

SUMMERING AV INNOVATIONS- OCH FORSKNINGSBEHOV INOM OMRÅDET SENSORIK I LIVSMEDELSKEDJAN

Mer kunskap om mänsklig sensorisk fysiologi:

- Metabolomics – koppla sensoriska data med kemisk struktur.
- Mäta och analysera de multisensoriska egenskaperna, dvs interaktionen mellan sinnen, ett exempel är munkänsla.
- Kunskap om helt nya smaker och hur de etableras som en förvärvad preferens *Acquired taste*.
- Förbättrad nutrition och hälsa genom kunskap och applikation av sensorik.

Sensoriska språket:

- Identifiera *merroir* och *terroir* i lokala produkter.
- Skapa språket för sensorik.

Mer kunskap om sensorik:

- Sötma- respektive saltupplevelse i relation till det verkliga innehållet av socker eller salt. Kunskap om reduktion och substitution utan smakpåverkan.
- Texturens påverkan på gillande, ätupplevelse, mättnad mm för utveckling av kött- och ostanaloger och vegoalternativ.
- 3D-formens betydelse för konsumentens sensoriska upplevelse.
- Reduktion av bismaker och oönskade färger.
- Bioraffinaderifraktioners optimala utnyttjande och sensoriska egenskaper.
- Förpackningens betydelse för konsumentens sensoriska upplevelse.

Växtbaserat och sensorik:

- Kunskap om hur sensoriken påverkas av extrudering av olika kombinationer av växtbaserade proteiner. Projektets mål är en köttanalog utan avkall på upplevelse.

Sjömat och sensorik:

- Den nya sjömatens sensorik.
- Sjömatens proteinets potential i nya sammanhang.
- Hållbara fiskfodrets inverkan på sjömatens smak.
- Undersökningar kring aktuell konsumtion av fisk, exempelvis hur e-handel och bunkrande påverkat konsumtionsmönster.

Animalier och sensorik:

- Hållbart foders inverkan på mjölkko-köttets smak.
- Utvärdera olika fodermedels betydelse för smak på kött och ägg från enkelmagade djur.

Mer kunskap om konsumenten med avseende på:

- Kunskap om konsumenters hållbara och varaktiga kostval och kompetens kring tillagning av den hållbara kosten. Mer kunskap om vilka stödjande strukturer som behövs för ett varaktigt val.
- Kunskap om utländska marknadens preferenser – förutse, testa och justera för att passa utländsk marknad.
- Kunskap om särskilda konsumentgruppers specifika smakpreferenser och dess användbarhet för startupföretag med nischat produktutbud och målgruppsanpassning.
- Smak och ålder – undersöka vilka faktorer som spelar in och när man är mottaglig för sensoriska faktorer.
- Smak och Covid.
- Mer kunskap om hur man förändrar konsumentpreferenser och utvidgad acceptans genom att gå in i ett sammanhang där nyfikenhet redan är i fokus i tex matlagningsevenemang som kurser och teambuilding-aktiviteter eller i samarbete med matkassaföretag.
- Provingar och studier på konsumenter i koppling till försäljning.

Sammanställningen är resultatet från vår workshop den 28 april, 2022.

För det inspelade webinarier och de enskilda presentationerna, öppna denna länk:

<https://swedenfoodarena.se/webbinarier/>

Sweden Food Arena hjälper till att initiera grupperingar som innoverar och forskar tillsammans, vid samverkansintresse hör av dig till: kerstin.eriksson@swedenfoodarena.se.