

Trends in voeding

We kunnen geen nieuw jaar aanvatten zonder eerst een blik te werpen op de trends die ons bord de komende tijd zullen gaan kleuren. Hier volgen dan ook een aantal van de nieuwste voedseltrends voor 2024.

De stijgende voedselprijzen hebben bij vele consumenten een belletje doen rinkelen in de keuze die ze in de winkel maken. Ze denken goed na over voor welke producten ze extra willen betalen. Volgens het onderzoeksbureau Innova Market Insights hebben consumenten meer geld over voor verse, lokale en gezondheidsbevorderende producten. Men hecht vandaag de dag veel belang aan voedselverspilling tegengaan, recyclen en producten die duurzaam verpakt zijn. Dat alles bepaalt mee de trends die we in 2024 zullen tegenkomen al zijn er grote verschillen bij de verschillende generaties. Generatie Z (geboren tussen 2001 en 2015) vindt smaak belangrijker dan prijs. Millennials (geboren tussen 1986 – 2000) vinden prijs belangrijker dan smaak omdat ze vaak gezinnen met kinderen hebben. Generatie X (geboren tussen 1965-1980) en de babyboomers (geboren tussen 1946-1964) zetten gezondheid bovenaan. Als ondernemer hangt het dus van je cliënteel af welke accenten je best legt in de verkoop.



KEUZE VOOR KWALITEIT OF KWANTITEIT

Ik ben er ten stelligste van overtuigd dat er voor elk segment in de markt een klant is. De klanten die in onze ambachtelijke beenhouwerijen vlees en vleeswaren kopen, kiezen, naar mijns inziens, bewust voor traditie en vakmanschap en zijn op zoek naar de unieke smaken en de verfijnde kwaliteit die ze bij hun beenhouwer vinden.

In de retail, waar de doorsnee klant op zoek is naar prijsbewuste aankopen, moeten huismerken zich onderscheiden door betaalbare alternatieven aan te bieden voor merkproducten. Door het programma “Geld gezocht” met Kristel Verbeke en Kamal Kharmach weet iedereen nu wellicht dat men voor deze alternatieven door de knieën moet gaan.

NABIJHEID

Dankzij Corona kreeg de hang naar producten uit eigen streek een boost. Op dat moment maakte de term “uit eigen regio” een enorme opleving al was het aanbod aan regionale producten in de retail vrij beperkt. Ondertussen hebben bedrijven

zich toegelegd op dat regionale gegeven en zien we ook in warenhuizen een aanbod aan producten uit eigen streek. Nabijheid is een troef die alle leden kunnen uitspelen. De ambachtelijke slagers verkopen allemaal Belgisch vlees, gekweekt in hun eigen omgeving en verwerkt in het eigen atelier. Op die manier zijn onze slagers dé ware ambassadeurs van vlees van bij ons. In onze slagerijen moeten we die nabijheid dan ook meer uitspelen.

WAT DENKEN TOONAANGEVENDE TRENDWATCHERS IN VERBAND MET ALTERNATIEVEN VOOR DE MASSALE VLEES-PRODUCTIE?

Hanni Rützler, dé toonaangevende trendonderzoeker en één van de meest vooraanstaande voedselexperts in Europa, stelt dat de focus in 2024 opnieuw ligt op duurzaamheid, nabijheid en het gebruik van nieuwe technologieën.

Door het groeiend klimaat- en milieubewustzijn en het feit dat men af wil van de massale vleesproductie zoekt men naar alternatieven. Precisiefermentatie heeft groot potentieel

voor een duurzamere voedselproductie. Het is een techniek waar men geen koe meer nodig heeft om kaas te maken, dit gebeurt immers met behulp van gist.

