

Voeding op Maat

Telen met Toegevoegde Waarde/Vraaggestuurde Productie

De meeste tuinbouwproducten kenmerken zich als bulk. Bulkproducten zijn onmogelijk op een onderscheidende karakteristiek in de markt te positioneren. Dus geen marktpositie met specifieke eigenschappen en dus een kwetsbare concurrentiepositie. De van nature aanwezige gezondheidsbevorderende stoffen in planten zijn een unieke kans. Deze stoffen moeten meer benut worden in voeding die past bij de levensstijl van verschillende consumentengroepen; **personalised food**. De gedachtestap van bulk naar product met een toegevoegde waarde creëert nieuwe marktkansen voor de Nederlandse AGF-sector.

Om **voedingsinnovatie** vorm te geven is het noodzakelijk om vanuit de consumentengedachte functionaliteiten te definiëren en te benutten in producten; **vraaggestuurde ontwikkeling**.



Voeding op Maat is een initiatief van CropEye, Rijk Zwaan, SMT en ConsumersVoice en wordt in een open-innovatiemodel uitgewerkt met een ketenplatform (gewasinnovatie, kennisinfrastructuur, marketing, voedingsindustrie en systeemontwikkeling). Alle partners zien zichzelf als onderdelen van nieuwe hoogwaardige productieketens.

Route:

- **Identificatie** levensstijlgroepen
- Definitie van gewenste **functionaliteiten**
- Criteria voor hoogwaardige, duurzame en marktconforme winning van de levensstijl-begeleidende stoffen; **systeeminnovatie**
- Criteria voor hoogwaardige, duurzame en marktconforme productiesystemen; **analyse en diagnostiek**

Vervolg:

- Marktconcept; *story telling*
- Productieconcept; *verrijking van bio-actieve stoffen in verse voedingsproducten en optimalisatie van productie van inhoudstofdragende gewassen.*

Aandachtspunten en kansen:

- Bij de aankoop van verse groenten vormt **gezondheid en smaak** een belangrijke rol.
- Vers voorkeur boven diepvries en conserven (pot, blik).
- Verhoging van groenteconsumptie door: **andere eetmomenten** (tussendoortje, lunch).
- Bewustwording dat groenten rijk zijn aan **vezels** kan worden vergroot.
- Groenten als tussendoortje; **gemak** (verpakking, handzaam, kant en klaar), **bekendheid** en **prijs** zijn belangrijk. Voorbeeld Komkommer; lekker en gezond..

Doelstelling

Ontwikkelen van levensstijl gebonden voedingspakketten welke een aantal cruciale inhoudsstoffen bevatten die via een gecertificeerd hoogwaardig productiesysteem uit plantaardig weefsel wordt gewonnen;

Personalised food.

Stimuleren van consumptie van groenten; andere eetmomenten en -gewoonten.

Acties

- Ketenplatform Voeding op Maat; Definieren van kansen en vragen omtrent vraaggestuurde productie.
- Oprichten business-consortium(s).
- Ontwikkelen van eindproducten met toegevoegde waarde (vers en processed food).
- Organiseren van hoogwaardige productie ketens; industriële productie.

Meer informatie: jolanda.heistek@cropeye.com; 06 13608752



Productschap  Tuinbouw

T 06 52002195 | info@cropeye.com | www.cropeye.com

