



ΤΑΣΤΕ/ΤΟΜORROW

Από τις ιδέες των καταναλωτών στην καινοτομία



Ένα γευστικό σκαλοπάτι προς το μέλλον

Puratos
Αξιόπιστοι συνεργάτες στην καινοτομία



ΤΑΣΤΕ/ΤΟΜORROW

Από τις ιδέες των καταναλωτών στην καινοτομία



Τι είναι το Taste Tomorrow?

Το Taste Tomorrow είναι η μεγαλύτερη παγκόσμια έρευνα για την κατανόηση των καταναλωτών όσον αφορά προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής και σοκολατοποιίας. Μέσω εμβάθυνσης σε πληροφορίες σχετικά με τις συμπεριφορές, στάσεις και επιλογές των καταναλωτών, τόσο σε παγκόσμιο όσο και τοπικό επίπεδο, αυτό το αποκλειστικό ερευνητικό πρόγραμμα της Puratos προσφέρει ένα γευστικό σκαλοπάτι προς το μέλλον, καθώς παρακολουθεί την εξέλιξη των τάσεων και αποκαλύπτει τις νέες που δημιουργούνται.

ΤΟ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗΣ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΜΑΣ

Με το Taste Tomorrow, η Puratos παρακολουθεί συνεχώς τις τάσεις συνδυάζοντας τις σύγχρονες ψηφιακές τεχνολογίες και την τεχνητή νοημοσύνη. Επιπλέον, ρωτάμε περισσότερους από 17.000 καταναλωτές σε 40 χώρες, μιλάμε με 80 γνώστες του καλού φαγητού σε σημαντικές πόλεις και παίρνουμε συνεντεύξεις τόσο από πελάτες όσο και από ειδικούς του χώρου. Τα δεδομένα αυτά συμπληρώνονται από ένα παγκόσμιο δίκτυο εντοπισμού των τάσεων, διεξοδική αισθητηριακή έρευνα και μοναδικές συνεργασίες με ερευνητές, οίκους γευσιγνωσίας και πανεπιστήμια.

ΨΗΦΙΑΚΕΣ
ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΚΑΙ
ΤΕΧΝΗΤΗ
ΝΟΗΜΟΣΥΝΗ



ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ
ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΜΕ
80 ΓΝΩΣΤΕΣ ΤΟΥ
ΚΑΛΟΥ
ΦΑΓΗΤΟΥ ΣΕ 8
ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ
ΠΟΛΕΙΣ



ΠΟΣΟΤΙΚΗ
ΕΡΕΥΝΑ ΜΕ
17.478
ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ
ΣΕ 40 ΧΩΡΕΣ



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ
ΜΕ 66
ΕΙΔΙΚΟΥΣ ΚΑΙ
ΠΕΛΑΤΕΣ



ΤΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ
ΔΙΚΤΥΟ
ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΥ
ΤΑΣΕΩΝ ΤΗΣ
PURATOS ΚΑΙ Η
ΑΙΣΘΗΤΗΡΙΑΚΗ
ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑ



ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ
ΜΕ ΕΡΕΥΝΗΤΕΣ,
ΟΙΚΟΥΣ
ΓΕΥΣΙΓΝΩΣΙΑΣ
ΚΑΙ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑ



Το αποτέλεσμα; Συνεχώς συλλέγουμε δεδομένα σχετικά με προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής και σοκολατοποιίας απ' όλο τον κόσμο.

9 ΓΕΥΣΤΙΚΑ ΣΚΑΛΟΠΑΤΙΑ ΠΡΟΣ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Η γεύση είναι το σημαντικότερο όταν αγοράζεις αρτοποιήματα, γλυκά και σοκολάτα. Παρόλα αυτά, οι καταναλωτές θέλουν να διεγείρουν όλες τις αισθήσεις τους. Από το ξέσπασμα της πανδημίας του κορωνοϊού, η τιμή έγινε επίσης ένας από τους βασικούς παράγοντες κατά τη λήψη αποφάσεων.

Οι προσδοκίες των καταναλωτών σχετικά με την υγεία εξακολουθούν να εξελίσσονται. Το υγιεινό φαγητό απαιτεί όσο λιγότερα και όσο περισσότερα γίνεται την ίδια στιγμή. Το κλειδί της επιτυχίας είναι η ανάδειξη συστατικών ενέργειας που προσφέρουν υγεία και νοστιμιά. Η υγιεινή επίσης έχει τραβήξει την προσοχή των καταναλωτών, οι οποίοι φάχνουν λειτουργικά τρόφιμα για να ενισχύσουν το ανοσοποιητικό τους σύστημα.