Een ander alternatief voor het produceren van voedsel buiten de traditionele landbouw is kweekvlees of kweekvis. Dit verwijst naar vlees- en visproducten die zijn gekweekt uit dierlijke spier- en vetcellen. Met andere woorden, producten die smaken als het origineel, maar waarvoor geen dieren nodig zijn. Wat een paar jaar geleden nog een utopie leek, is nu een toekomstige markt. Gezondheidsautoriteiten in de VS hebben groen licht gegeven voor wat bekend staat als "in vitro" vlees. Daarmee zijn de Verenigde Staten na Singapore het tweede land dat de verkoop van in vitro gekweekt vlees toestaat. De grootste en bijna enige uitdaging tot nu toe voor het vermarkten van kweekvlees of -vis is het gebrek aan acceptatie binnen de samenleving.

Een andere snelgroeiende maar relatief nieuwe trend is regeneratief voedsel waarbij de focus niet langer ligt op het voedsel dat op ons bord belandt, maar op de productie met als doel de biodiversiteit te bevorderen en de impact van landbouw op klimaatverandering te minimaliseren.

DRUK GROEIT OM DE CONSUMPTIE VAN ULTRA BEWERKTE VOEDINGSMIDDELEN TE VERMINDEREN

De revolutie in de voedingswetenschap, productie, supermarktverkoop en reclame in de afgelopen 60 jaar heeft geleid tot een explosieve groei in de consumptie van ultrabewerkte voedingsmiddelen (UPF's). Burgers, maatschappelijke organisaties en onderzoeksinstellingen zetten steeds vaker vraagtekens bij de gevolgen voor de gezondheid van een grote verscheidenheid aan ultrabewerkte voedingsmiddelen die geraffineerde suikers, vetten en zouten bevatten.

Overheden, maatschappelijke organisaties en onderzoeksinstellingen roepen op tot beleid om de voedingskwaliteit en gezondheid van de bevolking te verbeteren door de vraag naar ongezonde voedingsmiddelen en dranken te verminderen en de aankoop ervan te ontmoedigen.

DUURZAAMHEID EN DE STRIJD TEGEN GREENWASHING

Duurzaamheid blijft een belangrijk gegeven. De moderne consument heeft steeds meer interesse in innovatieve technologieën zoals verticale landbouw; plant breeding en regeneratieve landbouw. Deze positieve houding is toe te schrijven aan de kwaliteit van de producten en de duurzaamheid. Al wordt de term duurzaam vaak misbruikt.

Greenwashing is de handeling waarbij een product duurzamer lijkt dan het in werkelijkheid is. Er zijn tekenen dat er de komende jaren een hardhandig optreden komt tegen greenwashing-claims van voedingsmiddelen. Steeds meer regeringen zullen maatregelen nemen om 'greenwashing' aan te pakken en zo het vertrouwen van de consument te herstellen. Zo zal de nieuwe EU-richtlijn voor groene claims, die in 2026 van kracht wordt, elk voedingsbedrijf dat in de EU op de markt komt, verplichten om milieueclaims te onderbouwen,

waarbij de boete voor niet-naleving kan oplopen tot 4% van de jaaromzet.

Verkeerde informatie en greenwashing vormen niet alleen een bedreiging voor de geloofwaardigheid en reputatie van de voedingsmiddelen- en drankenindustrie, maar ook voor het collectieve vermogen van de sector om over te stappen op een duurzame toekomst.

STRIJD TEGEN VERPAKKING

Wij produceren 141 miljoen ton plastic verpakkingen per jaar en ongeveer een derde van alle plastic verpakkingen vervuult uiteindelijk onze zeeën, oceanen en land. Duurzaam verpakken verwijst naar de inkoop, de ontwikkeling en het gebruik van verpakkingsopties met een minimale impact op het milieu en de maatschappij.

Biologisch afbreekbare en composteerbare materialen zullen naar verwachting steeds populairder worden, net als het gebruik van recyclebare materialen zoals papier en karton. Plantaardige verpakkingen, met materialen zoals maïszetmeel, suikerriet en bamboe, zijn ook een belangrijke trend met een verwachte groei tot ver in 2024.

