

ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΤΑΣΕΙΣ : Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

Μαρία Ε. Κουντουρά

Διαιτολόγος - Διατροφολόγος

Η στροφή προς μία βελτιωμένη ποιότητα ζωής αποτελεί τη νέα παγκόσμια τάση και όπως είναι φυσικό πρωταγωνιστικό ρόλο σε αυτήν παίζει η διατροφή.

Οι σύγχρονοι καταναλωτές αναζητούν υγιεινές επιλογές φαγητού εκτός σπιτιού και είναι πιο ευαισθητοποιημένοι σχετικά με τη θρεπτική αξία των προϊόντων μιας και η ποιότητα αποτελεί σημαντικότερο παράγοντα σε σχέση με την ποσότητα.

Απαριθμώντας τις νεότερες διατροφικές τάσεις θα έλεγε κανείς ότι οι **vegetarian** και οι **vegan** κατέχουν μία από τις πρώτες θέσεις στη λίστα, με δεδομένο ότι περίπου το **10%** των Ευρωπαίων ανήκει στην κατηγορία αυτή.

Την ομάδα αυτή έρχονται να συμπληρώσουν οι **flexitarian**, οι οποίοι καταναλώνουν περιστασιακά κρέας.

Επιπλέον, αρχίζει να διαδίδεται με αργά βήματα και η τάση της **ωμοφαγίας**, τη βάση της οποίας αποτελούν μη επεξεργασμένες και μαγειρεμένες φυτικές τροφές.

Άλλη μία τάση στη σύγχρονη διατροφή, είναι η **παλαιολιθική διαίτα** που προέρχεται από τη διατροφή των προγόνων μας και περιλαμβάνει τρόφιμα που μπορούν να αποτελέσουν αντικείμενο θήρας και αλιείας και τρόφιμα που μπορούν να συλλεχθούν.

Ένα ανερχόμενο food trend είναι η **μακροβιοτική διαίτα** που έχει ως στόχο τη μέγιστη πνευματική και σωματική ευεξία, ενώ σταθερή αξία στη σύγχρονη γαστρονομία αποτελεί η **μεσογειακή διατροφή** με ποικιλία τροφίμων συνδυασμένα στην κατάλληλη ποσότητα και συχνότητα.

Η σταδιακή απομάκρυνση των Ελλήνων από τα διατροφικά πρότυπα των Δυτικών χωρών, έχει δώσει μία νέα διάσταση στο **fast food**, το οποίο δεν ταυτίζεται απαραίτητα με το junk food, προσφέροντας θρεπτικά snack και ethnic επιλογές.

Παράλληλα, έχει γίνει δημοφιλές το ονομαζόμενο **comfort food**, το οποίο σχετίζεται με τη μεσογειακή παραδοσιακή διατροφή και την ελληνική κουλτούρα.

Τα πιάτα αυτά έχουν νοσταλγική και συναισθηματική επίδραση, καθώς μας φέρνουν μνήμες από το κυριακάτικο τραπέζι και το φαγητό της μαμάς και με τον τρόπο αυτό συμβάλλουν στη μείωση του άγχους.

Οι διατροφικές ανάγκες των καταναλωτών έχουν οδηγήσει στην ανάπτυξη πολλών **προϊόντων ειδικής διατροφής** όπως είναι τα τρόφιμα χωρίς γλουτένη και τα προϊόντα χωρίς ζάχαρη που περιέχουν εναλλακτικές γλυκαντικές ύλες.

Αντίστοιχα, η ανάγκη για πιο φυσικά τρόφιμα έχει αυξήσει τη ζήτηση των **βιολογικών τροφίμων** και των προϊόντων **clean label**, τα οποία δεν περιέχουν πρόσθετα όπως γλουταμινικό νάτριο και συντηρητικά.

Επιπλέον, το γεγονός ότι πολλοί καταναλωτές προσπαθούν να μειώσουν την ενεργειακή τους πρόσληψη, έχει οδηγήσει στην ανάπτυξη **light προϊόντων** αλλά και **θρεπτικών παιδικών γευμάτων**.

