



Enfoka-Trends 2020ko otsaila

“FOOD CULTURE”



Foto de [Jonathan Borba](#) en [Unsplash](#)

Gastronomiak betetzen duen eginkizun soziala funtsezkoa da elikagaien kontsumo **iraunkor eta osasungarria** aldarrikatzen duen gizartean.

Munduko biztanleriaren hazkundeak eta dietetan eta kontsumoan izandako aldaketek lurraren eta uraren erabileraren aurrekaririk gabeko tasak ekarri dituzte. Aldaketa horiek berotegi-efektuko gasen emisio garbiak areagotzen, ekosistema naturalak galtzen eta biodibertsitatea murrizten lagundu dute. Gizakiak botatzen dituen berotegi-efektuko gas guztien% 23 nekazaritzatik, basogintzatik eta lurraren erabileratik datoz, eta horri munduko elikagaien ekoizpenari lotutako isurketak gehitzen badizkiogu, kuota hori% 37raino irits daiteke.

Belaunaldi berriek konpromiso etiko eta iraunkorra eskatzen dute, produktu seguruak nahi dituzte. Elikagaiak eta edariak ekoizpen-sistemaren, hornikuntza-katearen eta packaging arduratsu baten aldeko apustuaren identifikazio-informazioa eskaintzen hasi dira. Ildo horretan, Eroskik **Diverhortaliza**: dibertsifikazio Iraunkorra Elkarlanean izeneko proiektua jarri du abian. Proiektu horren helburua da Euskadiko baratzezainekin batera Euskadiko baratzezainen errentagarritasuna hobetzea, labore berrien dibertsifikazioaren eta erabilera jasangarriaren bidez.

Elikaduraren sektoreko enpresa asko hasi dira beren eskaintza aldatzen produktu benetan osasungarrien kontsumoarekin kezkatutako kontsumitzaile-profil berri batera egokitzeko. Mugimendu horri **"Realfooding"** izena jarri zaio, eta benetako janaria, benetako janaria eta ingurune obesogenikoaren aurkako borroka eta elikagai ultraprozesatuen ugaritzea ditu ardatz. Elikaduraren bidez herritarren osasuna hobetzea du helburu, eta, horretarako, MyRealFood aplikazioa abiarazi da tresna gisa. Aplikazio horrek, besteak beste, produktuak eskaneatzea eta haien nutrizio-balioak ezagutzea ahalbidetzen du.

Ildo horretan, Burger Kingek **#MoldyWhopper** kanpaina abiarazi du, lizunez estalitako hanburgesen irudiak erakusteko, kontserbatzaile artifizialak, koloratzaileak eta orain arte beren produktuek zuten zapoaren bultzatzaileak ezabatzearen ondorioz.

Beste joera garrantzitsu bat animalia-jatorriko elikagaien kontsumoa murrizteak eta **plant-based** izeneko elikadura-kontsumoa handitzeak markatzen dute, hau da, landarez, perretxikoz edo algaz egindako produktuek. Kentucky Fried Chicken (KFC) bezalako enpresak produktu berriak probatzen hasi dira, hala nola "landare-jatorriko oilaskoa". Mercadona, halaber, startups azeleragailuaren barruan apustu egiten ari da, Lanzadera, Heura enpresari laguntzeko, haragi begetaleko produktuak ekoizten baititu, eta Ikea, berriz, bere albondiga ospetsuen% 100eko landare-bertsioa merkaturatzen hasi da.

Azken joera bat kontsumitzaileek datozen urteetan elikadura-saltokiei eskaerak egiteko moduaren araberakoa da. Duela urte batzuk "Dash button" direlakoak modan jarri baziren, badirudi etorkizunean eskaera asko **"bozgorailu adimendunen"** bidez iritsiko direla saltokietara. Starbucksek eta Alibabak Txinan zuten aliantza zabaldu dute, Alibabaren laguntzaile birtualetik ("Tmall Genie") kontsumitzailearen kokalekutik gertuen dagoen Starbucksera eskaerak egin ahal izateko. Hori ez da gauza berria, Alexak bi urte baino gehiago baitaramatza Google Assistant bidez eskaerak egiten.

BIBLIOGRAFÍA

- Zorraquino (2019). Informe de tendencias de consumo 2020. 2020ko otsailaren 19an hemendik berreskuratua <https://www.zorraquino.com/informes/tendencias-consumo-2020.html>
- Raquel Piñeiro (2019). ¿Qué tiene de bueno (o de malo) el movimiento "Real Food"? 2020ko otsailaren 19an hemendik berreskuratua https://elcomidista.elpais.com/elcomidista/2019/07/09/articulo/1562702626_450013.html
- Europa Press (2019). Kentucky Fried Chicken prueba el "pollo vegetal" de Beyond Meat. 2020ko otsailaren 19an hemendik berreskuratua <https://www.europapress.es/economia/noticia-kentucky-fried-chicken-prueba-pollo-vegetal-beyond-meat-20190827134343.html>
- Cinco Días (2020). El presidente de Mercadona apuesta por una empresa de carne vegetal. 2020ko otsailaren 19an hemendik berreskuratua https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/01/15/companias/1579086532_316117.html
- Peter Adams (Marketing Dive) (2020). Burger King promotes moldy Whopper as part of "real food" push". 2020ko otsailaren 19an hemendik berreskuratua <https://www.marketingdive.com/news/burger-king-promotes-moldy-whopper-as-part-of-real-food-push/572545/>
- Manuel Planelles (El País)(2019). El planeta necesita un cambio del modelo alimentario para combatir la crisis climática. 2020ko otsailaren 19an hemendik berreskuratua https://elpais.com/sociedad/2019/08/07/actualidad/1565193502_273906.html
- Yaiza Saiz (La Vanguardia) (2020). Las diez tendencias gastronómicas para este 2020. 2020ko otsailaren 21ean hemendik berreskuratua <https://www.lavanguardia.com/comer/tendencias/20200101/472660979281/tendencias-alimentarias-gastronomia-2020.html>
- Ángeles Gómez (El Confidencial)(2020). Doce alimentos que serán tendencia en 2020 y una petición desesperada. 2020ko otsailaren 21ean hemendik berreskuratua https://www.alimente.elconfidencial.com/nutricion/2020-01-02/alimento-tendencia-peticion-desesperada-vegetal_2393843/
- Zukán (2020). ¿Conoces las tendencias en alimentación para 2020? 2020ko otsailaren 21ean hemendik berreskuratua <https://zukan.es/noticias-conoces-las-tendencias-en-alimentacion-para-2020/>
- Domótica en casa (2019). Starbucks lanza en China el pedir por medio de la voz en los altavoces de Alibaba Tmall Genie. 2020ko otsailaren 24an hemendik berreskuratua <https://domoticaencasa.es/starbucks-lanza-en-china-el-pedir-por-medio-de-la-voz-en-los-altavoces-de-alibaba-tmall-genie/>

LOTURIKO WEBAK

- Real fooding: <https://realfooding.com/>

LOTURIKO BIDEOAK

- Ikea Working To Create Plant-Based Meatball: <https://www.youtube.com/watch?v=dpCtvvsFAfo>
- Starbucks y Alibaba se unen para ordenar por voz: <https://www.youtube.com/watch?v=YF5GuyLKUxo>