

# HUNGALIMENTARIA 2021

## Élelmiszer innováció 2021

Fordult vagy felfordult az életünk?



Dr. Gyimes Ernő PhD  
élelmiszermérnök, egyetemi docens

# Bevezetés



# Innováció

„Az innováció szó a latin eredetű innovare, innovatum (**‘megújít’**) igéből származik.  
A nyomatékosító in- előtagból és a novus (**‘új’**) szóból áll össze.”

1. Újdonság (termék, technológia, piac, stb.)
2. Megvalósul(t)
3. Gazdasági eredménye van/lesz/volt.

+1 Folyamatos tevékenység



# Fogyasztó döntések (és ami mögötte nem látható)

## SZOKÁSOK

Nem tudatos

Tudatos

Lassan változik, de tartós

## HATÁSOK

Család

Iskola

Média

Közösségi média

Gyorsan változhat

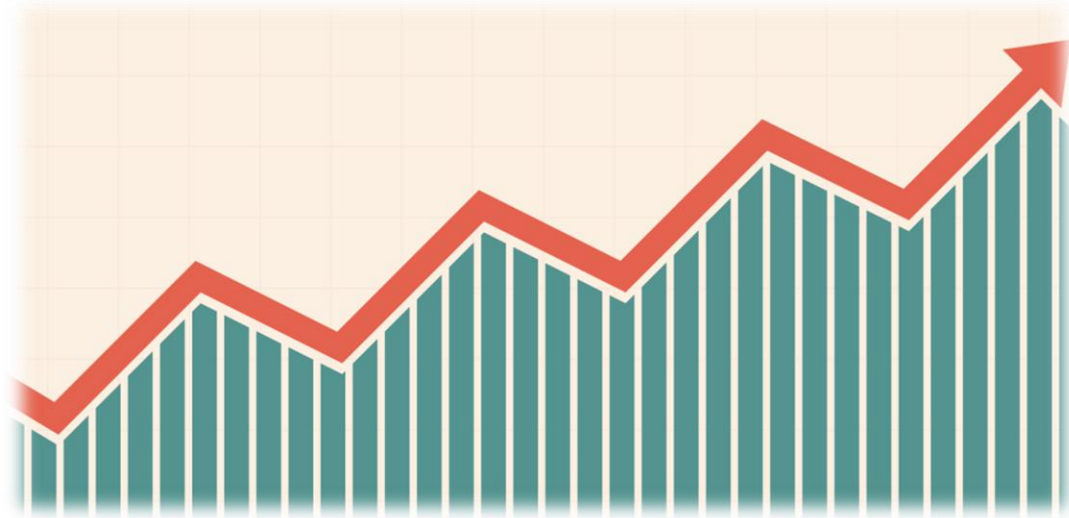
Mi történt az elmúlt években?

# Makro trendek 2021

- Fenntarthatóság
- Post Covid helyzet
- Mentális egészség – beteg helyzetben
- Az egészség (újra) a központban
- Úton az átláthatóság felé

# Trendek, amelyekre érdemes figyelni

- Free from és clean label
- Vegán termékek
- Ökológiailag fenntartható termékek és csomagolás
- Meglepő ízek és íz élmények



Take home message:



„Gondolj arra kisleányom, enni mindig kell.”





Köszönöm a figyelmüket!

Tényleg vége 😊

- Gyimes Ernő SZTE Mérnöki Kar Élelmiszermérnöki Intézet
- "Élelmiszer innováció 2021" - Fordul vagy felfordul az életünk?
- Az emberiség történetében három dolog bizonyosan jelen van. A háborúk, a járványok és változás, és azzal sem mondunk nagy újdonságot, hogy mindeközben enni kell. 2021-ben a világméretű háború szerencsére nem, járvány viszont volt. 2020 tavasza óta a Covid-19 nyomot hagyott a Földön, jelentős mértékben átformálva az életünket. A világméretű megszorítások, a bezárások az emberek életét, a mindennapok ritmusát gyökeresen megváltoztatták. Az oktatás korábban soha nem látott megoldásokkal online módon történt, a családtagok a legkisebektől az idősebbekig kénytelen-kelletlen napi szinten kezdték kihasználni az információtechnológia adta lehetőségeket. Az első lezárási hullámok hatására élénken emlékszünk, noha hazánkban nem tört ki olyan méretű vásárlási pánik, mint az USA néhány városában, azért sütőélesztőből gyakran mutatkozott hiány. Ugyanis egyre többen – főként kényszerből és a hirtelen felszabaduló „szabadidő” hatására – otthon kezdtek sütni. Aztán lassan minden helyreállt a rendes kerékvágásba. Vagy mégsem?
- A történések felgyorsítottak egy folyamatot. Az élelmiszerekkel szemben sajnálatosan kialakult egyfajta bizalmatlanság. Ehhez minden bizonnyal hozzájárul a vezető cégek hozzáállása és felelősek az indokolatlanul riadalmat keltő véleményformálók. Ugyanakkor a nagyvállalatok mainstream termékei mellett az elmúlt évtizedekben egyre erősebbekké váltak azok az innovatív kis és közepes vállalkozások, amelyek réstermékeket fejlesztenek és készítenek. Példának okáért említhetjük a gluténmentes vagy tejmentes élelmiszereket vagy éppen a növényi fehérjeforrásokból készülő termékeket. Mára ezekből a niche termékekből masszív termék kategóriák alakultak ki. Hogy van –e kapcsolat a vírushelyzet és a vegán termékek térhódítása között, nehéz megválaszolni. Viszont az egészséggel kapcsolatos attitűd felerősödött és számos, az immunrendszer erősítését támogató élelmiszerek iránti érdeklődés is robbanásszerűen növekedett. Kezdve a C és D vitamint tartalmazó termékektől, a bélrendszer egészséges működését segítő pro és prebiotikus termékekig. A számos táplálék-kiegészítő iránti fogyasztó érdeklődésről nem is beszélve.
- Mi várható a jövőben? Minden bizonnyal a vírus az emberiséggel marad és egy darabig a betegségtől való félelem, az egészséges életmódra törekvés fenntartja a trendet. A clean label - kevesebb adalékanyagot tartalmazó – termékek a fiatalabb korosztály számára vitathatatlanul fontosak, az Egyesült Királyságban végzett felmérés szerint Z generáció fele kifejezetten ilyen terméket vásárol. A korfa másik vége legalább ilyen érdekes. A silver csoportnak is nevezett nyugdíjas korú fogyasztók engedékenyebbek tűnnek, viszont a többségük hallani sem akar a kor szerinti megkülönböztetésről, ahogy az egy EIT kutatásból kiderült.
- Az életünk tehát bizonyosan fordul, remélhetően egy jobb, élhetőbb és fenntartható világ felé, ahol az élelmiszerek a fizikai szükségletek kielégítésén túl élvezetet nyújtanak úgy, hogy közben aktívan támogatják az egészséget.