**Gastronomia staje się branżą innowacyjną**

Autor: Adam Adamski, właściciel cateringu dietetycznego [Fit Malina](https://fitmalina.eu/)

W roku 2009 i 2014 Główny Urząd Statystyczny przeprowadził szerokie badania dotyczące problemu nadwagi w Polsce. Potwierdziły one to, co wiemy doskonale. Jest to bardzo poważny problem społeczny. Dotyczy on 47% osób w wieku 30-39 lat, 57% osób w wieku 40-49 lat i aż 67% osób w wieku 50-59 lat. Oznacza to, że w Polsce zdecydowana większość osób które ukończyły 30 lat ma nadwagę. Skutki społeczne, to przede wszystkim niższy komfort życia, zwiększona zachorowalność na cukrzycę i choroby krążenia, a także obniżenie średniej długości życia. Jedyny korzystny wniosek z danych GUS jest taki, że problem między rokiem 2009 a 2014 się nie powiększył. Można nawet zauważyć bardzo niewielką tendencję spadkową. Prawdopodobnie oznacza to, że w społeczeństwie rośnie świadomość zagrożenia oraz wiedza na temat środków zaradczych.

**Problem nadwagi staje się okazją biznesową**

Nie ma wątpliwości, że rozwiązanie problemu nadwagi i otyłości to doskonała okazja biznesowa. Na tym rynku swoje miejsce znajdują firmy medyczne i branża fitness. Prowadzi się mnóstwo badań naukowych, pojawia się także ogromna ilość innowacyjnych pomysłów w branży gastronomicznej. Wokół osób z nadwagą buduje się całe spektrum strategii marketingowych. W przypadku branży gastronomicznej wyjściem do ich stworzenia jest stwierdzenie, że praktycznie wszystkie osoby posiadające nadwagę mają jeden i ten sam problem – niewłaściwie się odżywiają. W zdecydowanej większości przypadków, wprowadzenie i przestrzeganie zdrowej i odpowiednio zbilansowanej diety prowadzi do utraty wagi.

Idealnym rozwiązaniem dla osób z nadwagą są diety pudełkowe. Ich wysoka skuteczność oraz wygoda stosowania prowadzą do tego, że cieszą się one ogromnym zainteresowaniem klientów. W ciągu ostatnich kilku lat diety pudełkowe z dostawą do klienta stały się podstawą intensywnie rozwijającej się, prężnej i innowacyjnej branży działającej na pograniczu gastronomii i e-commerce. Konkurencja na tym rynku jest coraz bardziej intensywna i odniesienie sukcesu rynkowego wymaga ogromnej wiedzy na temat nowych trendów w otoczeniu. A jest ich naprawdę dużo.

Nie wystarczy już zaoferować klientom opcji bezglutenowych i wegeteriańskich. Klienci oczekują diet wegańskich, bezmlecznych, popularne ostatnio stają się diety ketonowe i paleolityczne. W 2020 i 2021 roku będą się rozwijać roślinne alternatywy dla mięsa. Stosuje się też coraz więcej alternatyw dla mleka. Jest ono zastępowane przez napoje produkowane na bazie soi i migdałów. Pojawiają się też alternatywy na bazie ryżu, kokosa, konopi i owsa. Popularna staje się kombucha i inne fermentowane napoje herbaciane.

**Innowacje na rynku gastronomicznym**

W Polsce cały czas spożywa się stosunkowo mało dań międzynarodowych. Nasze społeczeństwo do tej pory było pod tym względem konserwatywne, jednak zaczyna się to dynamicznie zmieniać. Kuchnia z najdalszych zakątków świata będzie się coraz częściej pojawiać nad Wisłą. Podobnie będzie z unikalną ofertą regionów. Całkowicie zmienia się rynek napojów alkoholowych. Popularnością zaczynają się cieszyć wina brokatowe czy pomarańczowe. Coraz barodziej poszukiwane są odmiany organiczne niezawierające pestycydów i chemikaliów. Klienci są też zainteresowani winami bezalkoholowymi i bezalkoholowymi koktajlami, czyli tak zwanymi mocktailami. Ponadto powstają coraz ciekawsze alternatywy dla masła, takie jak pasty warzywne, z orzechów cashew lub macadamia. Klienci oczekują od dostawców zaangażowania w zrównoważone praktyki. Do przeszłości będą odchodzić plastikowe pudełka, słomki i sztućce.

Okazuje się, że gastronomia, pod względem innowacyjności zaczyna powoli dorównywać branży technologicznej.