



GET DIRTY

**FOOD &
FRIENDS
TRENDSPOTTING
2016**



**FOOD &
FRIENDS
TRENDSPOTTING
2016**

TRENDSPOTTING 2016

© 2015 Food & Friends

Citera oss gärna i media, men ange källa
matkommunikationsbyrån Food & Friends.

Papper: Munken Polar, Artic Paper

Tryck: Printografen, Halmstad

Stort tack!



Miljömärkt trycksak, lte nr 341 146

IN SEARCH OF IMPERFECTION

Tidigare handlade mat om effektivitet, pris och renhet. Sedan dess har vi lärt oss att lägga till ekologi, rättvis handel och närhet. Nu går vi ett steg vidare. Vi söker efter the dirt.

Det kan vara den medvetna skönhetsfläcken i förpackningens design. Det kan vara smaken av jord, sten eller lera i din drink. Det kan vara fett, tidigare kökets fula syster, som kliver upp i rubriken på menyn. Det kan vara hur restauranger plockar skräpet från soptunnan och lägger upp det på din tallrik. Det kan vara maträtter som säljer sig med att vara just "dirty".

Det är inte fult att smutsa ner händerna.
Det är 2016.



Det blir allt mer spritt med "Eat Clean". Produkter med "Free from" löften ökar i både Europa och USA. Nyare exempel är "Bone Tea" (buljong på ben) och "Medical Drinking".

EAT CLEAN PRO: www.terrywalters.net

EAT CLEAN CON: www.sciencebasedmedicine.org/should-you-be-eating-clean/

BRODO, NY: www.brodo.org

BONE TEA, LONDON: www.bone-tea.com

BEHIND THIS WALL: www.behindthiswall.com/#btw-x-oval-space



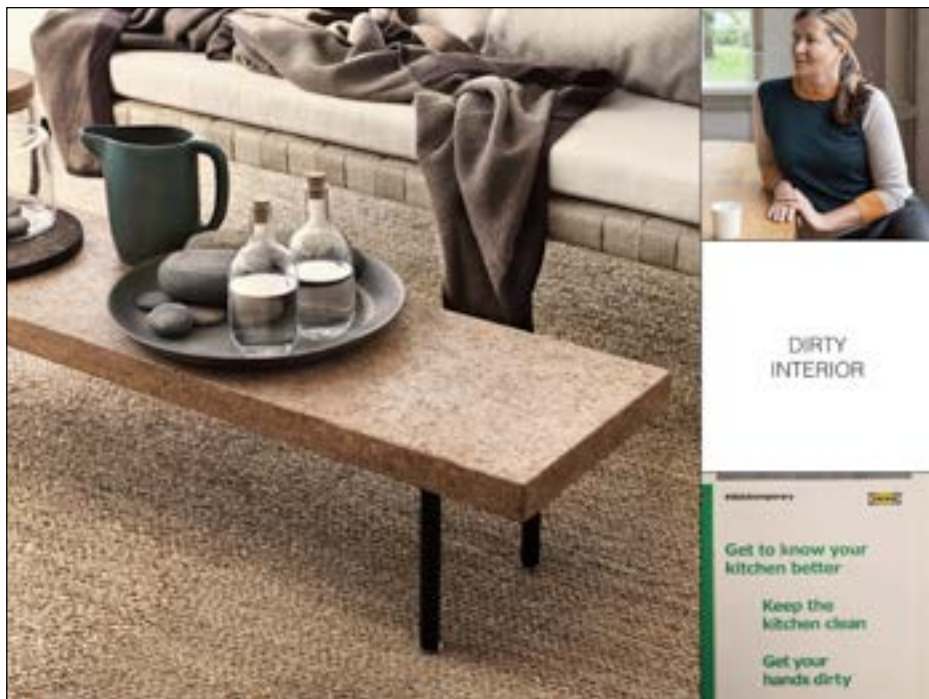
**”Dirty Burger:
A foodie hamburger,
not of the big-chain
fast food variety.”**

Ett alternativ till Clean är Dirty, som handlar om hantverk, småskalighet och egenheter. När snofsiga Soho House öppnade en hamburgerkedja fick det namnet Dirty Burger.

