? Sa dernière volonté ? 'Un Chokotoff'. On le lui donne et il le savoure pendant si longtemps que ses gardiens finissent par s'endormir. Une occasion inespérée de s'évader ! Une fois de plus, le message est clair : le plaisir d'un Chokotoff dure longtemps, très longtemps. Et c'était littéralement repris dans le spot: "Pourquoi prenez-vous autant de plaisir avec un seul Chokotoff? Parce qu'à l'intérieur s'y trouve tellement de chocolat Côte d'Or !"

## LA FILLE AUX LUNETTES DE SOLEIL



Dans les années 1980, Côte d'Or lance une vidéo mémorable. Elle met en scène une jeune fille allongée sur un transat, avec en arrière-fond sonore une musique douce. Son Chokotoff lui procure un plaisir si intense qu'elle en oublie le monde qui l'entoure. Lorsqu'elle retire ses lunettes de soleil, elle en a la trace sur le visage. Moralité : Chokotoff vous fait perdre la notion du temps. Et ainsi se termine ce spot : 'Chokotoff, savoureux à l'infini ...'



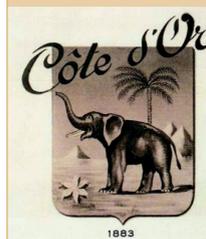
## AMOUREUX DES MARQUES

Chokotoff est le fruit d'un mariage heureux entre un bonbon et du chocolat. Un mariage qui plaît au public. Tout comme à la maison-mère, Côte d'Or. La marque est l'un des producteurs de chocolat les plus célèbres de Belgique et les amateurs de friandises le savent bien. Côte d'Or et Chokotoff sont de véritables 'love brands', qu'on apprécie de 7 à 77 ans.

*Chokotoff depuis ...*

**1983**

CÔTE D'OR FÊTE SON CENTIÈME ANNIVERSAIRE.



**1988**

DIFFUSION DE L'INOUBLIABLE SPOT PUBLICITAIRE METTANT EN SCÈNE LA JEUNE FILLE AUX LUNETTES DE SOLEIL.



**1995**

LA PUBLICITÉ AMUSANTE AVEC LE GRINGO CHOKOTOFF FAIT FORTE IMPRESSION.



**2010**

CÔTE D'OR COMMERCIALISE UNE VARIANTE BLANCHE DE SON CHOKOTOFF.



*Que préférerais-tu : 10 minutes de baisers passionnés ou 10 minutes de passion Chokotoff ? Un choix déchirant !*

## EN CHIFFRES

Chokotoff garnit les rayons des magasins dans **6 pays**.

Chokotoff détient près de **60 % du marché belge des bonbons (au chocolat)** (Source : Nielsen 2014).

Plus de 120 millions de Chokotoff ont été vendus en 2014, soit **330 000 par jour** et près de 4 par seconde. (Source résultats internes : Selling in data).

**9 Belges sur 10** connaissent Chokotoff. (Source : IPB)

La gamme Côte d'Or renferme **128 produits**.

Mondelez, le groupe qui possède Côte d'Or, est le **numéro 1** du secteur des toffees. (Source : Nielsen 2014)

En 2013, Côte d'Or occupait la **première place dans l'inconscient collectif** belge (score de 76 %).

Sur l'ensemble des Belges, **10 % mangent un Chokotoff au moins une fois par an**. (Source : GFK 2014)

**50 %** des mordus de Chokotoff achètent le paquet de 500 g de la variante classique au chocolat noir. (Source : GFK 2014)

**470.351** familles belges sont de véritables fans de Chokotoff. (Source : GFK 2014)