

# **Naturalne elicytory w produkcji ziół o podwyższonej jakości prozdrowotnej i konsumenckiej**

**Źródło finansowania:** Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

**Konkurs:** TANGO V

**Podmiot/podmioty realizujący/realizujące:** Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie

**Kierownik:** dr hab. Urszula Złotek, prof. uczelni

**Nr projektu:** TANGO-V-A/0025/2021-00

**Okres realizacji:** 01.12.2021 – 28.02.2023

**Wartość:** 209 851,48 zł

**Streszczenie:** Celem projektu jest wyprodukowanie ziół (bazylii i mięty) w doniczkach z zastosowaniem elicytacji induktorami naturalnego pochodzenia. Zastosowanie procesu elicytacji podczas uprawy ziół pozwoli na otrzymanie produktów o podwyższonej jakości konsumenckiej oraz prozdrowotnej. Elicytacja zwiększa odporność roślin, co będzie monitorowane badaniem aktywności enzymów obronnych. Projekt równoległe zakłada realizację prac koncepcyjnych oraz badawczo-rozwojowych. Część badawczo rozwojowa obejmuje optymalizację procesu elicytacji podczas uprawy ziół. Badanie jakości ziół będzie obejmowało badanie jakości konsumenckiej oraz prozdrowotnej (zawartość związków bioaktywnych oraz właściwości antyoksydacyjnych i potencjalnie przeciwzapalnych). Prace koncepcyjne zostaną podzielone na dwa etapy. Pierwszy etap prac obejmował będzie badania rynkowe, przeprowadzane po stronie popytowej rynku ziół doniczkowych. Celem tych badań jest rozpoznanie zapotrzebowania na zioła doniczkowe oraz proponowaną innowację produktową wśród potencjalnych i faktycznych nabywców. Natomiast podmiotami badań reprezentującymi stronę podażową rynku będą krajowi producenci ziół doniczkowych, do których w drugim etapie prac koncepcyjnych, zespalałym wyniki projektu z części B+R oraz I etapu prac koncepcyjnych, skierowane zostaną opracowane na podstawie badań rynkowych materiały o charakterze informacyjno-promocyjnym. Materiały te mają służyć w pozyskaniu

krajowego lub zagranicznego partnera biznesowego, tj. producenta ziół, zainteresowanego wdrożeniem proponowanej innowacji. Pozyskiwanie kooperanta biznesowego zostanie przeprowadzone z wykorzystaniem zróżnicowanych narzędzi komunikacji marketingowej.