SOHO HOUSE: www.sohohouse.com

DIRTY BURGER: www.eatdirtyburger.com

KLUBBEN: www.tandstickspalatset.se/#klubben

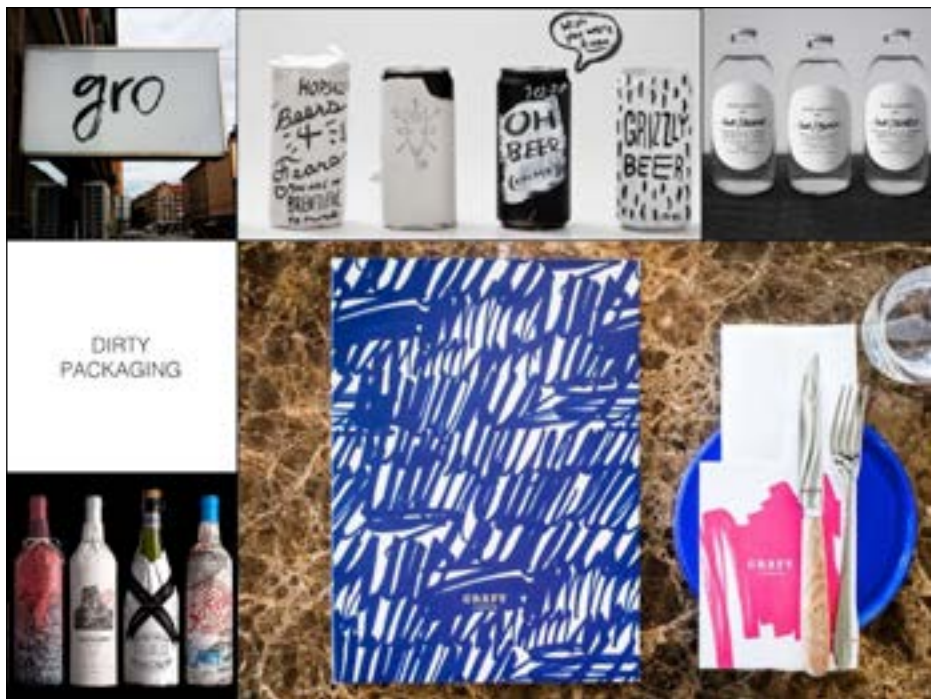


”The more virtual our lives become, the more we crave the physical.”

Ilse Crawford

Liknande tankar om hantverk och imperfektion finns i IKEAs kollektion Sinnerlig. Bakom designen står brittiska Ilse Crawford.

[IKEA: www.ikea.com/ms/sv_SE/ikea-collections/sinnerlig/index.html](http://www.ikea.com/ms/sv_SE/ikea-collections/sinnerlig/index.html)



Dessa tankar syns också som en trend inom förpackningsdesign. Handritat, ojämnt och stökigt. Dirty helt enkelt.

