|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Contacto**: | Verónica Muñoz661 977 270 veronica.munoz@evercom.es  | Adrián Rodicio667 290 266adrian.rodicio@evercom.es  |

**Suchard refuerza su apuesta por el chocolate negro con una nueva gama de tabletas finas con un 70% de cacao**



* Estas tabletas ofrecerán a los amantes del chocolate negro tres nuevos sabores: Naranja, Nueces Pecanas y Menta
* Así, *Suchard* aumenta el porcentaje de cacao de las tabletas con ingredientes del 54% al 70%, disponible en tabletas de 100 g

**Madrid.** – **15 de julio de 2020** – La tradicional marca de chocolates *Suchard*, perteneciente a la compañía Mondelēz International, ha anunciado el lanzamiento de una nueva gama de tabletas finas con un 70% de cacao. A partir de ahora, los amantes del chocolate negro podrán disfrutar de este producto, que estará disponible en tres variedades: Naranja, Nueces Pecanas, y Menta.

El lanzamiento se enmarca dentro de la decidida apuesta de *Suchard* por el chocolate negro, un gran impulso en la estrategia que comenzó en septiembre de 2017. Con esa estrategia, la marca respondia a una tendencia de consumo como es el chocolate negro, a la vez que pretendia estar en los lineales con esta extension durante todo el año, consiguiendo la desestacionalización. Desde entonces, se han ido sumando al mercado nuevas variedades, entre las que destacan la gama *Suchard BIO* o tabletas finas, con sabores tan reconocibles como el “Intense Pasión de Naranja”.

El mercado de chocolate negro sigue creciendo, + 12,4% en los últimos 12 meses (Nielsen TAM P6 2020), y, con este lanzamiento, *Suchard* seguirá dando respuesta a las tendencias más destacadas: porcentajes más altos de cacao y productos saludables.

Así, el contenido de cacao se ha incrementado del 54% al 70%, en línea con la demanda. El sabor favorito de los consumidores es la naranja, representando el 40% del volumen de tabletas finas con ingredientes. Menta ya es un clásico bien conocido, y ahora *Suchard* aporta la novedad de las Nueces Pecanas, que seguro ganaran el aprecio del consumidor por la equilibrada composición de sus grasas.

En palabras de Miguel Alonso Lamamié de Clairac, Brand Manager de Tablets Spain, “este lanzamiento continua la decidida apuesta por el chocolate negro de *Suchard*, que sigue creciendo a doble dígito en los últimos 12 meses (+23%, según Nielsen TAM P6 2020), especialmente en el segmento de tabletas finas. Ademas, nuestro nuevo producto añade valor de una manera muy importante, pues, frente al 45% de contenido de cacao en tabletas finas con ingredientes en la media del mercado, ofrece un 70%”.

**Suchard, con Cocoa Life**

Desde 2016, las tabletas de chocolate negro Suchard forman parte del proyecto Cocoa Life, con el que Mondelez busca lograr un cultivo sostenible del cacao. Esta iniciativa, que se enmarca dentro de la estrategia de RSC del grupo, busca lograr un consumo sostenible del cacao, ayudando a mejorar las condiciones de vida y las prácticas agrículas de las comunidades dedicadas al cultivo de cacao.

Para ello, Cocoa Life trabaja junto con los agricultores del cacao para hacer que sus plantaciones o cultivos sean más productivas y rentables. Además, ayuda a empoderar a los hombres, mujeres y niños de esas comunidades, para que puedan liderar su propio desarrollo y mejorar su estilo de vida. Por último, protege y restaura la tierra y los bosques donde se cultiva el cacao.

Este programa, que comenzó en 2012, y en el que se han invertido unos 400 millones de dólares, tiene el objetivo de mejorar las condiciones de vida de 200.000 personas de las comunidades del cacao situadas en Ghana, Costa de Marfil, Indonesia, República Dominicana, India y Brasil a partir de 2022.

**Sobre Suchard**

El chocolatero suizo Philippe Suchard, había soñado desde niño con compartir su pasión por el chocolate con todo el mundo y en 1826, lo hizo realidad fundando su primera chocolatería en Suiza. Poco a poco fue abriendo chocolaterías que endulzaron toda Europa. Finalmente, las chocolaterías Suchard llegaron a España en 1910, donde hicieron las delicias de niños y adultos. En 1960 la ambición de Philippe consiguió llegar más lejos que nunca, creando un nuevo icono y tradición en las Navidades españolas con el Turrón Suchard Clásico. En 2017, Suchard decidió ampliar su portfolio para dar respuesta a otras tendencias del mercado con sus variedades de chocolate negro, disponibles durante todo el año.

**Acerca de Mondelēz International**

Mondelēz International, Inc. (NASDAQ: MDLZ) trabaja para cumplir con su misión de “empoderar a las personas a practicar el Snacking correctamente” (“Empower People to Snack Right”) en más de 150 países de todo el mundo. Con unos ingresos netos de aproximadamente 26 000 millones de dólares en 2019, MDLZ está liderando el futuro de los snacks a través de emblemáticas marcas internacionales y locales como las galletas *Oreo*, *Fontaneda*, *belVita* y *LU*; el chocolate *Suchard*, *Milka* y *Toblerone*; los caramelos *Halls*, los chicles *Trident* y quesos como *Philadephia* o *El Caserío*. Mondelēz International se enorgullece de formar parte de los índices Standard and Poor’s 500, Nasdaq 100 y el Índice de Sostenibilidad Dow Jones. Visite [www.mondelezinternational.com](http://www.mondelezinternational.com) o siga la empresa en Twitter en [www.twitter.com/MDLZ](http://www.twitter.com/MDLZ)