

EATendencias

APLICADAS A PRODUCTOS ACUÁTICOS

Begoña Pérez-Villarreal

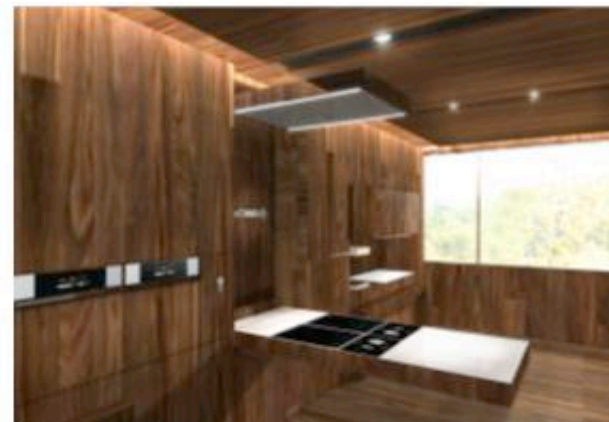
Directora de Mercado



www.azti.es

Quiénes somos

AZTI-TECNALIA, CENTRO TECNOLÓGICO EXPERTO EN INVESTIGACIÓN MARINA Y ALIMENTARIA



Unidades de Investigación:

- Investigación Marina
- Investigación Alimentaria

Investigación Alimentaria

- Investigamos con una **visión global e integrada** de los alimentos y del producto, **respetando el medio ambiente** y con el **consumidor como eje central**.
- Aportamos el **conocimiento científico**, la **innovación** y el **desarrollo tecnológico** necesario para hacer frente a los retos a los que se enfrenta la industria alimentaria.

Cinco áreas de investigación:

- Nuevos alimentos
- Seguridad alimentaria
- Nuevas tecnologías
- Sostenibilidad de la cadena alimentaria
- Ciencia y gastronomía

El fin último: promover la INNOVACIÓN

OBSERVATORIO TENDENCIAS E INNOVACIÓN

Ponemos en marcha las herramientas para **adelantar el futuro**



- VIGILANCIA MERCADO
- CONSUMIDORES
- EXPERTOS
- OBSERVADORES

TENDENCIAS y
OPORTUNIDADES DE
MERCADO

I+D+i alimentaria

Nuevos conceptos de producto



Food Telling

Supersense

Slowcal

Here&Now

Eater_tainment

MadeSimple

MyHealth

EgoFood

Food Telling, alimentos con mensaje

QUIERO UNA HISTORIA...CUÉNTAMELA!

Food Telling da respuesta a una demanda de información transparente, atractiva y cercana mediante la incorporación o asociación de **mensajes e historias** a los productos alimentarios.

Este mensaje aporta un valor añadido inconfundible a productos, marcas y fabricantes.

Food Telling conecta y acerca al consumidor a los alimentos que consume, dotando a la vez de mayor identidad y autenticidad a los propios alimentos.



Food Telling

QUIERO UNA HISTORIA...CUÉNTAMELA!



Followfish, “una marca que enseña al mundo que hay tras el pescado” (Alemania)

<http://www.followfish.de/>



Food Telling

QUIERO UNA HISTORIA...CUÉNTAMELA!



SEAFOOD SHOP
by networked fishermen

TRUST THAT YOUR SEAFOOD CAN BE TRACED BACK TO AN AMERICAN FISHERMAN.

Red's Best Traceability System tracks your seafood from the ocean to the dinner plate, electronically tracing catches from the unloading of fishermen's vessels and through transportation, processing, and distribution. We physically move fish for fishermen, maintaining temperature and sanitary conditions. Red's Best physical control over the chain of custody sets Red's Best Traceability System apart from software-only traceability solutions.

Red's Best brand of seafood and logistics represent trustworthiness. Trust that your seafood is caught locally, labeled correctly, and subjected to quality controls along its journey to you. Trust that an intelligently minimized "carbon footprint" maintains traceability without undue burden on natural resources. Trust that Red's Best Traceability adds only value and zero transaction costs between fisherman and seafood buyer.

