

Toidutrendid homme ja ülehomme – mida tarbija tahab?

Rain Kuldjärv

Funktsionaalsete toitude ja
jookide suunajuht



Rahastanud
Euroopa Liit

Mida tarbija tahab?



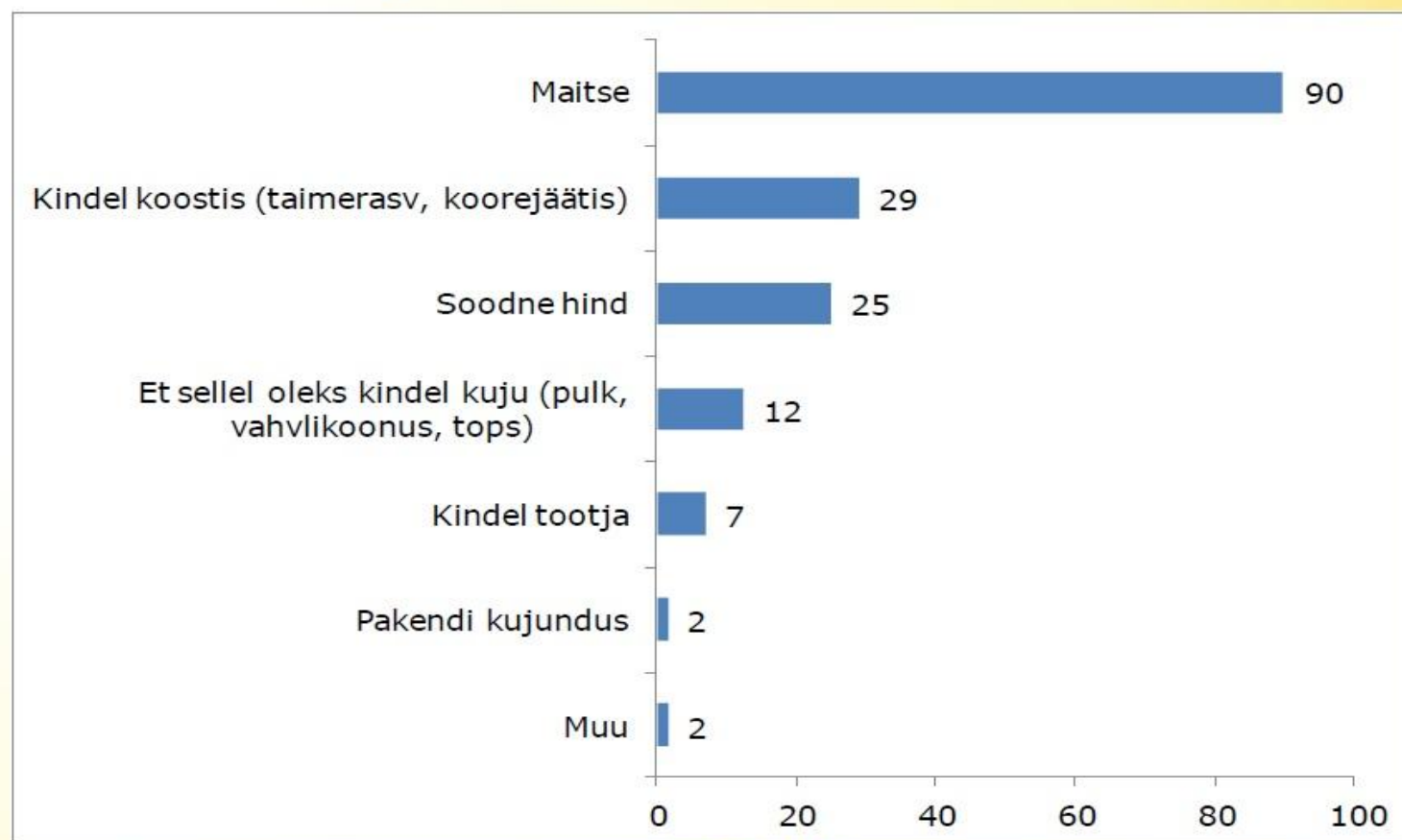


87% OF THE 56% WHO COMPLETED MORE THAN 23% OF THE SURVEY THOUGHT IT WAS A WASTE OF TIME



Mis on jäätise puhul oluline?

Küsi tarbijalt, mis talle meeldib!



Emor 2014

Farmi piimatoodete näited...

- ▶ Soolane jogurtijook
- ▶ Kohupiim küüslaugu ja sibulaga



Müük ei õigustanud
Kas liiga vara turule? Vähe reklaami? Vale sõnum?



Aga kuidas siis läheneda?

