



Street Food

Η μαζική εστίαση βγαίνει “στους δρόμους”

Οι σύγχρονοι ρυθμοί της καθημερινότητας σε συνδυασμό με τις κοινωνικοοικονομικές μεταβολές συντελούν στην αλλαγή των διατροφικών συνηθειών των καταναλωτών. Έτσι, τα γρήγορα, οικονομικά, αλλά και υγιεινά μικρά γεύματα βρίσκουν συνεχώς νέους υποστηρικτές.

Ι σπαστικές επιβεβαιώνουν τις θεωρίες και δείχνουν το δρόμο στους επαγγελματίες. Τέσσερις στους δέκα κατοίκους των αστικών κέντρων καταναλώνουν σε καθημερινή βάση street food... Το Food Service πραγματοποίησε σχετικό ρεπορτάρικας και παρουσιάζει τη νέα τάση που με γοργούς ρυθμούς φθάνει και στην Ελλάδα.

Το πρώτο και μάλλον πιο καιρό ερώτημα το οποίο πρέπει να απαντηθεί, είναι η σημασία του όρου street food.

Ουσιαστικά, αναφέρεται στα εδέσματα και στα γεύματα τα οποία καταναλώνονται σε εξωτερικούς χώρους (πεζόδρομα, πάρκα) και έχουν μικρή διάρκεια προετοιμασίας και κατανάλωσης. Επίσης, ένα χαρακτηριστικό του street food είναι ότι τα εδέσματα της κατηγορίας τα επιλέγουν οι καταναλωτές όταν βρίσκονται σε κίνηση (π.χ., στο μεσημεριανό διάλειμμά τους στο χώρο εργασίας τους).

Αείζει εδώ στη σημειωθεί ότι πολύ συχνά συγχέεται ο όρος street food με τον όρο snack.

Η διεθνής επισπειτική αγορά επισημαίνει ότι τα snacks είναι κυρίως προϊόντα τα οποία παράγει η βιομηχανία τροφίμων και προσλαμβάνονται δύο με τρεις ώρες πριν ή μετά το κυρίως γεύμα σε συνδυασμό με κάποιο ράφημα.

Τα σημεία πώλησης

Όσον αφορά στα σημεία πώλησης όπου διατίθεται το street food, αυτά είναι συχνά μετακινούμενα και εμφανίζονται όπου προκαλείται παροδικά συνωστισμός, για παράδειγμα, σε φεστιβάλ, αθλητικά γεγονότα, παραλίες και εθνικές οδούς.

Θρεπτική αξία

Τα εδέσματα τύπου street food είναι μικρά γεύματα πλούσια σε λιπαρά, ζάχαρη και αλάτι. Με δεδομένο ότι οι Έλληνες χρεώνονται αιχμημένα ποσοστά παχυσαρκίας βάσει επισπειρικών ερευνών, θα πρέπει να τονιστεί ότι σημασία δεν έχει τόσο το ι τα καταναλώνεται, αλλά το πόσο. Μέχρι πρόσφατα μεγάλα μερίδα καταναλωτών θεωρούσε ότι το street food είναι το junk food (σκουπιδιά), κάπι που οφείλεται στη μη υπάρξη κανόνων υγεινής από τους ιδιοκτήτες. Αν και η κατάσταση δεν έχει διορθωθεί, τα εδέσματα εμπλουτίστηκαν με ποικιλά τροφίμων, όπως λαχανικά.

Πολιτική καταστημάτων

Στην Αμερική στάχυς των μεγάλων αλυσίδων γευμάτων τύπου street food είναι η ολοκληρωμένη πώληση. Ειδικότερα, οι πωλήτες αποσκοπούν στο να αθημάσουν τον καταναλωτή να αγοράσει περισ-



σάτερα από ένα ειδή από το κατάστημά τους, το περίφημο «1+1», το οποίο σημαίνει ένα γεύμα, συνήθως αλμυρό, και ένα ρόφημα. Ορισμένοι, μάλιστα, έχουν διαχωρίσει το συγκεκριμένο στόχο αως βραδινό, ενώ για το μεσημέρι επιδώκουν το «1+1+1», δηλαδή ένα αλμυρό είδος, ένα ρόφημα και ένα γλυκό. Τα χαρακτηριστικά που βαθμολογούνται σε ένα γεύμα τύπου street food είναι τα εξής:

- Η διακόσμηση του πιάτου-εδέσματος (food styling).
- Η παρουσίαση του τραπεζού-μπάρας (table styling).
- Η αισθητική του εδεσματολογίου (menu presentation).
- Η αισθητική του χώρου (merchandising).
- Η τελετουργία της σύνθεσης των εδεσμάτων (art of action).
- Η γνώση προέλευσης των προϊόντων (knowledge).

To street food διεθνώς

Μεγάλη είναι η απήχηση της ιδέας του street food στη διεθνή αγορά, με τις ΗΠΑ να κρατούν τα ηνία σε ό,τι αιφόρα την πρωτοπονία. Μεταξύ των πλέον γνωστών αλυσίδων υπαίθριων καταστημάτων είναι η Mr Whippy, που προσφέρει παγωτό και φρουτοποτά, και η Kogi με κορεατική και μεξικανική κουζίνα. Μία επίσης ενδιαφέρουσα περίπτωση είναι η αλυσίδα Dunkin' Donuts, η οποία εξυπηρετεί σήμερα περισσότερους από τρία εκατομμύρια πελάτες

καθημερινά! Η εν λόγω αλυσίδα είναι 50 ετών και προσφέρει στους πελάτες της 52 ειδη donuts, bagels και σάντουιτς σε συνδυασμό με πλήθος ροφημάτων. Σήμερα η Dunkin' Donuts διαθέτει στο χαρτοφυλάκιο της 9.760 καταστήματα σε 35 αμερικανικές Πολιτείες και 2.988 καταστήματα σε 30 χώρες ανά την υφήλιο.

Από την άλλη, στην Αυστραλία η κουζίνα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί fusion, με επιρροές από Ελλάδα και Μ. Ανατολή. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η αλυσίδα υπαίθριων καταστημάτων πάλησης φαγητού Souvlaki hut, που διαθέτει ελληνικό σουβλάκι και αραβικούς κεφτέδες. Ακόμα, στην Ιαπωνία το 2005 έκινησε η αλυσίδα JapanDog, εταιρεία που ιδρύθηκε από ένα ζευγάρι Ιαπώνων όταν οι ίδιοι μετακόμισαν στον Καναδά. Όραμα των ιδρυτών ήταν να δημιουργήσουν μία διεθνής εμβέλειας αλυσίδα street food. Έτσι κι έγινε: σήμερα, μάλις 7 χρόνια μετά, η αλυσίδα αριθμεί 5 καταστήματα, με ένα εξ αυτών στη Νέα Υόρκη.

Δεν θα μπορούσε, τέλος, να μην αναφερθεί η αλυσίδα Taco Bell, η οποία σερβίρει 2 δισεκατομμύρια τάκος και 1 δισεκατομμύριο μπουρίτος κάθε χρόνο. Η συγκεκριμένη αλυσίδα ιδρύθηκε το 1950 και αναπτύσσεται μέχρι σήμερα με γοργούς ρυθμούς ανά την υφήλιο. Άλλες γνωστές αλυσίδες street food είναι η hungry jacks, η vital gaufre και η nandos.