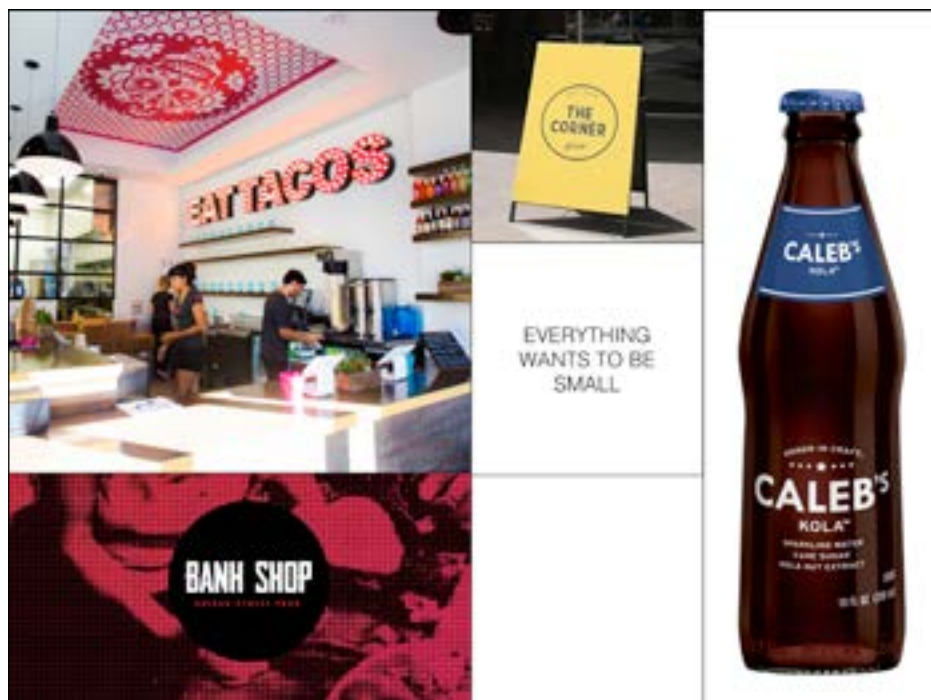
OUR VODKA: ourvodka.com

GRO: www.grorestaurang.se

VIN I PAPPER: www.hiredgunscreative.com/emerging-trends-wine-packaging/

CRAFT RESTAURANT: www.craft-london.co.uk

MARIA'S UNPACKAGED: www.community-bar.com



**”You don’t want
to scream from
the mountain top
that you’re Pepsi.”**

Landor Associates

Det är bra att vara ett mindre alternativ till de stora aktörerna, det tycker även de som är stora och startar nya varumärken. Mer eller mindre lyckat. Pepsi’s nya Caleb’s Cola har mottot ”Honor In Craft” på flaskhalsen.

U.S. TACO CO: www.ustacos.com

THE CORNER: www.facebook.com/thecornerbymc cafe

CALEB’S KOLA www.calebskola.com

BÁHN SHOP: www.banhshop.com



Något annat Dirty är pomes frites. Oskalade, trippelfriterade och med en massa stök kan de vara en hel rätt i sig. Dessutom Dirty Bones som är kött på spjäll, Filthy Ham med smak av grisfett och Dirty Shakes med starkvaror.

LARDO: www.lardosandwiches.com

CAFÉ COLETTE: www.cafe-colette.com

POUTINE, LONDON: www.facebook.com/stackspoutine

BLACKLOCK: www.theblacklock.com

MEAT MARKET: www.themeatmarket.co.uk



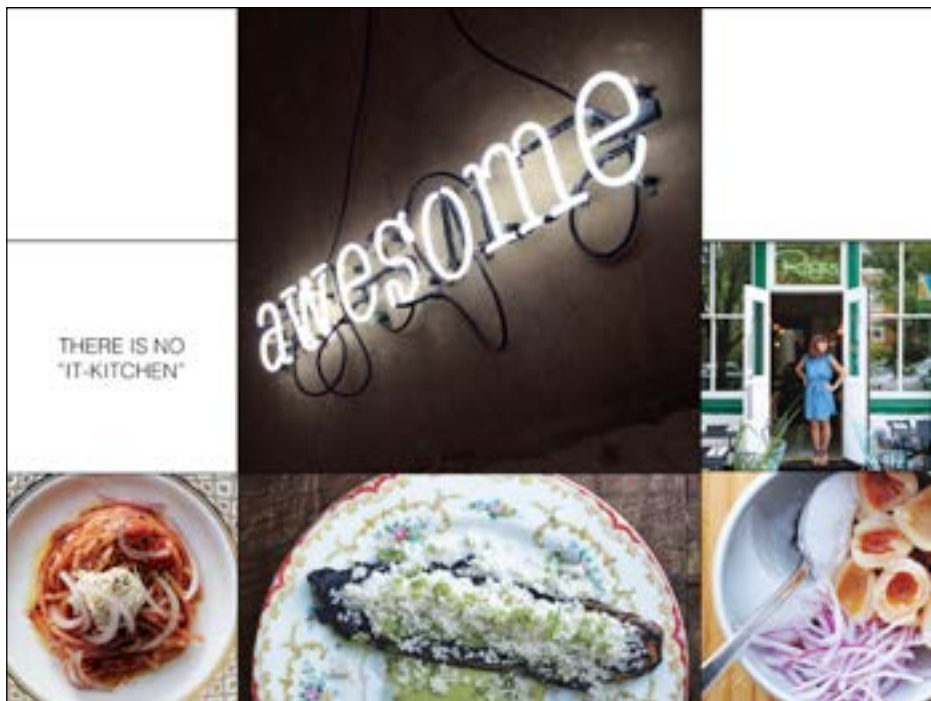
Nyöppnade restauranger satsar på menyer med blandningar av olika kök, vi pratar om Mash It Up som begrepp. Nu kommer Dirty French med klassiska rätter i nya smaker, och nya spännande mexikanska hop-kök. Bland mycket annat.