- ▶ Tarbijale tuleb öelda, mida ta tahab?
- ▶ Mõista tuleb tegelike ostuotsuste põhjuseid
- ▶ Turundus on võtmetähtsusega*
- ▶ Viraalsus vs trendid vs pikaajaline müük



2/3

1/4



*Muidugi maitse peab ka hea olema, sest kui on sensoorne pettumus, siis kordusostu ei järgne

Toidutrendid homme ja ülehomme

► Õppida tuleks ajaloost

“Tulevikus ei pea me enam kasvatama tervet kana üksnes selleks, et süüa selle rinda või tiiba – neid osi saab kasvatada eraldi sobivas kasvukeskkonnas”

W. Churchill – essee “Fifty years Hence”

1931

3 olulist asja, mida märgata:

- Rakupõllumajandus on tulevikus võimalik Piirideta kujutlusvõime!
- “Tuleviku toit” ei ole pulbrid või tabletid, mis katavad ainult toitainelist vajadust Toit on nauding
- Inimesed ei tohiks tunda sensoorset vahet Nagu päris asi

Millal saab uus vanaks?

Kartuli lugu

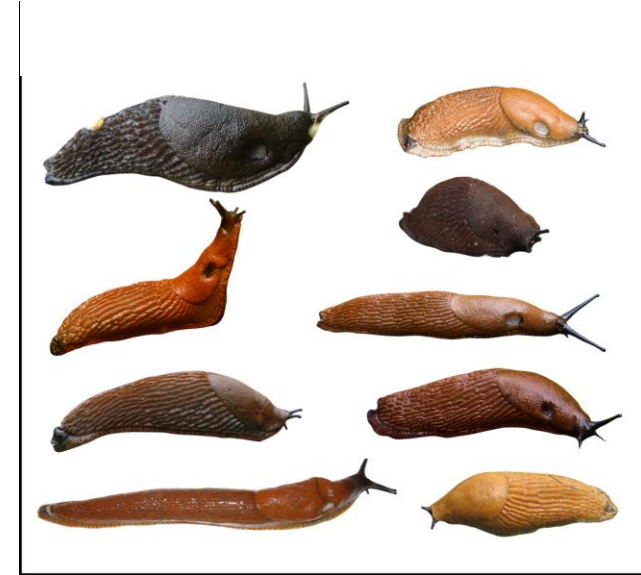
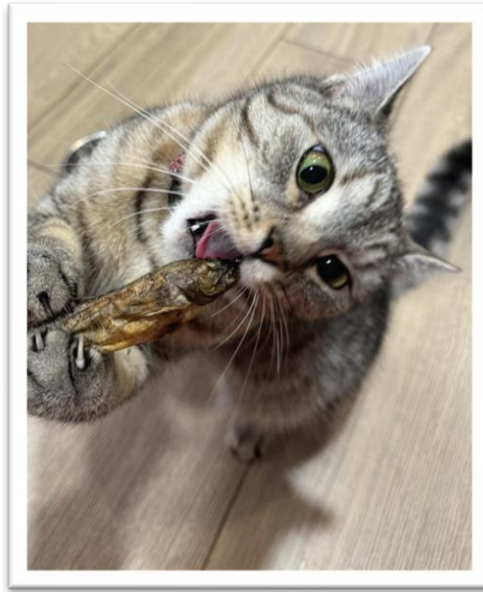
- ▶ Jõudsimme Euroopasse! – 1500 - 1600
- ▶ Eksootiline taim botaanikaaedades
- ▶ Peamine söömise põhjus - nälg
- ▶ Pariisi Arstiteaduskond – kartul deklareeriti söödavaks 1772
- ▶ Aga inimesed ei tahtnud ikkagi kartulit süüa...
- ▶ Mida teha?
- ▶ Parmentier asus “turundama”
- ▶ Louis XV ütles 1785: “Ükspäev Prantsusmaa tänab Sind, et avastasid vaeste inimeste leiva!”



Toiduinnovatsiooni raske osa

**Inimesi tuleb veenda, et nad tahavad seda
uut asja süüa! 😊**

Mõned hetkel “uued” asjad?



Mõned hetketrendid



PROTEIN EVERYTHING

More protein, anywhere



PICKLED & SOUR

Bold, briny, fermented

Sour and fermented flavors
add excitement and depth.


PLANT-BASED 2.0
Plants, not pretending



TREND: CRISPY TEXTURE

Crunchy, satisfying,
and everywhere.



SWICY

Sweet + Spicy




**AUTHENTIC
GLOBAL FLAVORS**
Real tastes, real cultures

VANA: "Ooo, see vegan burger
maitseb nagu lihaburger!"

UUS: "Ooo, see taimne burger
maitseb suurepäraselt!"

Vaade tulevikku

► Funktsionaalsed tervist toetavad tooted

► Lisandväärtus on kohustuslik!

► Personaalne toitumine

► Biotehnoloogia võidukäik

► Uus on unustatud vana

► Jääkide väärimine, vähem raiskamist

► Taimsed tooted

► Kohaliku toidu väärtustamine kasvab

► *Glocal*

► *New-stalgia*

► *Vau efekt (some)*



Olgem innovaatilised – ÜHESKOOS!

