

ÇİKOLATA TRENDLERİ

2026 & ÖTESİ



WGSN


CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE

ÇİKOLATA TRENDLERİNE GİRİŞ

Orta ve Doğu Avrupa'da çikolatalar baskı altında. Fiyata duyarlı bu bölgede yenilikçi markalar, lezzet ve deneyimden ödün vermeden fiyat-değer dengesini sağlamak için ortaya çıkan tüketici ihtiyaçlarını karşılamak zorunda; bunu yaparken de ürün geliştirme sürecinin merkezine **amacı** yerleştirmelidir.

Fiyat

Orta ve Doğu Avrupa (CEE), kakao arzındaki istikrarsızlık ve buna bağlı fiyat artışlarının yerel tüketimi güçlü biçimde etkilediği, maliyet odaklı bir pazardır. Bölgedeki tüketiciler giderek daha seçici hale gelmekte; fiyat-değer dengesi sunan ve gündelik keyif anları yaratan deneyimler aramaktadır. Çikolataya yönelik artan bu beklenti, markalar üzerinde farklı fiyat seviyelerinde yenilik yapma baskısını artırmaktadır.

Fiyat-değer dengesini sağlamak için CEE tüketicileri, fiyat, kolaylık ve lezzet gibi temel ihtiyaçların ötesine bakarak; miras duygusuna ve yaratıcı yeniliğe işaret eden ek faydalar sunan ürünler aramaktadır. Bu durum, çikolata üreticileri için çok daha ileriye gitme ve bölgenin ortaya çıkan, çeşitlenen tüketici ihtiyaçlarını karşılama konusunda geniş bir fırsat alanı sunmaktadır.

Topluluk

Orta ve Doğu Avrupa'da (CEE) tüketiciler, diğer bölgelere kıyasla yerel kimlikleriyle ve çocukluk anılarıyla bağ kurmaktan, hayatlarına eğlence ve oyun duygusu katmaktan daha fazla keyif alıyor. Nostalji güçlü bir duygu olmaya devam ederken, bölgedeki tüketiciler çikolatanın bu beklentilere nasıl yaratıcı ve yenilikçi yollarla karşılık verebileceğini görmek istiyor. Değer algısı ön planda olsa da, daha tatmin edici ve özel hissettiren çikolatalar için daha yüksek bir bedel ödemeye de istekli davranıyorlar. Bu doğrultuda yenilikçi markalar, tüketiciyi heyecanlandıran yeni içerikler ekleyerek ve geleneksel lezzet eşleşmelerini günümüz zevklerine uyarlayarak ürünlerini giderek daha fazla yukarı taşıyor; bunu yaparken de ne fiyattan ne de deneyimden ödün veriyor.

Amaç

Çikolatanın özünde keyif ve haz vardır. Ancak markaların, çiftçileri ve çevreyi destekleyen sürdürülebilir bir tedarik zinciriyle güçlenen daha geniş bir amacı da tanımlaması gerekir.



Amaç, en baştan kurgulanmalı; trend odaklı yenilikler ise insanların değişen ihtiyaçlarıyla bağ kurmalı ve daha yüksek fiyat seviyeleriyle birlikte gelen değer beklentilerini karşılamalıdır. Değer yaratmanıza yardımcı olmak ve fiyat, insan ve amacı inovasyonun merkezine yerleştirmek için, 2026 ve ötesi için öngörülen çikolata trendlerini keşfedin. CEE bölgesinde satın alma kararlarını şekillendirecek ve sektörün bölgesel büyümesini destekleyecek duygu ve stratejileri inceleyerek lezzet ustalığına ulaşın.

ÖNE ÇIKAN ÇİKOLATA TRENDLERİ

01 KÜÇÜK ANLARIN ÇİKOLATASI



02 ÇİKOLATA NOSTALJİSİ



03 KÖKLERDEN GELEN ÇİKOLATA



04 DÜŞÜK & İÇERMEZ ÇİKOLATALAR



05 BANA İYİ GELEN ÇİKOLATALAR



06 DUYUSAL ÇİKOLATALAR



07 GÜNLÜK LÜKSLER



This document has links to jump to sections & explore further reading.

