



**TASTE/TOMORROW**

*From consumer insights to innovation*



# A foodstep into the future

**Puratos**  
*Reliable partners in innovation*

# Che cos'è Taste Tomorrow?

Taste Tomorrow è la più grande ricerca al mondo sui consumatori nei settori della panificazione, pasticceria e cioccolato. Attraverso lo studio approfondito dei comportamenti, delle preferenze e delle scelte dei consumatori globali e locali, questa ricerca condotta da Puratos consente "un passo verso il cibo del futuro" tracciando l'evoluzione delle tendenze nel tempo e rivelandone di nuove.

I risultati? Nuove idee su salute, praticità di utilizzo, esperienza di consumo, digitale e molto ancora per stimolare l'innovazione nei settori della panificazione, della pasticceria e del cioccolato.

## LA NOSTRA RICERCA IN 4 STEP

Step 1

Desk Research



Step 2

Intervista a  
**66 esperti del settore e  
a clienti**



Step 3

Una settimana a  
contatto con  
**80 FOODIES**  
in **8 città  
di tendenza**

San Francisco,  
Parigi, Shanghai,  
Città del Capo, Tokyo,  
Dubai, Londra  
e San Paolo



Step 4

Ricerca  
quantitativa con  
interviste a  
**17.478 Consumatori**  
in **40 Paesi**



## CONCEPT ISPIRATORI

In collaborazione con foodies provenienti da città di tendenza, abbiamo organizzato diverse sessioni di brainstorming relative alle potenziali innovazioni nei settori della panificazione, pasticceria e cioccolato. Da queste sessioni sono nate molte idee che sono state riassunte in diversi concept ispiratori. Durante le successive fasi della ricerca Taste Tomorrow, abbiamo chiesto ai consumatori di classificare questi concept in base alla loro originalità e in base alla loro disponibilità ad acquistarli.



## TASTE TOMORROW 2019

Ricerca quantitativa in 40 Paesi



Nord America	Sud America	Europa		Medio Oriente e Africa	Asia e isole del Pacifico
CANADA	ARGENTINA	AUSTRIA	POLONIA	IRAN	AUSTRALIA
MESSICO	BRASILE	BELGIO	PORTOGALLO	KENYA	CINA
USA	CILE	DANIMARCA	ROMANIA	SUD AFRICA	HONG KONG
	COLOMBIA	FRANCIA	RUSSIA	EMIRATI ARABI	INDIA
	PERÙ	GERMANIA	SPAGNA		INDONESIA
		GRECIA	SVEZIA		GIAPPONE
		ITALIA	SVIZZERA		SINGAPORE
		LETTONIA	TURCHIA		SUD KOREA
		PAESI BASSI	REGNO UNITO		TAILANDIA
					VIETNAM

# LA RICERCA TASTE TOMORROW

Dalla ricerca Taste Tomorrow 2019 emergono nove trend chiave. Per ciascun trend vengono riassunti i risultati chiave e i messaggi da ricordare nelle relative infografiche.

SEI  
INTERESSATO A  
SAPERNE DI PIÙ IN  
MERITO ALLA RICERCA?  
CHIEDI UNA  
PRESENTAZIONE O  
CONTATTA IL TUO  
REFERENTE  
PURATOS

Il gusto è tra i principali criteri di acquisto di prodotti da forno, di pasticceria e cioccolato. Tuttavia, i consumatori vogliono essere stupiti con tutti i loro sensi. Insieme al gusto, anche la texture è diventata una caratteristica chiave di gradimento sensoriale del prodotto.

GUSTO

I consumatori si aspettano alimenti con meno calorie, grassi, zucchero e sale. Vogliono anche più ingredienti con benefici legati alla salute (fibre, cereali integrali e proteine) e ingredienti che riconoscono come naturali (grani e semi, cacao, frutta secca, farciture di frutta).

SALUTE

La freschezza definisce la percezione di qualità dei consumatori. I principali parametri che giocano un ruolo chiave nella definizione di freschezza sono: aroma, tempo di cottura, breve shelf life, aspetto e croccantezza.

FRESCHEZZA

L'artigianalità rappresenta un chiaro valore aggiunto per i consumatori, i quali sono disposti a pagare di più per questo tipo di prodotti. È quindi fondamentale mostrare le proprie competenze nella produzione di prodotti e condividere tradizioni e storie.

ARTIGIANITÀ

STILE DI VITA  
ETICO

ESPERIENZA DI  
CONSUMO

TRASPARENZA

MASSIMA  
PRATICITÀ DI  
UTILIZZO

IPER  
PERSONALIZZAZIONE

Cibo, stile di vita ed etica sono strettamente collegati. I consumatori vogliono sempre più fare scelte di consumo etiche, tenendo in considerazione i loro valori personali, gli interessi del Pianeta e delle persone che lo abitano.

I consumatori leggono le informazioni sulle confezioni dei prodotti e prestano attenzione a: ingredienti utilizzati, valori nutrizionali, presenza di conservanti e additivi, provenienza e allergeni. Etichette chiare e informazioni dal campo alla tavola contribuiscono a fornire la trasparenza richiesta.

Con una vita così frenetica, i consumatori chiedono la massima praticità di utilizzo. Vogliono avere sempre tutto ciò che desiderano a portata di mano, senza aspettare e senza scendere a compromessi. L'acquisto di cibo online e altre scoperte tecnologiche possono rendere le cose ancora più comode.

I consumatori vogliono essere stupiti e sorpresi da elementi inaspettati. Mentre il gusto è di cruciale importanza, l'esperienza va ben oltre il cibo. L'atmosfera, l'innovazione, un servizio cordiale e la giusta presentazione contano più che mai.

Il cibo sta diventando sempre di più personalizzato. I consumatori ora vedono il cibo come un'espressione di se stessi, quindi prodotti da forno, di pasticceria e cioccolato dovrebbero essere sempre più personalizzati in base ai bisogni nutrizionali di ciascuno.

**Puratos**  
Reliable partners in innovation