



Projet financé dans le cadre du programme Horizon 2020 de l'Union européenne en faveur de la recherche et de l'innovation, au titre de l'accord de subvention n° 727848.



Création conjointe de produits à base de céréales : la place des consommateurs

Le processus de création conjointe est très efficace dans la mise au point des nouveaux produits à base de céréales. L'établissement de relations étroites avec les consommateurs et la création d'ambassadeurs de ces produits ont donné de bons résultats.

Définition de la création conjointe

La création conjointe est la mise au point de nouvelles valeurs (concepts, solutions, produits et services) avec des experts et/ou les acteurs concernés (consommateurs et fournisseurs, notamment). C'est une forme d'innovation collaborative : des idées sont mises en commun et améliorées ensemble, au lieu d'être conservées égoïstement. La création conjointe est étroitement liée aux expressions en vogue d'open source (source publique) et de *mass-customization* (personnalisation de masse).

Consommateurs et création conjointe de produits à base de céréales

Au Danemark, la création conjointe de produits à base de céréales avec les consommateurs et les acteurs de la vente au détail peut déjà se targuer d'une longue tradition. Elle est souvent menée à bien au cours de journées organisées autour de cours de cuisine ou consacrées à l'innovation entre partenaires interentreprises.

Lors des cours de cuisine, les consommateurs, les partenaires commerciaux, les agriculteurs et les boulangers créent de nouveaux produits prêts pour être mis sur le marché.

Il faut être bien conscient que les entreprises représentent désormais un cadre trop étroit pour créer seules de nouveaux produits.

Références

Suggestions de lecture :

www.aurion.dk ;

www.falselvgaard.dk;

www.kragegaarden.dk;

www.gytrup.dk.