DIRTY FRENCH: www.dirtyfrench.com

WORMWOOD: www.wormwoodrestaurant.com

SALVATION TACO: www.salvationtaco.com

MISSION CANTINA: www.missioncantinany.com



"It's all awesome!"
Waiter, Rose's Luxury

Vad är då nästa spännande kök? Det finns inga regler, utom att det ska vara "awesome" som på Rose's Luxury i Washington DC. De är USA "Best New Restaurant 2014".

ROSE'S LUXURY: www.rosesluxury.com

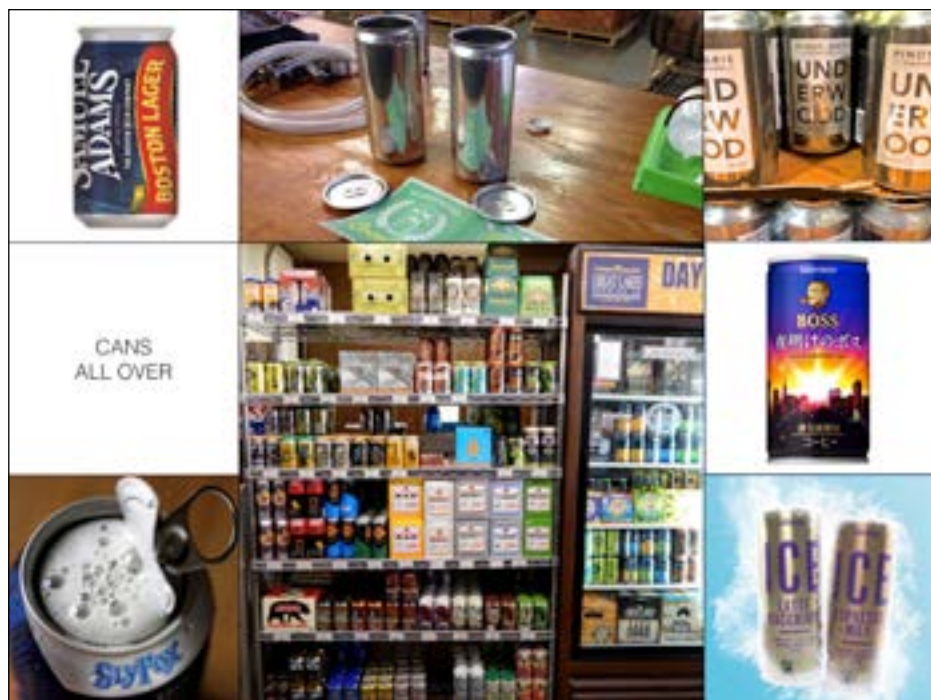


Smakerna i drinkar går också mot Dirty, med stenar, lera, lavar och cement. Den andra stora smaken är blommigt, som även dyker upp som gruit, en återupptäckt öl.

TERMINI, LONDON: www.bar-termini.com

DANDELYAN: www.morganshotelgroup.com/mondrian/mondrian-london/eat-drink/Dandelyan

GRUIT: www.gruitale.com



Drycker förnyas sig genom att göra det som tidigare var otänk-
bart: att förpackas i burkar. Bättre för miljön och bättre för dryck-
en. Gäller både öl, vin och kaffe.

UNDERWOOD: www.unionwinecompany.com/our-wines/underwood/can/

BURKAR: tinyurl.com/pujrbyw

CROWLER: www.oskarblues.com/crowler/

LÖFBERGS ICE: www.lofbergs.se/vart-kaffe/iskaffe/lofbergs-ice-espresso/



I USA går te framåt och kaffe står stilla. Starbucks investerar i Teavana och Tazo. Nu kommer det gröna hälsoteet Matcha. Kaffe säljs allt mer kallt, gärna som Cold Brew. Med kväve i kallas det Nitro Coffee. Och allt fler coffeeshops serverar alkohol.