Sommige bedrijven beginnen te experimenteren met bioplastics. Verwacht in 2024 een verschuiving naar eetbare verpakkingen gemaakt van rijstpapier, zeewier of maïszetmeel.

KUNSTMATIGE INTELLIGENTIE

De voedingsmiddelenindustrie maakt steeds meer gebruik van kunstmatige intelligentie (AI) om nieuwe producten te ontwikkelen en de efficiëntie en duurzaamheid te verbeteren. Het aantal bedrijven dat AI gebruikt is sinds 2017 verdubbeld. Bedrijven als Nestlé gebruiken AI om eiwitten te identificeren die de productie van gezonde voeding mogelijk maken.

WANNEER IS EEN VOEDSELTREND EEN VOEDSELTREND?

Je weet natuurlijk nooit met stellige zekerheid of een trend standhoudt. Zodra een trend de consument een antwoord biedt op actuele vragen, problemen, uitdagingen spreken we van een trend. Als dat niet het geval is, zal het slechts een korte termijn verschijnsel zijn.

Uit de tientallen artikels die in aanloop van het nieuwe jaar verschenen zijn over foodtrends voor 2024 maakte ik een overzichtje van de trends die de diverse trendwatchers zien.

1. De klassiekers doen het nog altijd goed, zij het dan met een moderne twist. Het herontwerpen van klassiekers staat dan ook met stip op één voor al wie van ver of dichtbij met voeding te maken heeft. Denk aan de keuken van onze grootouders, maar dan gelaagd met nieuwe ingrediënten en technieken die zorgen voor een update van het recept maar toch ook de kwaliteit van weleer weerspiegelen. Perfect voorbeeld daarvan is het pasteitje maar dan met de ragout gemaakt van jackfruit waarvoor zowel niet- als wel vleeseters zeker warm zullen lopen. De plantaardige vleesvervanger heeft na bereiding een draadjesvleesstructuur en neemt heel veel smaak op. Wie denkt niet met heimwee terug aan de rosbeef met

groentekrans bij de grootorders of het vleesbrood op oma's wijze...

2. Functionele ingrediënten zorgen voor een volgende foodtrend. Kurkuma latte werkt tegen ontstekingen, kombucha zorgt voor een gezond darmstelsel en drankjes met adaptogenen beheersen ons stressniveau. Deze producten claimen niet alleen goed te zijn tegen de dorst maar vooral ons gehele welzijn te bevorderen.
3. Gezondheid wordt alsmaar belangrijker en geraffineerde suikers dragen daar zeker niet toe bij. Daardoor zien we een opmars van natuurlijke, caloriearme zoetstoffen met ingrediënten zoals monniksvrucht, stevia en allulose.
4. Fermenteren, was lang uit de mode maar wint nu weer aan populariteit. Fermentatie is niets nieuws. Al in de oudheid fermenteerde men voedingsmiddelen om ze langer te kunnen bewaren en om de smaak en textuur ervan te verbeteren. Producten fermenteren doe je door er bacteriën, gisten of ook schimmels aan toe te voegen. Iets waar we ook in 2024 mee experimenteren. Precisiefermentatie, een van de nieuwste voedseltrends zorgt voor een ware revolutie in de voedselproductie. Dit biotechnologische proces maakt het mogelijk om eiwitten en andere voedingsstoffen te maken zonder traditionele landbouw zoals bvb. zuivelvrije kaas. Precisiefermentatie belooft schonere, duurzamere voedselopties.
5. Steeds meer merken maken producten die de gezondheid van vrouwen moet ondersteunen en ingaan op levensfasen en symptomen die voorheen onder het tapijt werden geveegd. Voedingsinnovators introduceren speciaal samengestelde repen en snacks voor een gezonde cyclus, zoals menopauze energierepen en andere functionele lekkernijen.
6. De doe-het-zelf maaltijdpakketten à la Hello-Fresh en Foodbag blijven onze gezinnen bekoren. Deze kits leveren alle ingrediënten, vaak duurzaam ingekocht, samen met gedetailleerde instructies, waardoor het avondeten bereiden kinderspel wordt.
7. Duurzaamheid blijft de kern van de trends in de voedingsmiddelen- en drankenindustrie in 2024. Dit omvat niet alleen het op verantwoorde wijze betrekken van ingrediënten, maar richt zich ook op biologisch afbreekbare verpakkingen, het verminderen van voedselverspilling en het zorgen voor een kleinere ecologische voetafdruk.
8. Hanni Rützler beschreef reeds tien jaar geleden voor het eerst dat het tegengaan van voedselverspilling uiterst belangrijk was. Alleen al in Duitsland wordt meer dan een derde van het geproduceerde voedsel weggegooid. Dat

