Practice abstract # 5.7

Consumer Appreciation of Plant-Based Beverages with Underutilized Crops



AUTHORS

S. Bayudan, M. Laureati, C. Proserpio, C. Cattaneo, L. Guerrero, C. Badia, A. Claret, T. Dapcevic, A. Mandic, M. Pojic, J. Tomic, M. Pestoric, D. Ubiparip, J. Schouteten

CONTACT

SimounRainierLuis.Bayudan@UGent.be

KEY WORDS

Consumer preferences, plant-based drink, alternative food

www.cropdiva.eu
@H2020Cropdiva

CHALLENGE

While the properties of neglected and underutilized crops seem to provide benefits for agricultural production, there is a need to improve consumer demand for these products so that they are better integrated in diets.

SOLUTION

One of the ways to increase consumer awareness and appreciation of neglected crops is to design new food products that are more familiar to consumers. Here, plant-based drinks made with a variety of neglected crops (oat, buckwheat, lupin, faba bean) were produced for testing with a broader group of consumers.

OUTCOME

Consumer appreciation for the different plant-based drink blends were highly varied. In addition, some consumers preferred single crop formulations whereas others preferred a mix of neglected crops as the main ingredients of the drinks. In addition, some consumers were willing to pay a price premium for the beverages yet some were not willing to do so.

PRACTICAL RECOMMENDATIONS

Informing consumers of plant-based drinks regarding the neglected crop composition seemed to improve overall liking and

appreciation of the crops. Industries should also check the potential of various blends of crops into one drink, as some taste/flavor combinations are more preferential than others.



FURTHER INFORMATION

Plant-based drinks seem to have a substantial market due to their reported sustainability aspects. Neglected crops can contribute to diversifying the range of plant-based drink options, and there are numerous formulations of crops and other ingredients to do so.

This practice abstract is the result of sensory evaluation tests among adults held across four different countries (UGent-Belgium, UMIL-Italy, FINS-Serbia, and IRTA-Spain) to better identify consumer preferences for new products.

About CROPDIVA

CROPDIVA wants to put 6 underused arable crops back in the fields: oats, hull-less barley for human consumption, triticale, buckwheat, faba beans and lupins. 27 European partners are joining forces to enhance agrobiodiversity in Europe. They will achieve this by focusing on crop diversity and creating local value chains. The project is running from September 2021 to August 2025.

This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation program under grant agreement N°1010000847

Views and opinions expressed are those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

Percezione/gradimento dei consumatori per le bevande vegetali con colture minori

SFIDA
Sebbene le proprietà delle colture dimenticate e minori sembrino offrire vantaggi per la produzione agricola, è necessario aumentare la domanda dei consumatori per questi prodotti affinché siano meglio integrati nelle diete.

SOLUZIONE
Uno dei modi per aumentare la consapevolezza e il gradimento dei consumatori verso queste colture è sviluppare nuovi prodotti alimentari che risultino loro più familiari. In questo caso, sono state prodotte bevande vegetali a base di varietà di colture minori (avena, grano saraceno, lupino, fava) per essere valutate da un ampio gruppo di consumatori.

RISULTATI
Il gradimento dei consumatori per le diverse miscele di bevande vegetali è risultato molto variabile. Alcuni consumatori hanno preferito formulazioni a base di un'unica coltura, mentre altri hanno apprezzato quelle a base di miscele delle colture considerate. Inoltre, mentre alcuni consumatori erano disposti a pagare un prezzo più alto per le bevande, altri non lo erano.

RACCOMANDAZIONI PRATICHE
Informare i consumatori riguardo alla composizione delle bevande vegetali e alla presenza di colture minori sembra migliorare il gradimento complessivo di tali colture. Le industrie dovrebbero, inoltre, esplorare la potenzialità di combinare diverse colture in un'unica bevanda, poiché alcune combinazioni risultano più gradite di altre.

ULTERIORI INFORMAZIONI
Le bevande vegetali sembrano avere un mercato promettente grazie ai loro aspetti legati alla sostenibilità. Le colture minori possono contribuire a diversificare l'offerta di bevande vegetali, e vi sono numerose possibilità di formulazione con colture e ingredienti diversi.