Anyone concerned about the origins and identity of seafood should ask their local markets and restaurants to carry Red's Best brand seafood.



QR CODE LINKS FISH TO FISHERMAN

QR Codes are barcodes. QR Code Readers are available as free Apps for personal devices. Red's Best web-based software collects traceability data for all catches and generates unique web addresses. Ask your vendor to scan the QR code that came along with your fish to access related info about fisherman, species, vessel, gear type, and port of origin.

Do you know your fishermen? Trace your seafood from dinner plate to catch.



Fisherman : Tom Dowd
Species : Scup
Fishing Vessel : Equinox
Gear Type : Otter Trawl
Port Landed : Falmouth



Supersense, experiencia multisensorial

QUIERO UNA EXPERIENCIA SENSORIAL PLENA, ESTIMÚLAME LOS 5 SENTIDOS!



SuperSense es la tendencia que hace referencia a los productos alimentarios que persiguen generar un impacto que active los 5 sentidos del consumidor, generando una **experiencia sensorial intensa y plena.**

SuperSense nos “habla” de provocar sensaciones originales y diferentes, y está asociada íntimamente al placer.

Supersense

QUIERO UNA EXPERIENCIA SENSORIAL PLENA, ESTIMÚLAME LOS 5 SENTIDOS!



Filetes de Salmón Deluxe con champán y trufa de Friedrichs, Austria

El filete de salmón tierno y sin espinas, ha sido cortado a mano, marinado con champán y refinado con láminas de trufa negra.

Supersense

QUIERO UNA EXPERIENCIA SENSORIAL PLENA, ESTIMÚLAME LOS 5 SENTIDOS!



International Shrimp S´cones

Pequeños conos de masa de waffles con relleno de langostino black tiger en dos sabores: con salsa cremosa de tomate con una pizca de alholva o con curry de coco.

Empresa: Dish Hospitality (India)

Premio “originalidad” Seafood Prix d´Elite 2012

Slowcal

NECESITO UNA VIDA “PAUSADA” Y DE CALIDAD, MÁS CONSCIENTE Y SOSTENIBLE

Slowcal es la tendencia que implica una mayor concienciación y responsabilidad con el impacto del consumo alimentario en el ámbito personal, social, económico y ambiental. De ahí surge una aspiración o necesidad de un **consumo de calidad**, donde prevalece el disfrute, el equilibrio y la sostenibilidad.

Slowcal se identifica con lo “slow”, intentando “recuperar” el tiempo para uno mismo – y para alimentarse- y con lo **local**, otorgando un mayor estatus a lo cercano, a lo que conforma mi entorno más próximo.





Eat Local Fish®

Fresh local wild caught
from our boats to your table

Portland, Maine

[Home](#) [Our Story](#) [Fish](#) [F/V](#) [WX](#) [History](#) [News](#) [Links](#) [Fish Wear](#) [Buy](#) [Contact](#)

Eat Local Fish®




Welcome! Direct sales of fresh, local wild caught seafood from our boats to your table. Fresh fish from our own boats F/V Theresa & Allyson and F/V Jamie & Ashley. When we are not fishing we will offer fresh fish from other local boats for sale and delivery. We will do our best to fulfill your delivery needs! Wild-caught seafood tastes better and is better for you! We practice sustainable fishing that protects the Gulf of Maine for future generations.

Place your order today!

1. [Like us on Facebook](#) to get immediate notifications when fresh seafood is available.
2. Call or [e-mail](#) to order your fresh catch or order online through our [Buy Fish](#) page.
3. We will deliver or ship your order or you can pick up. Call for pricing.

Support local business and Eat Local Fish!

CONTACT

 Like Like us on Facebook



Slow Food

donate → join us →

Resources | Focus on | Press Area | English - Français - Italiano - Español - Deutsch

Slow Fish

Research

home | Our Campaign | Ocean Threats | Good, Clean and Fair Fish | What can I do? | Which Fish? | Slow Fish in Action | Fishing Heroes

Which Fish?

