

# Spaas heeft een neus voor wetenschap

## HET COMPLEXE VERHAAL ACHTER DE NIEUWE COLLECTIE GEURKAARSEN

Geurkaarsen zitten in de lift. Na de populaire theelichtjes veroveren vandaag geurkaarsen de Europese markt, met ook in België een stijgende verkoop. Kaarsenproducent Spaas kiest resoluut voor geur in de nieuwe collectie 'Moments of Life' en liet parfumspecialisten geuren selecteren waar we herinneringen aan koppelen. Maar hoe werkt onze neus nu precies? En welke geuren herkennen we gemakkelijk?



### GEUR ALS COMPLEXE WETENSCHAP

Dat geuronderzoek een interessante maar ook ingewikkelde wetenschap is, mag duidelijk zijn. "Geuren zijn complexe samenstellingen van vluchtige moleculen. Als mens kunnen we doorgaans 1.000 tot 3.000 geuren onderscheiden met diverse geurkarakters. Een geoefend parfumeur herkent zelfs tot 5.000 geuren", vertelt dr. Inge Dirinck, technologisch adviseur bij SENSTECH, het Vlaams Adviescentrum voor Sensoriek dat inzicht geeft in de chemische achtergrond van aroma's en geuren.

**Geuren creëren een bepaalde sfeer**, ook al gebeurt die beïnvloeding vaak onbewust. "Denk maar aan geurmarketing in winkels om je in de juiste 'koopstemming' te brengen. Je staat er niet bij stil maar in een winkel voor huishoudproducten vernevelen ze in de afdeling 'tv & dvd' vaak een andere geur dan in de afdeling 'wasmachines & droogkasten'. Anderzijds is onze neus heel gevoelig voor bepaalde geurmoleculen. Zo herkennen we meteen de muffe kurksmaak in wijn, ook al komt die in een minuscule concentratie voor. Dat heeft te maken met de geurdrempelwaarde van aromaverbindingen. Sommige geurkarakters zijn ook makkelijker te herkennen. Zo slaagt ruim 90% erin om de geur van koffie te identificeren, terwijl nog geen 40% de geur van sojasaus kan thuisbrengen."

**Vrouwen en mannen** verschillen ook in geurwaarneming, waarbij vrouwen doorgaans beter scoren in het herkennen van geuren. Dat geldt bijvoorbeeld opvallend voor kokosnoot, ajuin, ketchup, appel, kattenbrokken maar ook rubber en motorolie. Mannen kunnen dan weer beter de geur van aftershave, sherry, mosterd, zwarte peper of sardines traceren. "Los daarvan is geur ook iets persoonlijks. De ene ruikt graag fruitig en fris, de andere verkiest florale en oriëntaalse geuren. In die zin was het slim van Spaas om voor haar nieuwe geurkaarsen de selectie van samengestelde geuren te toetsen bij een publiekspanel."

**SPAAS**<sup>®</sup>  
light up your life

## GROEI IN GEURKAARSEN

Als sfeerbrenners hebben kaarsen hun weg weten te vinden. Binnen het segment decoratie blijft de kaarsenverkoop jaarlijks groeien. En na de sterke opmars van de theelichtjes, is het nu de beurt aan de geurkaarsen. Noord-Amerika is een belangrijke markt, maar in Europa worden wereldwijd de meeste geurkaarsen verkocht. Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk zijn daarbij koplopers, gevolgd door Duitsland, Italië en België waar de verkoop jaarlijks met 3% stijgt.

Wim Dejonghe, Marketing Manager bij Spaas: “Kaarsen zijn niet alleen meer louter decoratief, maar worden ook gebruikt om je interieur meer eigenheid te geven. Een geurkaars voegt een extra dimensie toe met zijn uniek aroma. Spaas investeert dan ook in minder frequente geuren – zoals zeezout, mirre of thee – en complexere geuren die een specifieke sfeer creëren of herinnering oproepen. Met het nieuwe assortiment ‘Moments of Life’ willen we consumenten verrassen en inspireren.”

## NIEUWE COLLECTIE ‘MOMENTS OF LIFE’

Als belangrijke Europese speler kiest Spaas duidelijk voor geur in de nieuwe collectie ‘Moments of Life’. De geurkaarsen volgen allereerst de Europese geurtrends. Zo zijn fruitige en bloemige geuren in, net zoals hout- en natuurtoetsen. Daarnaast ging Spaas specifiek op zoek naar geuren die herinneringen oproepen – denk aan talkpoeder (babybillen), lippenstift (eerste kus) of thee (zondagmiddag bij oma). Het resultaat is een evenwichtige mix van 12 geuren die zowel het florale, het fruitige, het natuurlijke als een toets citrus omvatten.

Wim Dejonghe bij Spaas: “Onze parfumeurs stelden 40 geuren samen, die we voorlegden aan 30 vrouwen. Zo creëerden we geurkaarsen die onderling sterk verschillen maar toch algemeen in de smaak vallen. Het panel associeerde de geuren met specifieke herinneringen. Zo roept ‘Sparkling Times’ met een mix van citroen, sinaasappel en bergamot het typische zomer gevoel op. Terwijl bij ‘Sensual Blush’ het panel moest denken aan een eerste date in een chique omgeving, dankzij het verleidelijke parfum van vanille met hout en oriëntaalse geuren als amber, sandelhout en ceder.”



### PRAKTISCHE INFO:

Spaas ‘Moments of Life’, richtprijzen:

- Reed diffuser: 16,95 euro
- Geurglas met ring: 5,79 euro
- Conisch geurglas (met kapje): 3,99 euro
- Geurtheelichten assorti 30 stuks: 5,55 euro
- Bokaal met alu deksel: 9,99 euro
- Clearlights 24 stuks: 5,99 euro

Verkrijgbaar in deze geuren:

- Sparkling Times (Exotic Fruits)
- Joyful Excitement (Strawberry & Forest Fruit)
- Sensual Blush (Vanilla & Myrr)
- Velvet Luxury (Raspberry & Lily)
- Heart Warmings (Pear & Wild Fig)
- Morning Breeze (Cotton Blossom)
- Mist of Nostalgia (Sea Salt & Citron)
- Relax & Relieve (Tea of Bergamot)
- Refreshing Lightness (Lavender Citrus)
- Poetic Mystery (Spearmint & Mandarin)
- Secret Fantasy (Eucalyptus & Apple)
- Magical Thoughts (Lavender & Chocolate)

**SPAAS**<sup>®</sup>  
light up your life

## OVER SPAAS

In 1853 gestart als lokale kaarsenfabrikant in Hamont, is Spaas vandaag uitgegroeid tot een belangrijke speler in de internationale kaarsenmarkt. Spaas is marktleider (250 werknemers) in België en heeft in tal van Europese landen een sterke positie uitgebouwd. Vandaag staat de vijfde generatie aan het roer. Naast de productie-eenheid in Hamont is er ook een nieuwe fabriek in Polen. De Spaas-vestigingen in het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk zijn louter salesgericht.

## VOOR MEER INFO

RCA PR  
Hilde Meus  
Tel. +32 11 590 597  
[hilde.meus@rca.be](mailto:hilde.meus@rca.be)  
[www.rcapress.be](http://www.rcapress.be)