Questo abstract è il risultato di valutazioni sensoriali condotte coinvolgendo soggetti adulti in quattro diversi paesi (UGent-Belgio, UMIL-Italia, FINS-Serbia e IRTA-Spagna) al fine di identificare meglio le preferenze dei consumatori verso nuovi prodotti.

AUTORI: S. Bayudan, M. Laureati, C. Proserpio, C. Cattaneo, L. Guerrero, C. Badia, A. Claret, T. Dapcevic, A. Mandic, M. Pojic, J. Tomic, M. Pestoric, D. Ubiparip, J. Schouteten
CONTATTO: SimounRainierLuis.Bayudan@UGent.be

www.cropdiva.eu
@H2020Cropdiva

Aceptación del consumidor de bebidas vegetales elaboradas con cultivos infrautilizados

RETO

Si bien las propiedades de los cultivos infrautilizados parecen proporcionar beneficios para la producción agrícola, sería necesario aumentar la demanda de estos productos para que se acaben incorporando a la dieta.

SOLUCIÓN

Una de las formas de aumentar la concienciación y la aceptación de los consumidores por los cultivos infrautilizados es diseñar nuevos productos alimentarios que les resulten familiares. En este caso, se elaboraron bebidas vegetales con variedades de cultivos infrautilizados (avena, trigo sarraceno, altramuz, haba) las cuales fueron valoradas por un amplio grupo de consumidores.

RESULTADOS

La aceptación de las distintas bebidas vegetales fue muy variada. Algunos consumidores prefirieron formulaciones de un solo cultivo como ingredientes principales de las bebidas, mientras que otros prefirieron la mezcla de cultivos infrautilizados. Algunos de los participantes estuvieron dispuestos a pagar un precio más alto por las bebidas, mientras que otros no.

RECOMENDACIONES PRÁCTICAS

Informar a los consumidores de bebidas vegetales sobre la incorporación de los cultivos infrautilizados mejoró la aceptación y la percepción general de estos. Las industrias deberían evaluar el potencial de combinar diversos cultivos en una sola bebida, ya que algunas combinaciones de sabores pueden ser más atractivas que otras.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Las bebidas vegetales parecen tener un mercado potencial considerable debido principalmente a aspectos relacionados con la sostenibilidad. Los cultivos infrautilizados pueden contribuir a diversificar las opciones de bebidas vegetales, existiendo numerosas formulaciones que incluyen distintos cultivos y otros ingredientes para hacerlo.

Este resumen es el resultado de las pruebas de evaluación sensorial realizadas entre adultos en cuatro países diferentes (UGent-Bélgica, UMIL-Italia, FINS-Serbia e IRTA-España) con el fin de identificar las preferencias de los consumidores hacia nuevos productos.

AUTORES: S. Bayudan, M. Laureati, C. Proserpio, C. Cattaneo, L. Guerrero, C. Badia, A. Claret, T. Dapcevic, A. Mandic, M. Pojic, J. Tomic, M. Pestoric, D. Ubiparip, J. Schouteten
CONTACTO: SimounRainierLuis.Bayudan@UGent.be

www.cropdiva.eu
@H2020Cropdiva

Consumentenwaardering van plantaardige dranken met onderbenutte gewassen

UITDAGING
Hoewel de eigenschappen van onderbenutte gewassen voordelen lijken te bieden voor de landbouwproductie, is er behoefte om de vraag naar deze producten bij consumenten te vergroten zodat ze beter in ons voedingspatroon worden geïntegreerd.

OPLOSSING
Een manier om het bewustzijn en de waardering van consumenten voor onderbenutte gewassen te vergroten, is door nieuwe voedingsproducten te ontwerpen die voor hen vertrouwder zijn. Hier werden plantaardige dranken geproduceerd met verschillende onderbenutte gewassen (haver, boekweit, lupine, tuinboon) om te testen bij een bredere groep consumenten.

RESULTAAT
De waardering van consumenten voor de verschillende mengsels van plantaardige dranken varieerde sterk. Sommige consumenten gaven de voorkeur aan dranken met één gewas, terwijl anderen liever een mix van vergeten gewassen als hoofdingrediënten hadden.