'KÜÇÜK KUTLAMA' ANLARININ ÇİKOLATASI

Tüketiciler, kutlama kavramını yeniden tanımlayarak kapsamını genişletiyor. Evlilik ya da çocuk sahibi olmak gibi geleneksel hayat dönüm noktaları artık tek başına ön planda değil. Günümüzde insanlar; kariyerde elde edilen başarılar gibi daha küçük, daha kişisel ama en az onlar kadar anlamlı kazanımları — yani "küçük anları" — kutluyor. Bu doğrultuda, alternatif anlara ve sosyal buluşmalara eşlik eden ya da onları kutlamayı mümkün kılan çikolatalara olan ilgi giderek artıyor.



Motivasyon

Geleneksel hayat dönüm noktaları ve toplumsal beklentilerle sınırlandığını hissetmek



Sonuç

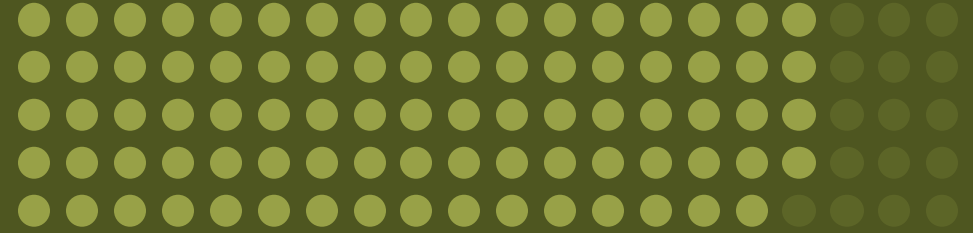
Kutlamak ve keyif almak için yeni anlar keşfetmek



Pexels | Jonathan Barba

"Benim için keyif ve şımartma, kutlanan anlarla ilişkilidir. Bu bir iş yerindeki terfi de olabilir, girdiğiniz bir sınavdan aldığınız iyi bir sonuç da. O anı nasıl kutladığınız, benim gözümde keyfin ta kendisidir."

Callebaut x WGSN Global Consumer Study, 2025



%84

CEE bölgesindeki tüketicilerin büyük bir bölümü, daha küçük ya da geleneksel olmayan başarıları arkadaşları ve aileleriyle kutlamaktan keyif alıyor.

1 – KÖKLERDEN GELEN ÇİKOLATA

KÖKLERDEN GELEN ÇİKOLATA

Kültürel mirası kutlamak ve kimlikle yeniden bağ kurmak isteyen tüketicilerin, yerel, bölgesel ve mevsimsel ürünlere olan ilgisi artıyor. Çikolata alanındaki yenilikçiler ise bu eğilime; çok yerel ve mevsimsel içerikleri çikolatalarda kullanarak, yerel lezzetleri yeniden ele alıp köklü tatları modern bir yorumla buluşturan özgün ürünler geliştirerek karşılık veriyor.



Motivasyon

Yiyecek aracılığıyla kişisel kültürle bağ kurmak



Sonuç

Yiyecek aracılığıyla yerelliği ve kökleri kutlayarak kimlik duygusunu güçlendirmek



Pexels | Pranjal Kumar

"Tüketiciler çocukluk tatlarını özleyiyor ve bu tatlar için daha fazla ödemeye istekli. Polonya'dan çok iyi bir örnek; beyaz yaban mersinli bir briyoş... İnsanlar bu ürünler için üç katı fiyat ödemeyi kabul ediyor."

Kamil Szulc, Chef at Callebaut Chocolate Academy

%88

Tüketicilerin önemli bir bölümü, kültürel mirasını ya da kimliğini yansıtan çikolataları tercih ediyor.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (CEE), 2025

1 - DÜŞÜK & İÇERMEZ ÇİKOLATALAR

DÜŞÜK & İÇERMEZ ÇİKOLATALAR

Tüketiciler, şekerin ve aşırı işlenmiş gıdaların sağlık üzerindeki etkileri konusunda giderek daha bilinçli hale geliyor. Bu doğrultuda, sağlık ve iyi yaşam hedefleriyle uyumlu; ancak keyif ve hazdan ödün vermeyen çikolatalar talep ediyorlar. Aynı zamanda küresel damak zevki, daha az tatlı ama lezzet açısından daha katmanlı ürünlere yöneliyor; bu da üreticileri daha az sayıda, daha taze ve daha incelikli içerikler kullanmaya teşvik ediyor.