ABOUT FOOD: www.coffeetea.about.com/od/glossaryofterms/g/Dirty-Chai-Definition.htm

TEAVANA: www.teavana.com

TAZO: www.tazo.com

BOSTON MAGAZINE: tinyurl.com/qquj5a7



Mjök har länge varit kaffets bästa vän, men nu ändras det till ”Mylk”. Istället kan man blanda kaffet med kokosolja för en Bulletproof Coffee eller smör för en Fat Black.

LONDON EVENING STANDARD: bit.ly/1DfOYcu

NATIONAL POST: bit.ly/1tSY9PT



**”I remember the day
I stopped worrying
about eating fat.”**

Nina Teicholz

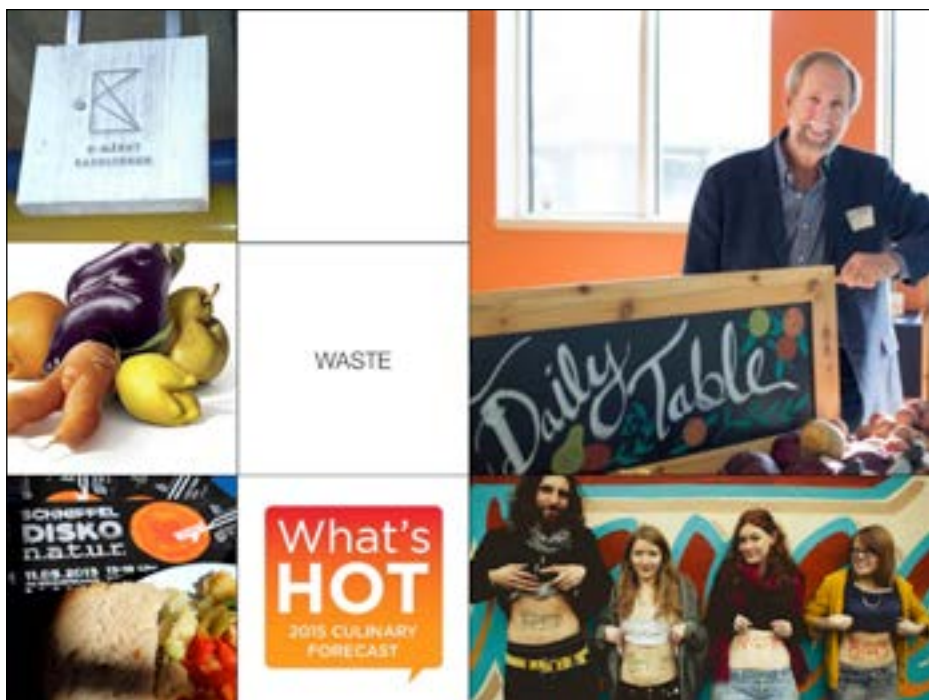
Nu omvärderas fettets roll, och gamla kostråd ifrågasätts. Även om frågan fortfarande är i luften så kommer nya recept, nya produkter och nya rätter på restaurangerna.

THE BIG FAT SURPRISE: www.thebigfatsurprise.com

KHAO MUN GAI: www.hawkerfare.com

STORY RESTAURANT: www.restaurantstory.co.uk

TALG PÅ AXFOOD: www.hemkop.se/Handla--laga/Hemkop-tipsar/Jag-vill-att-folk-ska-upptacka-talg-/



”Let’s buy what we eat and eat what we buy.”

IKEA, pop-up, Milano

Maten som slängs blir nästa stora fråga, och allt fler använder arbetet med Waste som dragplåster. Exempel är kampanjer med fula frukter och grönsaker samt butiker som tar hand om det som ska slängas.