is wraakroepend! De circulaire voedseltrend wil helemaal geen afval creëren, bijvoorbeeld door componenten zoals zaden, doppen enz. te verwerken en terug te brengen in de biologische cyclus. Een voedseltrend voor 2024 die veelbelovend klinkt.

9. Ondanks het feit dat cijfers de stijging van het aantal niet-vleeseters afdoen als nonsens, kunnen we niet naast de propaganda die gemaakt wordt voor vegetarische en veganistische producten. Naast vleesvervangers worden plantaardige melksoorten zoals amandel-, haver- en erwtenmelk ongelofelijk hard gepromoot. Trendy zaken zetten ze dan ook op de kaart.
10. Restaurants die in 2024 de consumentgerichte trends rond duurzaamheid, technologie, maatwerk en ervaringsgericht dineren omarmen zullen, na de coronacrisis, weer succesvol zijn. Door gelijke tred te houden met de veranderende eisen van de consument en de ontwikkelingen in de sector, kunnen zij die zich aanpassen, de komende jaren floreren.

Ingrediënten in de kijker in 2024

1. Boekweit wordt steeds populairder als superfood dat eiwitten, koolhydraten en vezels bevat en van nature glutenvrij is. Je hebt het misschien al gezien in de vorm van sobanoe-dels, maar nu meer merken zich inzetten om de landbouw te verbeteren, kan boekweit overal in opduiken, van plantaardige melkalternatieven tot crackers en granola.
2. Jackfruit of Nangka wordt het gewas van de toekomst genoemd omdat de vrucht een alternatief kan bieden voor belangrijke voedingsbronnen als mais, granen en tarwe. Dit zijn gewassen waar de Westerse wereld zwaar op leunt, terwijl ze door klimaatverandering bedreigd kunnen worden. Het weefsel bevat vitamine B6, vitamine C, vitamine A, kalium, calcium en ijzer. Nangka is daarnaast vrij van gluten, soja, cholesterol en verzadigde vetten.
3. NOEDELDS worden nóg populairder. Ze zijn niet alleen lekker, maar ook heel eenvoudig te bereiden. Dat scheelt in kooktijd, dus ook nog lekker energiebesparend!
4. CACAOPULVER is het restant van de cacao nadat er chocolade is gemaakt. Door dit bijproduct te gebruiken, ga je voedselverspilling tegen. En het is hartstikke lekker en goed te gebruiken als zoetstof in producten als granola of muesli bars.
5. Streetfood blijft immens populair. Het is goedkoop, snel klaar en brengt de smaken uit heel de wereld op je bord.

BERICHT AAN ONZE CORRESPONDENTEN

Onze volgende uitgave verschijnt op 3 maart 2024. Alle artikels, mededelingen, kleine aankondigingen, bestemd voor dit blad, dienen uiterlijk in ons bezit te zijn voor 20 februari 2024. Teksten die na die datum toekomen, worden verschoven naar 31 maart 2024.