



Givaudan lance une nouvelle approche orientée vers le consommateur afin de guider la création d'arômes vanille

1er juillet 2008 : Givaudan a relevé le niveau en matière de création aromatique grâce à un investissement significatif et à des recherches mondiales menées afin de découvrir la « Future Génération » de l'un des arômes les plus appréciés dans le monde : la vanille. S'appuyant sur un héritage solides en matière de connaissance sur les saveurs et arômes vanille, Givaudan a lancé le programme TasteEssentials™ Vanille afin de stimuler l'inspiration créative en s'orientant vers la compréhension du consommateur. Cela a permis d'optimiser et de repousser les limites d'un arôme vanille traditionnel vers la création d'expériences nouvelles et de caractéristiques sensorielles qui permettront d'attirer de nouveaux consommateurs.

La nouvelle approche « design d'arômes » TasteEssentials™ associe le meilleur en terme de compréhension globale du consommateur, connaissance sensorielle, recherches pionnières à Madagascar et connaissances culinaires au service du développement d'ingrédients vanille uniques permettant la création de nouveaux arômes exceptionnels. Une exploration du marché basé sur l'analyse de 75 des marques de glaces à la vanille les plus populaires dans le monde, et l'exploration des préférences des consommateurs représentés par 4 000 consommateurs repartis dans 20 pays a permis une compréhension poussée des connexions émotionnelles et des préférences du consommateur vis-à-vis de la saveur vanille. Ceci a permis de guider la création afin d'aboutir au développement d'innovations Givaudan dans le domaine des ingrédients, des arômes et des concepts Vanille.

Scott May, directeur de la division monde produits sucrés et laitiers a déclaré : « Le lancement du programme TasteEssentials™ Vanille de Givaudan marque une avancée significative dans la découverte de ce que les consommateurs apprécient, pensent et ressentent vis à vis de la vanille dans différentes parties du monde. Grâce à Givaudan avec ses nouveaux ingrédients vanille, sa connaissance vis-à-vis des attentes consommateurs et son expertise en matière de création, les fabricants du secteur alimentaire vont pouvoir être plus près que jamais d'arômes vanille vraiment caractéristiques qui ont été intensivement testés et validés, qui attireront de nouveaux consommateurs. »

L'étendue des activités de recherche Givaudan ont inspiré la création de plus de 500 concepts vanille uniques dont environ 150 ont été testés auprès de consommateurs répartis dans le monde afin d'identifier une gamme unique d'arômes vanille attrayants et sélectionnés par les consommateurs. Comme le fait remarquer Dave Bratton, aromaticien chez Givaudan : « Notre objectif était de repousser les limites en terme de création d'arômes vanille. Le fait d'observer les réactions des consommateurs vis-à-vis de nos prototypes nous a permis de réaliser que l'univers de ce qui est acceptable et même désirable en matière de vanille est en fait bien plus étendu que nous ne l'imaginions. »

Autrefois, les fabricants d'arômes devaient faire des choix difficiles : soit utiliser une matière première rare et chère, dépendante d'une chaîne d'approvisionnement instable, soit faire un compromis sur la qualité du goût en utilisant des substituts synthétiques ou des extraits ne

possédant pas la même finesse aromatique que le produit naturel.

Aujourd'hui, les fabricants ont accès à la gamme la plus large et la plus diversifiée d'arômes vanille préférée par les consommateurs, qu'ils soient naturels ou naturel-identiques, ce qui permettra une parfaite différenciation de leur produit et encouragera l'acte répété d'achats des consommateurs. De plus, le lancement de produits - aliments et boissons - utilisant des arômes vanille peut être considérablement réduit grâce à la technologie et à l'expertise de Givaudan en matière d'applications et de produits spécialisés tels que son unique « synthétiseur d'arômes virtuels ».

Givaudan travaille en partenariat avec des producteurs spécifiques afin de surmonter les problèmes constants d'approvisionnement en vanille de grande qualité sur un marché frappé par un manque généralisé. Cela permet de satisfaire la demande croissante des consommateurs vis-à-vis d'une complète transparence en matière d'information sur la provenance et l'origine des produits à base de Vanille. La stratégie de développement et d'approvisionnement mondiale de Givaudan répond à ces demandes au travers d'une série de programmes de commerce durable mis en place dans différents pays en voie de développement.

Notes aux rédacteurs :

Givaudan Arômes est un partenaire privilégié des sociétés leader dans les secteurs des boissons et de l'alimentation dans le monde. Grâce à la combinaison de ses expertises globales en matière de perception sensorielle, d'analyse et d'innovation centrées sur le consommateur, Givaudan permet d'ouvrir de nouvelles opportunités de marché vis-à-vis d'application et de produits uniques. De la conception produit, aux linéaires, en passant par la restauration rapide, Givaudan travaille avec les professionnels du secteur de l'alimentation et des boissons afin de développer des arômes et des saveurs spécifiques visant les produits leader sur le marché présents sur les cinq continents : www.givaudan.com

Pour plus de détails, veuillez contacter :

Toni Gill : toni.gill@razor-pr.com Tél : +44 (0) 1869 353800

Lucy Ferguson : lucy.ferguson@razor-pr.com Tél : +44 (0) 1869 353800

Shelby Rohwedder, Coburn Communications: shelby.rohwedder@coburnww.com

Tel: +1 212 536 9836