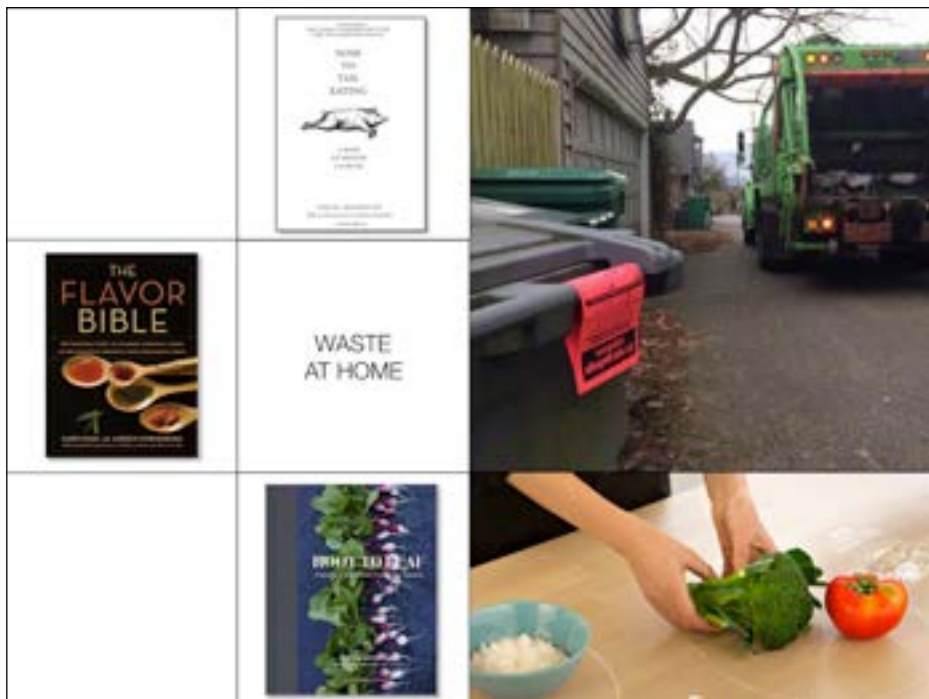
INTERMARCHÉ: www.itm.marcelww.com/inglorious/

DAILY TABLE: www.dailytable.org

THE REAL JUNK FOOD PROJECT: www.itm.marcelww.com/inglorious/

K-MÄRKT: www.kmarkt.se/

SCHNIPPELDISCO: www.youtube.com/watch?v=_JUWFaY0T4Q



”Using every edible part of the plant, utilizing scraps and composting is just as important as using the whole animal.”

Steven Satterfield

I hemmen har arbetet mot svinn just börjat. Läs böcker som Root To Leaf och The Flavor Bible för nya sätt att laga mat. IKEA har skissat på ett framtida bord som skapar måltider på det som finns hemma.

