



WAT WORDT DE NIEUWE CHIPSSMAAK VAN BELGIË?

LAY'S 'MAAK JE SMAAK':
245.828 INZENDINGEN, 2 FINALISTEN...
1 WINNAAR!

Zaventem - 22 september 2011 – Uit de maar liefst 245.828 inzendingen van de Lay's actie 'Maak Je Smaak' zijn de finalisten bekend gemaakt door de juryvoorzitters Wout Bru & Lionel Rigolet. Eerste finalist is de chipssmaak 'Indian Curry Style', het smaakidee van Karin Luyckx uit Erembodegem. De tweede finalist is 'Bicky Crisp' bedacht door Klara de Wilde uit Hasselt. Vanaf 3 oktober tot 27 november 2011 vind je deze smaken als 'finalist Lay's Limited Edition 2012' in de verkooppunten gedurende 8 weken. Alle Belgen mogen dan bovendien bepalen welke smaak zij het lekkerst vinden. De winnende smaak wordt half december bekend gemaakt en zal als dé Limited Edition 2012 in de winkel liggen voor maximaal 1 jaar. Bovendien belooft Lay's de bedenker met 25.000 euro en 1% van de omzet. Meer weten of stemmen op één van de smaken? Ga naar lays.be!

Unieke oproep voor co-creatie van Lay's in België

Lay's gaf op 10 januari 2011 het startschot van de opmerkelijke 'Maak Je Smaak' actie in ons land. Alle Belgen konden hun idee voor een nieuwe chipssmaak voor de volgende Lay's Limited Edition 2012 insturen. De jury werd culinair voorgezeten door topchefs Wout Bru en Lionel Rigolet. Onze landgenoten reageerden enthousiast met maar liefst 245.828 inzendingen.

Belgisch 'frietkot' & exotische India als inspiratie: de finalisten!

De Lay's jury heeft als finalisten twee uiteenlopende smaken gekozen op basis van het smaakidee en de motivatie.



Finalist 1 is de '**Lay's Limited Edition Indian Curry Style**': de smaakinzending van **Karin Luyckx**, een 38-jarige dame werkzaam bij Familiehulp uit **Erembodegem**. De chipssmaak is gemaakt op basis van koriander, komijn, knoflook, peper en kerriepoeder. Het is een mild pikante curry smaak geworden in combinatie met een Indiase kruidenmengeling. Karin is dol op reizen en exotische smaken en heeft een voorliefde voor de Indiase keuken. Voor Lay's is deze smaakcombinatie op basis van curry een echte primeur en sprong de inzending en motivatie van Karin er dan ook bovenuit. Waarom denkt Karin met haar inzending te winnen? "België is zo multicultureel en dankzij mijn 'Indian Curry Style' chipssmaak, waan je je direct op vakantie samen met vrienden tijdens gezellige momenten."



Finalist 2 is de '**Lay's Limited Edition Bicky Crisp**': het smaakidee van **Klara De Wilde**, een 26 jarige kleuteronderwijzeres uit **Hasselt**. Klara houdt van dansen en gaat graag na een avondje uit, af en toe de frituur in voor een lekkere Bicky Burger. Haar chipssmaak proeft dan ook helemaal naar de 3 Bicky sausjes (mayonaise+ui, ketchup en piccalilly+curry). Het is een pittige smaak door de pickles maar zacht door de mayonaise en verfrissend door het uitje. Klara overtuigde Lay's niet alleen door een populaire smaak te kiezen maar vooral dankzij haar motivatie dat je met haar 'Bicky Crisp' niet meer naar de frituur hoeft voor de heerlijke smaak. Wat vindt Klara zelf van haar chipssmaak? "Ongelofelijk lekker, je proeft zo de heerlijke Bicky sausjes, maar dan alleen véél krokanter!"

MEER INFO - SURF NAAR [LAYS.BE/PRESS](http://lays.be/press)



“Verrassende smaakideetjes van onze landgenoten”

De jury, met o.a. Wout Bru en Lionel Rigolet en de grootste Belgische Lay's fan Jana Verhoeven, hanteerde de volgende criteria: de smaaknaam moet pakkend, mega creatief en onweerstaanbaar lekker zijn voor een Lay's Limited Edition. Hierna werd gekeken naar de meest overtuigende en originele smaakmotivatie. Bij hetzelfde smaakidee, was de motivatie doorslaggevend.

Lionel Rigolet over de finalisten: “De inzendingen van de Belgen toonden aan dat we echt een land met smaak zijn. Onze taak was vooral te kijken of de smaakcombinaties in harmonie waren en passend bij de aardappelbereiding van chips.” **Wout Bru** bevestigt dit: “Ook bij chips zijn de pittigheid, ziltigheid én het ‘zoetje’ zeer belangrijk als smaakelementen. Onze taak sloot dan ook perfect aan bij wat Lionel en ikzelf in onze restaurants doen: namelijk originele en onweerstaanbare smaken combineren.” Ook Sabine De veilder, Sales Director Retail BeLux, was aangenaam verrast: “Niet alleen de hoeveelheid en diverse smaken hebben mij geïnspireerd, ook de schoonheid en eenvoud van sommige voorstellen. Voor Lay's is dit een unieke en kwalitatieve manier om de Belgische consument beter te leren kennen en met hem samen te werken!”