Motivasyon

Lezzetten ödün veren, şeker ikamelerine odaklanan kısıtlayıcı diyetler



Sonuç

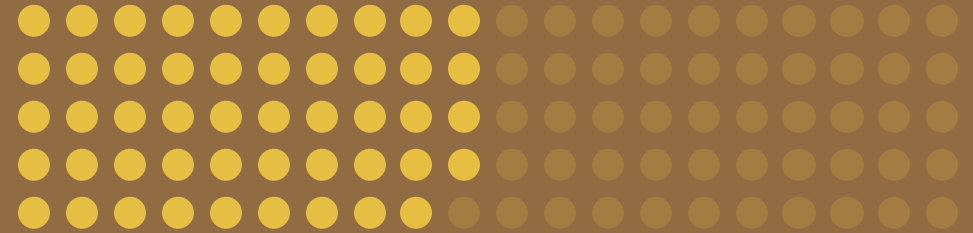
Daha az içerikli, ölçülü şeker barındıran ya da sağlıklı alternatifler sunan tatmin edici lezzetler



Pexels | Jonathan Berba

"Eski tarif kitaplarına dönüp baktığınızda, o dönem kullanılan şeker miktarıyla bugün kullandığımız miktar arasında büyük bir fark olduğunu görürsünüz. Bence damak zevkleri artık daha az tatlıya yöneliyor ve hem trendler hem de tariflerimiz bunu yansıtıyor."

Alistair Birt, Şef



%49

Tüketicilerin önemli bir bölümü, çikolata satın alırken daha kısa içerik listelerini kendileri için çok önemli buluyor.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (CEE), 2025

1 - DUYUSAL ÇİKOLATALAR

DUYUSAL ÇİKOLATALAR

"Instagram'lık" tatlılardan evrilen duyuusal çikolatalar, tüketicilerin heyecan yaratan ve beklentileri aşan yeni yeme-içme deneyimleri aramasıyla birlikte hızla popülerlik kazanıyor. Sunum hâlâ görsel olarak "paylaşmalık" olmayı sürdürürken, tüketiciler lezzet konusunda giderek daha seçici hale geliyor; bu da yenilikçileri geleneksel çikolatalarda uyarıcı dokular ve beklenmedik tatlarla denemeler yapmaya yöneltiyor.



Motivasyon

Sosyal medyada paylaşmak için abartılı ve gösterişli görünen tatlılar



Sonuç

Görsel, tat ve doku beklentilerini aşan, yüksek düzeyde duyuusal çikolata şekerlemeleri



© Callebaut

%47

Tüketicilerin önemli bir bölümü, şaşırtıcı ya da beklenmedik dokuya sahip çikolatalara güçlü bir ilgi duyuyor.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (CEE), 2025

"Farklı lezzetlerle birlikte işler daha cesur bir hâl alıyor. Her şey daha büyük ve daha dramatik oluyor. İnsanlar artık fazladan bir şey istiyor."

Justin Ellen, Content Creator & Celebrity Baker



%41

Tüketicilerin önemli bir bölümü, tatlı ve tuzlu lezzetleri bir araya getiren çikolataları da kendileri için son derece anlamlı buluyor.

Callebaut x WGSN Global Consumer Survey (CEE), 2025

LEZZET USTALIĞINA ULAŞIN

Günümüz tüketicileri günlük yaşamlarında bağ kurmayı, kültürel keşfi, iyi hissettiren anları ve küçük keyifleri arıyor — çikolata bu beklentileri karşılamada önemli bir rol oynayabiliyor.

Markalar için bu durum; oyunlu formatlardan yaratıcı lezzetlere, mirası kutlayan, bilinçli tercihlerle uyumlu ve tadı çıkarılmaya değer anlar yaratan çikolatalar geliştirmek adına güçlü bir fırsat sunuyor.