Not On My Plate

- Bluefin Tuna
- Tropical Farmed Shrimp
- Wild Atlantic and Farmed Salmon
- Swordfish
- Atlantic Cod
- Sharks and Skates

Go Fish: The Slow Food Challenge




- Brazil
- France

Which Fish?

When it comes to choosing what fish to eat, it can be hard to know which way to turn... Advice and suggestions in the media and [fish and seafood guides](#) can often be **contradictory**. Evaluating the state of fish stocks is extremely difficult; even in the best of cases, only general estimates are available. Stocks of a fish species might be healthy in one part of the world and seriously depleted in another.

It is very hard to give advice that is universally valid. But **consensus is unanimous about certain species**: Responsible consumers must simply avoid eating them, under any circumstances. You can find out why in the section [Not On My Plate](#). Beyond these species, the best advice we can give is to **find out more about your local resources**, the fish and seafood from the rivers, lakes, lagoons, seas and oceans closest to your home.

Our association has enthusiastically set out on this path with the [Slow Fish Challenge](#). The section [Go Fish](#) will showcase the result of the challenge, which asks members of the Slow Food and Terra





Productos amigables con el medio ambiente

Tanto desde la perspectiva del envase como del propio producto.

- **Envase:** The manufacturer states that using recycled Green Choice 100 paperboard since 2007 has resulted in the following environmental benefits: many trees saved; landfill reduced; energy reduced; zero net greenhouse emissions; and water reduced. Green Choice 100 paperboard is 100% recycled, is made with 100% clean energy and is 100% **carbon neutral**
- **Producto:** MSC (Marine Stewardship Council) ecolabel, which indicates that the product comes from a fishery that has been independently certified to be a well-managed and sustainable fishery.

Here&Now, Aquí y Ahora

MI RITMO DE VIDA ACELERADO NECESITA “CONVENIENCIA 2.0”: LO QUIERO AHORA, ESTÉ DONDE ESTÉ



Here&Now es la tendencia que busca contribuir a **facilitar el estilo de vida de los nómadas urbanos**, que demandan flexibilidad, optimizar la gestión de su tiempo, cuidar su salud, y sobre todo la gratificación instantánea de sus necesidades, **en cualquier momento y lugar.**

Here&Now

MI RITMO DE VIDA ACELERADO NECESITA “CONVENIENCIA 2.0”: LO QUIERO AHORA, ESTÉ DONDE ESTÉ

Caviar “on the go” En K de Caviar®.



Producto original diseñado para cambiar la forma en que se consume el caviar. Son 15 gramos de caviar Osetra en una lata original de tapa de metal en relieve deslizante y viene acompañado de una cuchara especial.

Disponible en seis colores llamativos, la lata es de un tamaño ideal para disfrutar del caviar en cualquier lugar. Diseñado para atraer a nuevos consumidores y ofrecer una nueva solución de comida, no disponible hasta el momento en el mercado.

Empresa: Kaviari (Francia)

Premio “mejor producto innovador de venta al por menor” y la “distinción al envasado” Seafood Prix d’Elite 2012

Here&Now

MI RITMO DE VIDA ACELERADO NECESITA “CONVENIENCIA 2.0”: LO QUIERO AHORA, ESTÉ DONDE ESTÉ



Langostinos con salsa “on the go”

De The Big Prawn Co., Reino Unido

Langostinos con salsa de pescado y a Sweet Chilli Mayo

Elaborados a partir de langostinos cocinados y pelados, se presentan en un formato de cocktail multi-pack para llevar, con porciones individuales.

Para comer con otros productos, como relleno de sandwich, salsa para ensaladas o directamente del envase.

Ideales para el lunchbox, se presentan en un envase de 360g que incluye 2 “King Prawns with Seafood Sauce” + 2 “King Prawns with a Sweet Chilli Mayo”.