PORTLAND GARBAGE: tinyurl.com/pmbawzr

NOSE TO TAIL: www.amazon.co.uk/Nose-Tail-Eating-British-Cooking/dp/0747572577

ROOT TO LEAF: tinyurl.com/nouf8a3

FLAVOR BIBLE: tinyurl.com/noxd6d2

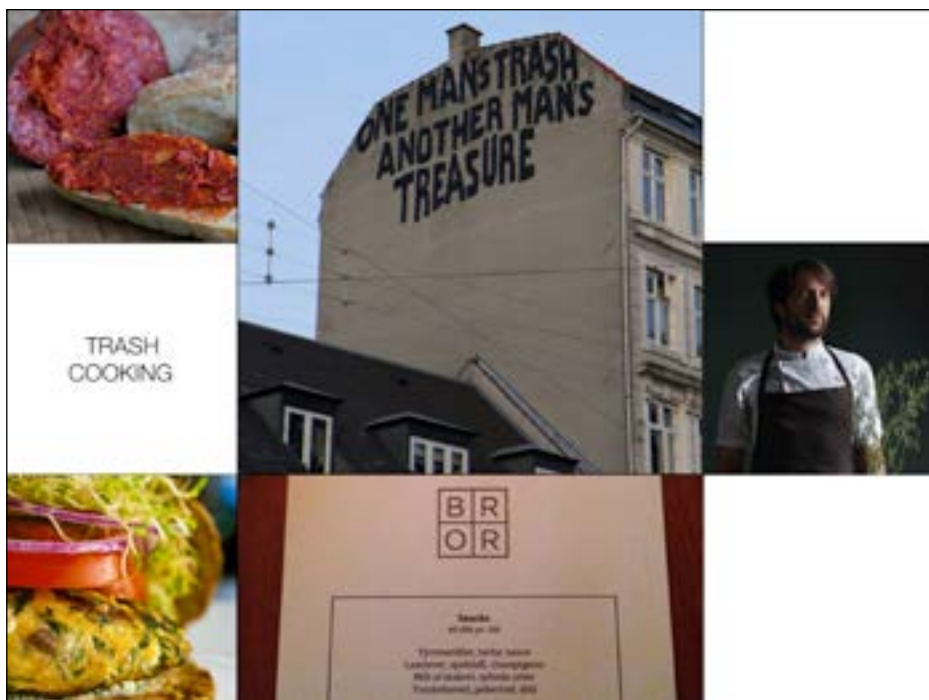
IKEA: www.conceptkitchen2025.com



Ett av de mer spännande projekten runt svinn är Blue Hill's pop up-restaurang WastED. Dessutom kommer en ny snabbmatskedja Loco'l med ledande kockar.

WASTED: www.wastedny.com

LOCO'L: www.indiegogo.com/projects/locol-revolutionary-fast-food#/story



”The discarded is becoming the delicious.”

New York Times

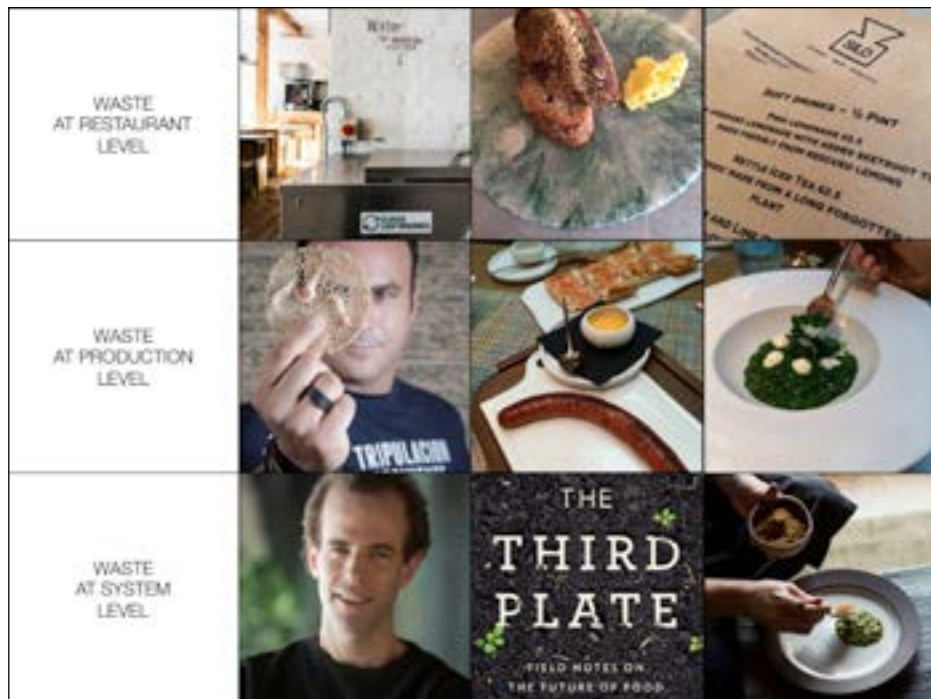
En extrem form av svinn-matlagning kallas för Trash Cooking, där man gör något gott av det som ses som skräp i köket. En del restauranger profilerar sig med detta.

N'DUJA: www.en.wikipedia.org/wiki/%27Nduja

ELLARY'S GREENS, NY: www.ellarysgreens.com

NOMA TRASH COOKING: www.wsj.com/articles/nomas-rene-redzepi-never-stops-experimenting-1415237540

BROR, CPH: www.restaurantbror.dk



”Isn’t that what it means to be a chef? To use what is merely half-usable and make it delicious?”

Ángel León

Svinn kommer påverka restaurangerna på tre nivåer. Dels hur man tänker om vad som händer i lokalen, dels om vad som händer hos leverantören, och dels om vad som sker om vi ska odla på naturens villkor. Det här är bara början.