Trends en algemene vaststellingen

De actie verliep online via maakjesmaak.be of lays.be en kreeg op 8 weken tijd 2.342.962 pageviews. Van de 245.828 smaakinzendingen waren er 108.729 uniek. Er waren ongeveer 60% Vlaamse en 40% Franstalige deelnemers. Enkele trends en vaststellingen:

1. *De Belg trekt onze frietkotcultuur door naar chips*: veel inspiratie werd gevonden bij gekende sauzen of combinaties met b.v. andalouse, tartaar, ketchup en zelfs de Hollandse Joppie saus.
2. *België heeft zin in kaaschips*: kaassmaken zijn niet zo mainstream maar worden duidelijk meer en meer gesmaakt, getuige de vele smaaksuggesties met b.v. feta, mozzarella en geitenkaas.
3. *De Belg associeert chips met het aperitiefmoment*: hapjes zoals salami, kippenboutjes, feta & olijven...vormden voor velen een inspiratiebron.
4. *De Belg is niet zo spicy*: algemeen waren de smaakvoorstellen niet pikant of extreem gekruid.
5. *Eenvoud maakt kracht*: de meeste voorstellen gaven duidelijk de smaken en ingrediënten weer.
6. *Vlees & chips = OK, vis + chips = nee*: weinig vissmaken, wat ook vanuit R&D Lay's bevestigd wordt dat deze combinatie niet geliefd is.
7. *Typisch Belgische smaken (koninginnenhapje, stoofvlees, witloof met hesp & kaas) werden minder ingestuurd*. Voorstellen met Belgische biersmaken des te meer (Trappist, Hoegaarden...).
8. *De Belg is exotisch*: multiculturele combinaties, kruidenmengelingen samen met andere speciale ingrediënten (mango, lychee, guacamole,...) waren populair.

Vanaf 3 oktober 2011 te proeven in de winkel!*

De 2 finale smaken zullen als 'Finalist Lay's Limited Edition 2012' vanaf 3 oktober 2011 overal in België verkrijgbaar zijn. Ze zijn herkenbaar aan de originele kleuren: felgeel voor 'Indian Curry Style' en felroze voor 'Bicky Crisp'. Van maandag 3 oktober tot 27 november 2011 kan iedereen stemmen op deze 2 chipssmaken om zo de ultieme winnaar van de Belgische 'Maak Je Smaak' editie kiezen. Stemmen kan dan via lays.be, sms, facebook en netlog. Fans van

MEER INFO - SURF NAAR LAYS.BE/PRESS

*Dit is een actie zonder aankoopverplichting, u kan de volledige voorwaarden consulteren op lays.be vanaf 3 oktober 2011.



'Bicky Crisp' kunnen één geldige sms per dag met de boodschap 'LAY'S 2' naar 6035 sturen. Fans van 'Indian Curry Style' sturen idem dito 'LAY'S 1' naar 6035. De winnaar ziet zijn smaak in 2012 als de nieuwe Lay's Limited Edition in de winkelrekken liggen en ontvangt bovendien 25.000 euro en 1% van de omzet. Half december wordt dit blijde nieuws uiteraard op gepaste wijze bekend gemaakt!

- einde bericht -

Noot voor de redactie (niet bestemd voor publicatie):

Volgende dossiers alsook beeldmateriaal en video's zijn ook beschikbaar via lays.be/press en bebble.be:



- 22.09.2011 Wat wordt de nieuwe chipssmaak van België?
- 22.09.2011 Maak kennis met finalist **Klara De Wilde** uit **Hasselt** en haar smaak '**Bicky Crisp**'
- 22.09.2011 Maak kennis met finalist **Karine Luyckx** uit **Erembodegem** en haar smaak '**Indian Curry Style**'
- 22.09.2011 'Maak Je Smaak' van Lay's, een nooit geziene co-creatie actie in België en de rest van de wereld

Heeft u specifieke vragen, neem contact op met:

Bebble PR, Ilse Lambrechts

Tel: 0476/98 11 55

Email : ilse@bebble.be

Over PepsiCo BeLux

Met bekende sterke merken als 7UP, Alvalle, Doritos, Duyvis, Lay's, Looza, Pepsi, Quaker, Snack a Jacks, Smiths en Tropicana staat PepsiCo BeLux in de Top 8 van voedingsmiddelenbedrijven. In België zijn er voor PepsiCo BeLux bijna 900 mensen werkzaam in drie vestigingen waarvan twee fabrieken.

PepsiCo BeLux is onderdeel van PepsiCo (PEP, NYSE) die wereldwijd de meeste merken in voeding en dranken heeft. De divisies Frito-Lay, Quaker, Pepsi-Cola, Tropicana en Gatorade bieden honderden smaakvolle producten waar consumenten in meer dan tweehonderd landen dagelijks van genieten. PepsiCo heeft een jaaromzet van ongeveer 60 miljard dollar. Wereldwijd worden werknemers van PepsiCo verbonden door een gezamenlijke visie op duurzame groei: Performance with Purpose.

PepsiCo wil consumenten een breed aanbod van smaakvolle producten bieden die het bedrijf continu verbetert. Daarnaast wil het bedrijf de natuurlijke rijkdommen beschermen. Voor het personeel geeft PepsiCo prioriteit aan diversiteit en een werkomgeving waarin mensen zich gerespecteerd en gestimuleerd voelen. PepsiCo wil met Performance with Purpose een balans vinden tussen zakelijk succes en maatschappelijke verantwoordelijkheid.

www.pepsico.be

MEER INFO - SURF NAAR [LAYS.BE/PRESS](http://lays.be/press)