Eater_tainment, experiencia alimentaria

QUIERO VIVIR INTENSAMENTE, BUSCO ALGO NUEVO, DIFERENTE, ORIGINAL...DÁMELO



Eartertainment está relacionada con la indulgencia, la autocomplacencia y la necesidad de escapar del día a día. Esta tendencia hace referencia a la búsqueda de **experiencias memorables que conecten con las necesidades emocionales** de los individuos.

Eartertainment es aventura, diversión, sorpresa...es el **valor añadido que aporta la “experiencia” o “el acto de consumir” al producto (alimentario).**

Eater_tainment

QUIERO VIVIR INTENSAMENTE, BUSCO ALGO NUEVO, DIFERENTE, ORIGINAL...DÁMELO



Tren de sushi

Original forma de introducir un producto sano y tradicional de Japón como el sushi, en la alimentación de los más pequeños

Eater_tainment

QUIERO VIVIR INTENSAMENTE, BUSCO ALGO NUEVO, DIFERENTE, ORIGINAL...DÁMELO



Salchichas de pescado para jugar

De Marudai, Japón

Las salchichas (fortificadas con calcio para la salud de los huesos y los dientes) de pescado están dirigidas a los niños.

El producto va asociado a imágenes de dibujos animados e incluye una tarjeta gratuita de juego (hay 5 variedades) para ser utilizados en máquinas de juego.

MadeSimple, házmelo simple

VIVO EN UNA CONTINUA CRISIS DE TIEMPO, SIMPLIFÍCAME LA VIDA!

La tendencia **MadeSimple** induce a crear **soluciones flexibles que permitan la compra y consumo inteligente**, simplificando la elección y optando a la mejor opción, a la vez que ahorrando tiempo.

MadeSimple está asociada tanto al **producto como al proceso de compra y consumo** a través de servicios/herramientas que simplifiquen y faciliten la vida a los consumidores.





Sustituto del derivado cárnico en los sandwiches *LeroyPaleggslaks*

Preparado en rodajas para sándwiches a base de salmón ahumado con sabores de la provenza, natural o picante.

Empresa: Jallvard Leroy (Noruega)

Premio en la categoría “mayor comodidad” Seafood
Prix d’Elite 2012

Seafood Selection

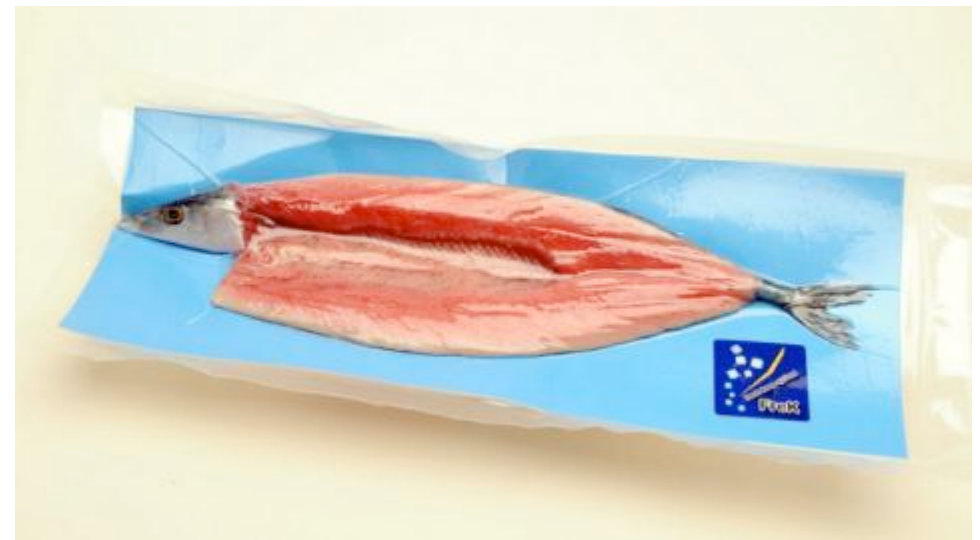
De Delpierre, Francia

Productos del mar seleccionados de edición limitada (para el verano), acompañados de salsa cocktail en un mismo envase.





