

Boisson innovante

Projet innovation en santé - Boisson innovante à base de khamare

Informations

Participants :

- Myriam GAKOU - mymayeg@gmail.com
- Céline DOUGUET - celine.douguet.92@gmail.com
- NOUR Imoussaine - nour.Imoussaine@etu.sorbonne-universite.fr

Cursus : Master 2 Nutrition, Qualité, Santé (NQS)

Période : du 01/09/2025 au 04/12/2025

Contexte

KAMAÉ est un projet de boisson naturelle pétillante à base de khamaré, une racine traditionnellement utilisée pour le bien-être féminin. Face à la demande croissante de boissons saines, sans additifs et axées sur l'équilibre du corps, nous avons développé une recette simple, naturelle et pensée pour accompagner les femmes dans leur quotidien. Notre objectif est de proposer un produit moderne, authentique et accessible, qui répond aux attentes actuelles : naturalité, transparence, bien-être et engagement écologique, grâce à un packaging en verre recyclable et des ingrédients naturels. Le travail portera sur la mise au point d'une base de formulation, sur toute l'étude marketing et sur la communication qui va avec.

Objectifs

L'objectif de ce projet est de concevoir et développer la boisson KAMAÉ en travaillant à la fois sur sa formulation et sur son lancement marketing. Cela implique de déterminer la meilleure recette possible, notamment le dosage optimal du khamaré et l'équilibre avec les autres ingrédients, puis de structurer l'ensemble du processus de mise sur le marché : tout le marketing de la marque donc des allégations scientifiques concernant notre produit jusqu'à la stratégie de communication.

KAMAÉ

Une boisson naturelle
et apaisante à base
de khamaré

*L'équilibre
qui pétille*

**BOISSON NATURELLE
PÉTILLANTE À BASE DE
KHAMARÉ,
INGRÉDIENTS 100%
NATURELS**

INGRÉDIENTS:
Eau gazéifiée, Infusion
de khamaré (vétiver),
Jus d'orange pressé,
Jus de citron,
Cannelle, Fleur d'oranger,
Miel de lavande.

VOLUME NET : 330 ml

ORIGINE
Produit en France – Inspiré
des traditions africaines.

Boisson non alcoolisée.

PRODUIT EN FRANCE

Septembre

1. Définition de l'idée et exploration préliminaire

En septembre, on a travaillé sur la recherche du concept général du projet. L'objectif était d'identifier une idée innovante, réalisable et alignée avec les tendances actuelles du marché des

boissons naturelles.

Travail réalisé :

- Analyse des attentes actuelles des consommateurs : naturalité, bien-être, recettes simples, ingrédients authentiques.
- Observation du marché : kombucha, boissons florales, infusions froides, eaux aromatisées naturelles.
- Recherche d'un ingrédient différenciant → khamaré (racine de vétiver), encore inexploité en boisson en Europe.
- Analyse des usages traditionnels du khamaré : infusion, décoction, boisson fraîche, bienfaits perçus sur le bien-être féminin, la digestion et l'équilibre hormonal.
- Étude des opportunités : absence totale de boisson à base de khamaré (racine de vétiver) sur le marché européen.
- Recherche d'un positionnement unique alliant tradition + modernité + naturalité.
- Exploration du potentiel sensoriel du khamaré (notes boisées, florales, fraîches).

Cette phase a permis de valider l'idée : Créer une boisson pétillante naturelle à base de khamaré, orientée bien-être féminin.

2. Début de la recherche bibliographique

Objectifs :

- comprendre les propriétés de la racine,
- anticiper les contraintes réglementaires et scientifiques pour une boisson commercialisable.

Les axes étudiés :

- Botanique du vétiver : composition (sesquiterpènes, tanins...), propriétés physico-chimiques, modes de culture...
- Bienfaits traditionnels du khamaré : digestion, apaisement, confort féminin
- Marché : croissance des boissons naturelles, florales, botaniques, absence de boisson au khamaré sur le marché → opportunité forte et positionnement unique.

Les bases aromatiques sont validées, le potentiel de marché est confirmé, et le khamaré devient officiellement l'ingrédient signature de la boisson Kamaé.

Octobre

1. Début de l'étude de marché

Objectifs : comprendre la demande, identifier les cibles, analyser les concurrents indirects.

- Étude des concurrents : Kombucha, boissons florales, eaux infusées, "botanical drinks".
- Analyse des prix du marché : boissons naturelles entre 2,50 € et 4,50 €.

- Identification des facteurs de différenciation : ingrédient inédit en Europe (khamaré), naturalité, recettes courtes et simples, esthétique premium, storytelling centré sur le bien-être féminin.

Cette étude a confirmé qu'un positionnement premium naturel est non seulement possible mais porteur.

2. Construction de l'identité de marque

Travail réalisé :

- Choix du nom KAMAÉ, évoquant douceur et naturalité.
- Définition des valeurs : authenticité – naturalité – bien-être.
- Premier travail sur l'univers graphique : palettes florales, ambiance naturelle, modernité.
- Début du storytelling : origine du khamaré, usage traditionnel et réinterprétation contemporaine.

3. Étude de marché approfondie & communication

- Définition de nos cibles : femmes atteintes d'endométriose, personnes atteintes de maladies inflammatoires ou atteintes de problèmes de digestion, les sportifs
- Définition des messages clés et des tons : une boisson qui allie fraîcheur, élégance et bien-être naturel.
- Analyse des opportunités : absence totale de khamaré dans les boissons européennes.
- Étude des canaux de vente potentiels : marchés locaux, épiceries fines, boutiques bio...

4. Préparation de la phase R&D / commande des ingrédients

Pour anticiper les essais au FabLab, une liste complète d'ingrédients a été établie : racine de khamaré, plantes (verveine, hibiscus...), fruits et arômes naturels.

La commande a été validée et envoyée au FabLab.

Novembre

1. Phase R&D / tests au FabLab

Objectifs :

- tester différents dosages de khamaré,
- explorer les associations aromatiques,
- trouver des recettes équilibrées, naturelles et cohérentes avec le concept.

Travail effectué :

- infusion du khamaré à différentes intensités,
- tests de combinaisons fruitées, florales et citronnées,

- ajustement sur la douceur et l'amertume en bouche,
- standardisation des étapes techniques (filtration, dilution, texture).

2. Résultat des tests : validation de 3 recettes finales

Après plusieurs essais sensoriels, le groupe valide trois recettes qui respectent les critères gustatifs et marketing :

1. Fraise - Framboise - Khamaré
→ note fruitée, fraîche et dynamique.
2. Verveine - Citron - Khamaré
→ recette légère, apaisante et citronnée.
3. Orange - Fleur d'oranger - Khamaré
→ mélange floral et aromatique, très cohérent avec l'identité bien-être.

Ces trois recettes sont retenues pour devenir les prototypes officiels.

3. Finalisation du dossier pour la présentation

Fin novembre, on prépare l'ensemble du projet pour la présentation finale du 4 décembre 2025

Revision #6

Created 24 November 2025 14:45:27 by Zouhir Fatima-Zohra

Updated 29 November 2025 17:42:07 by Imoussaine Nour