Kakao fiyatları dalgalansa bile, inovasyonun merkezine insanı ve amacı koymak; markaların duygusal ve duyusal düzeyde karşılık bulan, değer odaklı ve etkileyici ürünler yaratmasını mümkün kılıyor. "Küçük Anlar" çikotalarından günlük lükse uzanan bu trendler, çikolata inovasyonunda heyecan verici bir yolculuğun yalnızca başlangıcını temsil ediyor.

Bu içgörüler markanıza özel bir stratejiye dönüştürmenize, tüketicileri etkileyen ve büyümeyi destekleyen ürünler ile deneyimler yaratmanıza yardımcı olmak için Callebaut ile www.callebaut.com adresi üzerinden iletişime geçebilirsiniz.



TRENDLERİN ÖNGÖRÜLMESİ

Top Chocolate Confectionery Trends 2026 & Beyond başlıklı çalışma, dünyanın önde gelen trend öngörü ajansı WGSN ile Callebaut iş birliğinde hazırlanmıştır.

Çikolata alanındaki başlıca trendlere yönelik bu kapsamlı çalışma; WGSN'in trend uzmanları tarafından analiz edilen nicel ve nitel veri kaynaklarının bir araya getirilmesiyle oluşturulmuştur.

İÇERİKLER

Tüketici Araştırması

Eylül 2025'te, 24 pazarı kapsayan ve 24.000 tüketiciyle gerçekleştirilen çevrim içi bir araştırma yapılmıştır. Bu çalışma kapsamında veriler, son 12 ay içinde çikolata satın almış küresel tüketicilerle sınırlandırılmıştır.

Tüketici Günlükleri

Amerika Birleşik Devletleri, Brezilya, Hindistan ve Birleşik Krallık'taki tüketicilerden toplanan nitel günlük çalışmalarıdır.

Uzman Görüşmeleri

13 pazarda, yiyecek ve içecek sektöründen 20 şef ve uzmanla gerçekleştirilen görüşmeleri kapsamaktadır.

Arama Verileri

Google Trends'ten elde edilen açık kaynak veriler, arama hacmindeki artışa göre öne çıkan içerikleri ve formatları belirlemek amacıyla analiz edilmiştir (Ekim 2023 – Eylül 2025).

WGSN Dataları:

Food & Drink Signal Map

WGSN'in Sosyal Veri setleri, çikolatalarla ilişkili büyüyen anahtar kelimeleri ve içerikleri belirlemek için kullanılmıştır. WGSN'e ait Food & Drink Signal Map, dünya genelinde kürate edilmiş 4.000'den fazla yiyecek ve içecek influencer'ını takip ederek sektörde öne çıkan yeni konuları tespit etmektedir.

WGSN Özgün Trend İlgöröleri ve İkincil Araştırmalar

WGSN'in tüketici ile yiyecek-içecek trend öngöröleri, sektör uzmanları tarafından hazırlanmakta ve wgsn.com üzerinden yayımlanmaktadır. Rapordaki geleceğe odaklı içgöröler bu çalışmalarla şekillendirilmiş, ayrıca markaya özel ikincil araştırmalarla zenginleştirilmiştir.

Trend Taramaları

Küresel ve pazar bazlı değişim sinyalleri ile yenilikçi vaka örnekleri, yerel trend uzmanları tarafından toplanmış ve analiz edilmiştir.



DAHA FAZLASINI KEŞFEDİN

Bu rapor, Orta ve Doğu Avrupa'daki 4 temel çikolata trendini kapsamaktadır. 2026 yılına yönelik 7 Öne Çıkan Çikolata Trendini, mutlaka bilinmesi gereken örnek olayları ve geleceğin çikolata konseptlerini keşfetmek için bugün satış ekibimizle iletişime geçin.

01 KÜÇÜK ANLARIN ÇİKOLATASI



02 ÇİKOLATA NOSTALJİSİ



03 KÖKLERDEN GELEN ÇİKOLATA



04 DÜŞÜK & İÇERMEZ ÇİKOLATALAR



05 BANA İYİ GELEN ÇİKOLATALAR



06 DUYUSAL ÇİKOLATALAR



07 GÜNLÜK LÜKSLER



CALLEBAUT LEZZET USTALIĞI



WGSN



CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE