



Új élelmiszerek létrehozása a 65+ fogyasztók bevonásával,
„Co-creation” technikával



Funded by the
European Union



UNIVERSITY
OF WARSAW

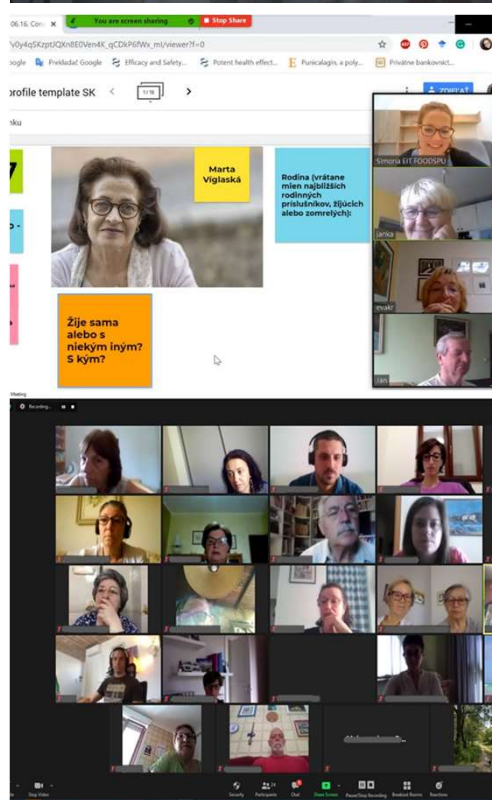
3 év – 14 ország

- 2019 – a módszert 4 országban tesztelték: Litvánia, Lengyelország, Portugalia és Spanyolország
- 2020 – a módszer az online környezethez lett átalakítva a COVID-19 járvány miatt, sikeresen alkalmazták 10 országban: Bulgária, Csehország, Észtország, Görögország, Magyarország, Olaszország, Lettország, Románia, Szlovákia és Szlovénia
- 2021 – A fogyasztói laborokat továbbfejlesztették, hogy az idősebb felnőtt korosztály étkezési szokásaiba mélyebb betekintést nyerjenek, 10 országban alkalmazták: Bulgária, Görögország, Magyarország, Olaszország, Litvánia, Lengyelország, Románia, Szlovákia, Szlovénia és Spanyolország



Párbeszéd a fogyasztókkal

- „Co –creation”, értékteremtő laborok az idősebb felnőtt korosztály bevonásával új élelmiszerek fejlesztésére összpontosítanak
- Tudományos intézmények által szervezett ülések a fogyasztók, élelmiszer-előállítók, élelmiszer-kiskereskedők, induló vállalkozások és civil szervezetek részvételével
- Több, mint 200 résztvevő, összesen 14 Dél- és Kelet-Közép-európai országból
- 16 élelmiszeripari vállalat és start-up, valamint 15 tudományos intézmény
- Online és fizikai jelentlétes közös alkotói folyamatok
- 15 piacra bevezetett termék 2021 júniusáig



Az „ezüst piac” érdekelt feleinek erősítése

- A 65+ fogyasztói szegmenst gyakran figyelmen kívül hagyják az élelmiszergyártók
- Az Európai Unió teljes népességének 19,2% -a a 65+ idősebb felnőtt korosztály (2016-os adat):

<https://ec.europa.eu/eurostat/cache/info/graphs/elderly/index.html>

Olaszország 22,0%
Görögország 21,3%
Portugália 20,7%
Bulgária 20,4%
Litvánia 19,0%
Észtország 19,0%
Spanyolország 18,7%
Szlovénia 18,4%
Magyarország 18,3%
Csehország 18,3%
Románia 17,4%
Lengyelország 16,0%



A közös alkotás fontossága – „Co-creation”

- A fogyasztók bevonása a termékkonceptiók kialakításába és az új termékek fejlesztésébe úgy, hogy az élelmiszeripari gyakorlatokra rálátást szerezzenek
- A Varsói Egyetem által kifejlesztett új módszertan – a fogyasztók pszichológiai kötődésének kiváltása és kreativitásuk fellendítése, a termelőkkel való későbbi interakciók összehangolása és az új termékek kereskedelmi forgalomba hozatalának tervezés
- Az élelmiszer-antropológia ismeretek, projekciós (kivetítés) technikák, érzékszervi vizsgálatok, „design thinking”, gamifikáció, szociális gerontológia és innovációmenedzsment alapján



Labor módszertan

- 2 napon személyes jelenlétű, intenzív, mély csapatmunka, otthoni feladatok, vs. 10 online foglalkozás 2 héten keresztül
- Termékötletre vonatkozó javaslatok közös létrehozása („co-creation) és az azt követő termékfejlesztés az elkötelezett vállalatokkal, start-upokkal közösen



Ellentétben a megszokott érzékszervi panelekkel és fogyasztói felmérésekkel, a Laborok nem termékmintákat tesztelnek, hanem a termék jellemzőinek és előnyeinek innovatív, még nem létező kombinációit és terméktulajdonságait hozzák létre.

Fogyasztók, vállalatok és szakértők együttműködése



Új élelmiszer termékek

- Termékötletek, melyeket a fogyasztók, a vállalatok és szakértők közösen alkottak
- Új érzékszervi szempontok
- Az összetevők egyedi kombinációi
- Kényelem az idősebb fogyasztók számára (beleértve a csomagolást is)
- Hozzáadott táplálkozási előnyök
- Termékötletek, melyeket az elkötelezett vállalatok választottak ki és fejlesztettek tovább
- 15 új termék került piaci bevezetésre 2021 júniusáig





EIT Food RIS Consumer Engagement Labs

A fogyasztók aktív bevonásával új termékkonceptiók létrehozása az élelmiszeriparban

www

eitfood.eu/projects/ris-consumer-engagement-labs
timo.wz.uw.edu.pl/cel

email

Krzysztof Klincewicz (a projekt vezetője): kklincewicz@wz.uw.edu.pl

Magdalena Zatorska: magdalena.zatorska@uw.edu.pl

Katarzyna Dębska: kdebska@wz.uw.edu.pl

Katarzyna Król: kkrol@wz.uw.edu.pl



Funded by the
European Union