Η φρεσκάδα καθορίζει την αντίληψη του καταναλωτή σχετικά με την ποιότητα. Δώστε τους μια γεύση φρεσκάδας. Η μυρωδιά, ο χρόνος ψησίματος, η μικρή διάρκεια ζωής, η εμφάνιση και η τραγανότητα παίζουν καθοριστικό ρόλο. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, τα προϊόντα χωρίς συσκευασία έκαναν τους καταναλωτές να αισθάνονται άβολα. Τα φρεσκοσυσκευασμένα προϊόντα με διάρκεια ζωής 1-2 ημερών άρχισαν να γίνονται δημοφιλή.

Οι καταναλωτές αναζητούν τη δεξιοτεχνία και είναι πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω για χειροποίητα προϊόντα. Πρόκειται για φαγητό που παρασκευάστηκε από ανθρώπινο χέρι. Αναδείξτε την εμπειρία σας και μοιραστείτε τις παραδόσεις και την κληρονομιά σας. Στις μέρες μας, τα αρτοποιεία & ζαχαροπλαστεία είναι οι πιο αξιόπιστες τοποθεσίες για αγορές, όσον αφορά την υγιεινή και την ασφάλεια των τροφίμων.

ΓΕΥΣΗ

ΥΓΕΙΑ

ΦΡΕΣΚΑΔΑ

ΧΕΙΡΟΠΟΙΗΤΟ

ΗΘΙΚΟΣ
ΤΡΟΠΟΣ
ΖΩΗΣ

ΕΜΠΕΙΡΙΑ
ΑΝΩΤΕΡΟΥ
ΕΠΙΠΕΔΟΥ

ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ

ΑΠΟΛΥΤΗ
ΑΝΕΣΗ

ΕΞΑΤΟΜΙΚΕΥΣΗ

Τα τρόφιμα, ο τρόπος ζωής και η ηθική είναι άρρηκτα συνδεδεμένα. Οι καταναλωτές επιθυμούν όλο και περισσότερο να κάνουν ηθικές επιλογές σχετικά με τα τρόφιμά τους, λαμβάνοντας υπόψη τις προσωπικές τους αξίες, τον πλανήτη και τους συνανθρώπους τους. Τα τοπικά προϊόντα επίσης θεωρούνται πιο αξιόπιστα.

Οι καταναλωτές συνηθίζουν πλέον να διαβάζουν τις πληροφορίες που βρίσκονται πάνω στις συσκευασίες. Οι σαφείς ετικέτες και οι πληροφορίες από το στάδιο της παραγωγής έως την κατανάλωση συμβάλλουν στη δημιουργία της απαραίτητης διαφάνειας. Η τεχνολογία αποτελεί σύμμαχο σε όλη αυτή τη διαδικασία.

Με τόσο περιορισμένο χρόνο και πολυάσχολες ζωές, οι καταναλωτές απαιτούν την απόλυτη άνεση. Η πανδημία επιτάχυνε σημαντικά την ψηφιοποίηση του κλάδου μας. Πλέον οι καταναλωτές επιθυμούν εύκολες διαδικτυακές λύσεις παραγγελιών και παραδόσεων.

Αν η γεύση είναι ο βασιλιάς, τότε η εμπειρία είναι η βασίλισσα. Οι καταναλωτές επιθυμούν να εκπλαγούν και να ενθουσιαστούν. Αυτό ξεπερνά τα όρια του φαγητού. Η συνολική εμπειρία μετράει περισσότερο από ποτέ. Έχει σημειωθεί μια αλλαγή από το βγαίνουμε έξω στο μένουμε μέσα στο σπίτι και τηρούμε μια σειρά πρωτοκόλλων υγιεινής.

Το φαγητό έχει μετατραπεί σε προσωπική υπόθεση. Οι καταναλωτές πλέον βλέπουν το φαγητό σαν μια έκφραση του εαυτού τους, και έτσι τα εξατομικευμένα αρτοποιήματα, γλυκά και σοκολάτες εκτιμούνται ιδιαίτερα. Δεδομένης της αυξανόμενης παρουσίας των ψηφιακών φορητών συσκευών, υπάρχουν τα δεδομένα για να αναπτυχθεί περαιτέρω κάτι τέτοιο. Οι αρχικές προσπάθειες για τη δημιουργία εξατομικευμένων τροφίμων βάσει DNA τράβηξαν το ενδιαφέρον των καταναλωτών αλλά δεν έχουν ακόμα τεκμηριωθεί επιστημονικά.