SUGGESTIES
Consumenten informeren over de samenstelling van onderbenutte gewassen in plantaardige dranken leek de algemene waardering voor deze gewassen te verbeteren. Industrieën moeten ook het potentieel van verschillende gewasmengsels in één drankje onderzoeken, aangezien sommige smaakcombinaties meer voorkeur genieten.

ANDERE INFORMATIE
Plantaardige dranken hebben een substantieel marktpotentieel door hun duurzame karakter. Onderbenutte gewassen kunnen bijdragen aan een divers aanbod van plantaardige dranken, met tal van mogelijke combinaties van gewassen en andere ingrediënten.

Deze samenvatting is het resultaat van sensorische evaluatietests, uitgevoerd in vier verschillende landen (UGent-België, UMIL-Italië, FINS-Servië en IRTA-Spanje) om de voorkeuren van consumenten voor nieuwe producten beter in kaart te brengen.

AUTEURS: S. Bayudan, M. Laureati, C. Proserpio, C. Cattaneo, L. Guerrero, C. Badia, A. Claret, T. Dapcevic, A. Mandic, M. Pojic, J. Tomic, M. Pestoric, D. Ubiparip, J. Schouteten
CONTACT: SimounRainierLuis.Bayudan@UGent.be

www.cropdiva.eu
@H2020Cropdiva

Ocena prihvatljivosti biljnih napitaka pripremljenih od nedovoljno iskorišćenih biljnih kultura od strane potrošača

IZAZOV

Iako su svojstva zanemarenih i nedovoljno iskorišćenih biljnih kultura već poznata i ukazuju na potencijalnu korist za poljoprivrednu proizvodnju, potrebno je povećati potražnju potrošača za ovim proizvodima kako bi bili bolje integrisani u ishranu stanovništva.

REŠENJE

Jedan od efikasnih načina za povećanje svesti potrošača i njihove spremnosti da prihvate proizvode od zanemarenih i nedovoljno iskorišćenih biljnih kultura jeste dizajniranje novih prehrambenih proizvoda koji se temelje na formama i karakteristikama već poznatim potrošačima. U ovom slučaju, proizvedeni su biljni napici od različitih zanemarenih biljnih kultura (ovas, heljda, lupina, bob) koji su testirani u okviru reprezentativne grupe potrošača.

REZULTATI

Prihvatljivost biljnih napitaka od strane potrošača je bila veoma raznolika. Neki potrošači su bili više naklonjeni formulaciji na bazi jedne biljne kulture, dok su drugi davali prednost mešavinama zanemarenih biljnih kultura kao glavnim sastojcima napitaka. Takođe, deo potrošača bio je spreman da plati višu cenu za ove napitke, dok su drugi bili manje skloni takvoj odluci.

PRAKTIČNE PREPORUKE

Informisanje potrošača o sastavu biljnih napitaka dobijenih od zanemarenih biljnih kultura pokazalo se kao efikasan način za povećanje opšte prihvatljivosti i pozitivnog stava prema tim kulturama. Prehrambena industrija bi takođe trebalo da ispita potencijal različitih kombinacija ovih sirovina u okviru jednog napitka, jer su određeni ukusi i arome potrošačima privlačniji od drugih.

DODATNE INFORMACIJE

Biljni napici imaju značajan tržišni potencijal zahvaljujući njihovom doprinosu održivoj proizvodnji. Zanemarene biljne kulture mogu doprineti diversifikaciji ponude biljnih napitaka, a postoji mnogo formulacija kultura i drugih sastojaka koje to omogućavaju.

Ovaj praktični sažetak zasnovan je na senzorskim testiranjima sprovedenim među odraslim potrošačima u četiri različite zemlje (UGent – Belgija, UMIL – Italija, FINS – Srbija i IRTA – Španija), sa ciljem boljeg razumevanja potrošačkih preferencija prema novim proizvodima ili novokreiranim biljnim napicima.

AUTORI: S. Bayudan, M. Laureati, C. Proserpio, C. Cattaneo, L. Guerrero, C. Badia, A. Claret, T. Dapcevic, A. Mandic, M. Pojic, J. Tomic, M. Pestoric, D. Ubiparip, J. Schouteten
KONTAKT: SimounRainierLuis.Bayudan@UGent.be

www.cropdiva.eu
@H2020Cropdiva