SILO, BRIGHTON: www.silobrighton.com

ANGEL LEON: www.aponiente.com

THE THIRD PLATE: www.thethirdplate.com

BLUE HILL: www.bluehillfarm.com



**”Some people
think this is
science fiction.”**
Sergey Brin

Med frågan om hur vi ska lösa matförsörjningen kommer den lab-odlade maten. Ägg, kött och mjölk är inte långt från att hamna i butikshyllorna. Och den första lab-odlade restaurangen har nu öppnat. Nästan.

HAMPTON CREEK: www.hamptoncreek.com

ODLAT KÖTT: www.culturedbeef.net/

MUUFRI: www.muufri.com

BISTRO IN VITO: www.bistro-invitra.com/nl/home/



**”Algae = Sea vegetables
Insects = Land shrimp”**

Svaret på vår matförsörjning kanske finns i havet. På EXPO 2015 visades lösningar med alger, plankton och sjögräs. Och produktionen har redan startat på riktigt.

WEED BURGER: www.dutchweedburger.com

SIMRIS ALG: www.simrisalg.se

CATXALOT: www.catxalot.se



Åter till lite mer jordnära Dirty. I London görs oanvända toaletter om till caféer, barer och restauranger, och skapar stor uppmärksamhet.

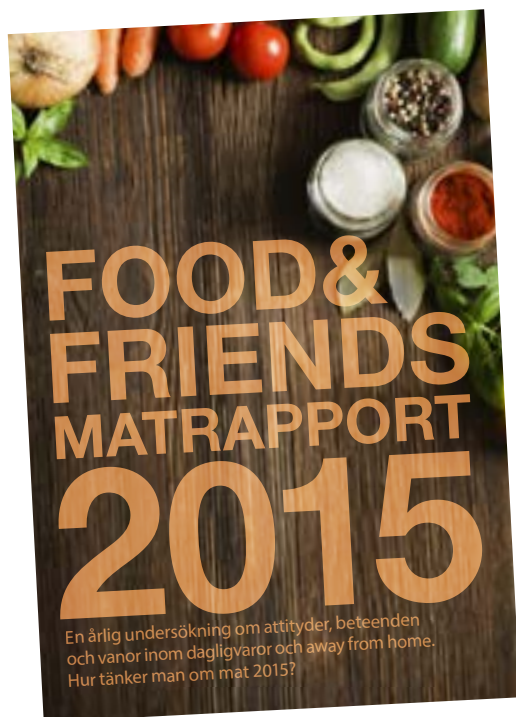
THE ATTENDANT: www.the-attendant.com

LADIES & GENTS: www.ladiesandgents.co

WC: www.wcclapham.co.uk

STORY: www.restaurantstory.co.uk

PORTSIDE PARLOR: www.portsideparlour.co.uk



Vad äter svenskarna?

Varje år frågar vi 1000 svenskar vad och hur de äter. Resultatet blir Food & Friends årliga Matrapport. Vill du att vi ska komma till dig och berätta om vad som händer med matvanor och attityder i Sverige? Boka en föreläsning på info@foodfriends.se



Urban safari London

Behöver du inspiration, vill du ha koll på vad som håller på att hända? Följ med oss på Urban Safari i London – 36 timmar spaning, skraddarsydd efter era önskemål i en av världens mest levande matstäder. Er reseledare och trendspanare är Lennart Wallander.

För mer information, kontakta oss på info@foodfriends.se

Den här boken finns på vår hemsida med klickbara länkar. Gå in under "Trender".
www.foodfriends.se

Vill du att vi kommer och talar på din konferens?

Hör av dig till info@foodfriends.se

FOOD & FRIENDS är kommunikationsbyrå för mat, dryck och måltider – inget annat.

Vi tror på kunskap. Sedan starten 1998 har vi samlat unik kunskap om branschen och vad som driver framgång för våra uppdragsgivare inom Retail och Away From Home. I vårt erbjudande finns koncept, strategi, reklam, kommunikation, PR och design. We Create Cravings.

Läs mer på www.foodfriends.se

**FOOD &
FRIENDS**

WE CREATE CRAVINGS.