



STIFTELSEN MARKNADSTEKNISKT CENTRUM

MTC Challenge

Morgondagens dagligvaruhandel



Den offentliga arenans olika smak-, hälso-, miljö- och etikdebatter ställer krav på konsumenten att göra individuella ställningstaganden när det gäller mat och måltider. Dessa val står ofta i konflikt med varandra, vilket leder till kompromisser. Därmed uppstår ett gap mellan konsumenters intention (vad de önskar) och handling (hur de i praktiken agerar) vilket gör det svårt för dagligvaruföretagen att skapa ett utbud som tillfredsställer konsumenters behov och önskemål. I gruppen kommer aktuell forskning om dagligvaruhandel att presenteras och diskuteras. Till grund för diskussionerna ligger ett treårigt forskningsprojekt där syftet var att förstå varför intention och handling skiljer sig åt vid val av livsmedel.

Möt framstående kollegor, lär av varandra i en strukturerad dialog med utvecklande input från kvalificerad forskning. Gruppen kommer att arbeta med att ta fram konkreta lösningar för deltagande företag om hur producerande företagen inom dagligvaruhandeln kan möta krav som morgondagens konsumenter ställer på måltiden.

Målgrupp är aktörer inom handeln, produktchefer, marknadschefer, produkt- och affärsutvecklare. Inom ramen för temat kommer de deltagande företagens frågor att behandlas. Som deltagare i gruppen har du möjlighet att vara värdföretag i något av mötena som gruppen genomför. Då blir dina frågor huvudämnet för mötet!

Gruppen kommer att bestå av en till två deltagare från 6-9 företag.
Start under vintern 2011. Anmälan se nedan.



Några frågeställningar som gruppen kan arbeta kring är:

- Hur ska dagligvaruhandeln möta det ökade kravet från konsumenter på ekologiskt odlade livsmedel och miljövänliga produkter?
- Vad betyder märkningen av livsmedel för konsumenter?
- Vilken roll har förpackningen när det gäller dagligvaror?
- Hur möter dagligvaruhandeln det ökade kravet på individualiserade matvanor och måltider?
- Hur tillfredsställer handeln småbarnsfamiljers behov av mat som går snabbt att tillaga och som är lagad från grunden?
- Hur mycket påverkar barn och tonåringar hushållens livsmedelsval?
- Hur hanterar dagligvaruhandeln behovet av god och smakrik mat som tar hänsyn till äldre konsumenters behov (övervikt, diabetes, högt kolesterol etc).
- Vilka frågor kommer att vara viktiga inom dagligvaruhandeln om fem-tio år?

Planerad start

Ett konstituerande möte i Stockholm planeras under vintern 2011.

Genomförande

Challengegruppen är en lösningsorienterad metod för att hitta praktiska tillämpbara lösningar. De diskussioner som förs i gruppen är helt konfidentiella. Efter det konstituerande mötet genomförs fyra möten under en period av ett år. De följande mötena genomförs antingen i MTC:s regi, eller hos något av de deltagande företagen.

Gruppen kommer att ledas av **Marie Wahlström, Marknadstekniskt Centrum**. Akademiskt kommer **Maria Frostling-Henningsson, Stockholms Universitet**, ansvara för att gruppen får relevant input från forskning.

Avgift

25.000 kr per deltagare, två deltagare samma företag 35.000 kr.

Anmälan

Till Marie Wahlström, MTC, tel 08-586 175 24 eller marie.wahlstrom@mtcstiftelsen.se