Τέλος, παρατηρείται μία τάση προς τη **μείωση του περιεχόμενου αλατιού** στα συσκευασμένα τρόφιμα μιας και οι νεότερες οδηγίες από τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας συστήνουν την πρόσληψη μόλις 5g αλατιού ημερησίως.

Η ποιότητα των **πρώτων υλών** αποτελεί κρίσιμο παράγοντα στη μαζική εστίαση.

Για το λόγο αυτό επιλέγονται συχνά **τρόφιμα με ταυτότητα**, σαφή **γεωγραφική καταγωγή** και **προϊόντα ΠΟΠ**.

Επίσης, φαίνεται μία μεγαλύτερη προτίμηση σε κρέατα από **τοπικές φάρμες** και **φυτικές πρώτες ύλες** από μικροκαλλιεργητές.

Τα **super foods** (cranberries, goji berry) μπαίνουν συστηματικά στη σύγχρονη κουζίνα συνδυάζοντας το υγιεινό με το gourmet, ενώ ξεχασμένοι αρχαίοι σπόροι (λιναρόσπορος, κεχρί) επιστρέφουν και πάλι στη διατροφή μας ενισχύοντας την με βιταμίνες και φυτικές ίνες.

Παράλληλα, οι **φυτικές πηγές πρωτεϊνών** όπως τα όσπρια και η σόγια κερδίζουν συνεχώς έδαφος, ενώ δίνεται έμφαση στην προσθήκη **ωφέλιμων λιπαρών**, όπως το ελαιόλαδο και οι ξηροί καρποί.

Στην εμφάνιση και καθιέρωση όλων αυτών των διατροφικών τάσεων καθοριστικό ρόλο παίζουν τα **μέσα κοινωνικής δικτύωσης**.

Το τεράστιο ενδιαφέρον γύρω από το φαγητό ενισχύεται από τις αναρτήσεις των **food blogger** με αποτέλεσμα πολλά πιάτα να γίνονται viral και να αυξάνεται η ζήτησή τους.

Η **διατροφική επισήμανση** αποτελεί πολύ σημαντική πληροφορία για ένα προϊόν και από τον **Δεκέμβριο του 2014** έχει γίνει **υποχρεωτική** για όλα τα προσυσκευασμένα τρόφιμα.

Με αυτό τον τρόπο ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει ποια θρεπτικά συστατικά θα προσλάβει καταναλώνοντας ένα τρόφιμο, ποια είναι η συνεισφορά ενός τροφίμου στις ημερήσιες ανάγκες του και φυσικά να συγκρίνει τη θρεπτική αξία των προϊόντων με σκοπό την επίτευξη πιο υγιεινών επιλογών στα πλαίσια μίας ισορροπημένης διατροφής.

Είναι βέβαιο ότι για να είναι ένα **προϊόν αποδεκτό** και **επιτυχημένο** θα πρέπει να είναι **νόστιμο και εύκολο** στη χρήση του.

Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια έχει προστεθεί άλλη μία παράμετρος, η **διατροφική αξία** του, γεγονός που δημιουργεί νέες προοπτικές στη γαστρονομία και την ανάπτυξη τροφίμων.

Οι διατροφικές ανάγκες των καταναλωτών έχουν οδηγήσει στην ανάπτυξη πολλών προϊόντων ειδικής διατροφής όπως είναι τα τρόφιμα χωρίς γλουτένη και τα προϊόντα χωρίς ζάχαρη που περιέχουν εναλλακτικές γλυκαντικές ύλες.

Αντίστοιχα, η ανάγκη για πιο φυσικά τρόφιμα έχει αυξήσει τη ζήτηση των βιολογικών τροφίμων και των προϊόντων clean label, τα οποία δεν περιέχουν πρόσθετα όπως γλουταμινικό νάτριο και συντηρητικά.

Σας ευχαριστώ

Μαρία Ε. Κουντουρά
Διαιτολόγος - Διατροφολόγος