

## ALIMENTATION ET BOISSON



### **Un “plat” c’est bien plus que “manger”: c’est aussi voir, sentir, toucher, et même entendre.**

De nos jours, les messages mitigés qui nous parviennent à propos de la nourriture sont parfois excitant, prêtent parfois à confusion et nous dépassent la plupart du temps. En réponse à cela, les consommateurs en viennent à mettre en place de nouvelles règles et stratégies concernant ce qu’ils vont ou ne vont pas consommer - le résultat en est que leur relation avec la nourriture est en train de changer.

En passant un temps considérable à nous entretenir avec les personnes à propos de leurs habitudes et prises de décisions concernant leur alimentation, nous constatons qu’elles recherchent de plus en plus des connections profondes avec ce qu’elles consomment: produits sains, équitables, favorisant le développement local et traduisant leur appartenance à une communauté.

Nous utilisons ce type d’informations pour aider les entreprises sur des projets comme le développement de nouvelles saveurs ou l’apport de valeur de leur chaîne d’approvisionnement.

A VEEB nous développons des solutions globales pour les marques, les professionnels de la restauration et les organisations.

Notre équipe interdisciplinaire associe le design sensoriel et culinaire, le packaging et la mise en espace pour mettre en valeur les portefeuilles de produits et saveurs proposés par nos clients. La dimension pédagogique et la compréhension du terrain de la santé et de la prévention sont des problématiques auxquelles nous sommes particulièrement sensibles.

### **Stratégie de marque et développement**

La meilleure façon d’envisager l’évolution souhaitable d’une marque est de comprendre avant tout les différences de perceptions entre l’entreprise et les consommateurs. A partir de là, nous travaillons avec nos clients pour identifier des opportunités de croissance de marché et développer une feuille de route stratégique. Celle-ci fournit non seulement une base pour le comportement de la marque sur le marché, mais elle alimente également le design du nouveau produit, packaging, mode de communication, service et environnement.

### **Comprendre le domaine de la santé et du bien-être**

Les perceptions de la “santé” sont variables, dépendantes d’un contexte et souvent contradictoires. Les notions des consommateurs sur la santé et le bien-être évoluent en conséquence. Les défis que doivent relever les industries agro-alimentaires incluent: la relation complexe entre le contrôle des calories, les régimes et la “bonne chère”, une demande pour les produits intégrant des ingrédients sains, plus d’informations nutritionnelles, la compatibilité avec un mode de vie le moins modifié possible. La question que nous nous posons est: comment pouvons nous offrir aux gens des solutions de “santé spontanée”? Comment pouvons nous rendre tangibles les curseurs émotionnels qui soutiennent la perception de manger sainement?

### **Développement de produits et packaging**

L’observation, l’analyse et le prototypage nous permettent d’explorer avec nos clients tout ce qui peut entrer en résonance avec les consommateurs, et pourquoi. L’habileté à combiner la nourriture avec des prototypes de packaging permet de simuler les façons de faire entrer tous types d’offres sur le marché.

### **Innovation points de vente et chaîne logistique**

Dans une industrie où les marges sont très minces, optimiser la chaîne logistique peut-être un moyen de concurrencer et de gagner des clients. En utilisant des techniques collaboratives de design, VEEB identifie les opportunités qui permettent d’augmenter le chiffre d’affaire, économiser sur les marges, créer des partenariats durables et transmettre des valeurs à travers toute l’organisation.