



'MAAK JE SMAAK' VAN LAY'S

**CO-CREATIE VAN MERK EN CONSUMENT:
DE ACHTERGROND VAN DE NOOIT GEZIENE LAY'S ACTIE
LOKAAL EN INTERNATIONAAL**

Zaventem - 22 september 2011 - Lay's gaf op 10 januari 2011 het startschot van de opmerkelijke 'Maak Je Smaak' actie. Alle Belgen konden hun idee voor een nieuwe chipssmaak voor de volgende Lay's Limited Edition 2012 insturen. In september jongstleden maakte Lay's in ons land de finalisten bekend: 'Indian Curry Style' en 'Bicky Crisp'. In 2009 introduceerde Lay's met 'Do Us A Flavour' een vergelijkbare smaakzoektocht in Engeland. In 2010 volgde Nederland. Net zoals in de andere landen, kiest ook hier de consument de ultieme winnaar. Lay's betreft op een nooit geziene manier de consument vanaf het idee, doorheen de productie tot deelname in de winst voor de ontwikkeling van een nieuwe chipssmaak. Een overzicht en meer achtergrond over deze unieke campagne die wereldwijd een pak interessante chipssmaken en engagement van de consument heeft opgeleverd.

'Maak Je Smaak': een internationaal recept van Lay's voor co-creatie en dialoog met de consument

Lay's startte in Europa met de UK versie 'Do Us A Flavour' in 2009. Internationaal heeft de actie een pak lokale varianten zoals b.v. in Nederland, België, Thailand, Australië, India... Het mechanisme is telkens identiek. Betrek de consument van A tot Z zodat het idee, de uitvoering, de keuze en zelfs de opbrengst tussen merk en consument gedeeld worden. De doelstelling van de chipsproducent is telkens in dialoog te treden met de consument op lokaal niveau. De opdracht voor de consument is eenvoudig doch serieus: bedenk een nooit geziene en onweerstaanbare chipssmaak en motiveer waarom een smaakjury het idee moet kiezen. De smaakjury is onder leiding van topchefs en kiest vervolgens een aantal finalisten op basis van duidelijke richtlijnen. De Lay's R&D afdeling test en produceert vervolgens de smaken die geselecteerd zijn als finalist door de jury. Lay's brengt deze smaken hierna op de markt. Lokaal kan de consument tijdens deze fase proeven en stemmen op de chipssmaak die volgens hem de ultieme winnaar wordt en als volgende Lay's Limited Edition wordt uitgebracht. De winnaar wordt telkens door Lay's beloond met een participatie in de opbrengst, een geldprijs én de chipssmaak in de rekken gedurende maximaal een jaar.

2009: 'Do Us A Flavour' - Engeland – Winnaar Builder's Breakfast

Onder de naam 'Do Us A Flavour' werd in 2009 in Engeland een vergelijkbare smaakzoektocht opgezet. De actie was een gigantisch succes met meer dan een miljoen inzendingen. Het hoofd van de jury was sterrenkok Heston Blumenthal van het wereldberoemde Engelse restaurant 'The Fat Duck'. De finalisten kwamen met heel originele smaken voor de boeg: 'Fish and Chips' en 'Cajun Squirrel', 'Crispy Duck and Hoisin'. De smaak 'Builder's Breakfast', bedacht door een 27-jarige huisvrouw uit Derbyshire, won met 22% van de stemmen.



2010: 'Maak De Smaak' – Nederland – Patatje Joppie

Deze actie startte in Nederland begin 2010. De jury, onder leiding van de topchef Joop Braakhekke, kon kiezen uit ruim 678.000 inzendingen. Er woedde een spannende strijd tussen de smaken Patatje Joppie (een Nederlandse frietsaus), N° 66 Babi Bangang en Mango Red Chilli. Tijdens de Voting fase, gingen maar liefst 6 miljoen finalesmaken over de toonbank. 72% van de stemmen gingen resoluut naar 'Patatje Joppie' die dit jaar dan ook verdiend bij onze Noorderburen te koop is als Lay's Limited Edition 2011.

Wereldwijd de consumer engageren voor een lokaal co-creatie verhaal

De chipsfabrikant heeft sinds 2009 de co-creatie actie in diverse landen uitgerold. In 2010 liep de actie in Australië met 317.000 inzendingen. De finalisten 'Aline's Caesar Salad' won van de andere finalisten 'Late Night Kebab', 'Buttered Popcorn' en 'Vinnie's BBQ Coat of Arms'. Zuid-Afrika kreeg de 'What's your lekker Flavour' versie met 287.000 smaakinzendingen. Lay's kreeg in India 1.359.000 voorstellen en 210.000 in Egypte. 'Maak Je Smaak' wordt ook gepland in Turkije, Mexico, Brazilië, Argentinië, Chili en Spanje de volgende jaren.

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 zondag 27 november 2011 kan iedereen stemmen op deze 2 chipssmaken om zo de ultieme winnaar van de Belgische 'Maak Je Smaak' editie te kiezen. Stemmen kan dan via lays.be, sms, netlog en facebook. Fans van '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 -

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.



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'

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 jaarmzet 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)