Máquina vending pescado fresco (Euskadi)



Ultra-Freshness Preservation Freezing System utiliza tecnología probada en la industria electrónica para garantizar la calidad de los alimentos y aumentar su vida útil. Permite una visualización fácil y atractiva del producto en el punto de venta.

<http://www.clubdarwin.net/seccion/packaging/evase-electro-conductivo-ayuda-mantener-frescos-los-alimentos-congelados>

MyHealth, salud personalizada

QUIERO SER PROACTIVO Y GESTIONAR MI SALUD, AYÚDAME A CONSEGUIRLO

MyHealth es la tendencia relacionada con la **actitud proactiva y responsable** hacia la **promoción del bienestar y la salud propia**, a través de la autogestión en la prevención, conservación, monitorización...

Esto se refleja en una búsqueda de **alimentación personalizada, adaptada a necesidades personales**, para lograr un equilibrio entre estado físico y bienestar mental/emocional.





Atún fortificado con colágeno para atletas

De Hagoromo Sea Chicken, Japón

Atún fortificado con anserin, un compuesto que se encuentra en grandes cantidades en los músculos del atún. La empresa Yaizu Suisankagaku ha diseñado un proceso para extraerlo.

El producto también tiene 500mg de colágeno para la salud de la piel.

Salchicha de pescado saciante

De Maruha, Japón

Producto transformado de pescado orientado a chicos jóvenes (men in their 20s) que son habituales de las convenience stores.

Posicionado hacia un público y un objetivo muy concreto, una alternativa de snack que sacie más saludable.



EgoFood, expresión alimentaria

QUIERO MOSTRAR MI FORMA DE SER A TRAVÉS DE LO QUE CONSUMO

La tendencia **EgoFood** busca la **expresión de la propia identidad**, tanto de forma individual como dentro de un colectivo, “**personificando**” en los productos de gran consumo los **deseos, valores, aspiraciones o estatus propios**.

EgoFood persigue la conexión entre el consumidor y aquella “dimensión” del producto que **encaja con su personalidad** (además de con sus **necesidades**) y con lo que se siente identificado.



EgoFood

QUIERO MOSTRAR MI FORMA DE SER A TRAVÉS DE LO QUE CONSUMO



Brochetas de pescado de edición limitada De Femeg, Austria

Brochetas de Red Snapper con vegetales y piña, aliñadas con un marinado especiado y aromático. Ideal para barbacoa, se presentan para los consumidores en edición limitada.

El producto se presenta en un envase de 200g con las brochetas envueltas individualmente.

EgoFood

QUIERO MOSTRAR MI FORMA DE SER A TRAVÉS DE LO QUE CONSUMO



Filetes de salmón estilo Teriyaki

De Iceland, Alemania

Producto posicionado como premium, de alta calidad, libre de lactosa, proveniente de ISG Transparent Fisheries en Noruega.

Para consumidores gourmet, exclusivos, que conectan con los valores del producto (sostenibilidad, salud, calidad...)

Si quieres estar al día, síguenos!

Si quieres conocer algo más de las tendencias, las encontrarás en:
<http://issuu.com/aztitecnalia/docs/eatendencias>

La actualidad del sector alimentario...
a un click en **nuestras webs**

FOOD TREND TROTTERS
la vuelta al mundo de los alimentos...



Food Trend Trotters.com, portal de mercado relacionado con el sector alimentario: **innovaciones en producto o servicios, tendencias, consumidores y lugares del mundo ...**

Twitter @jantrotters
Linkedin: Grupo Food Trend Trotters
Facebook Foodtrendtrotters

aliment@tec

Alimentatec.com, portal de **tecnologías** del sector alimentario (en colaboración con IRTA) con noticias de: tecnología, nuevos alimentos, seguridad alimentaria, sostenibilidad, legislación...