

**TREND-
SPOTTING
2017**

**GROW
UP!**

**FOOD &
FRIENDS**

FOOD IS HAVING A MAKE-UNDER MOMENT

När VICE Magazine vid årsskiftet dödförklarade Hipstern markerade det även slutet på ett antal later inom mat och dryck. Bort med ”spännande” kombinationer och ”roliga” garnityrer, in med tanken att mat har en viktigare uppgift än att vara underhållande. Det handlar om fokus på hälsa, utmanande smaker och utveckling inom hållbarhet.

Dessutom rullar ett större teknikskifte in. När Silicon Valley uppmärksammar vad vi har på tallriken är det naturligt att betrakta det på samma sätt som allt annat: att det går att utveckla. Vi närmar oss Food 2.0.

Det är dags att släppa invanda föreställningar om hur mat ska vara. Det är dags att växa upp.

TRENDSPOTTING 2017

© 2016 Food & Friends

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

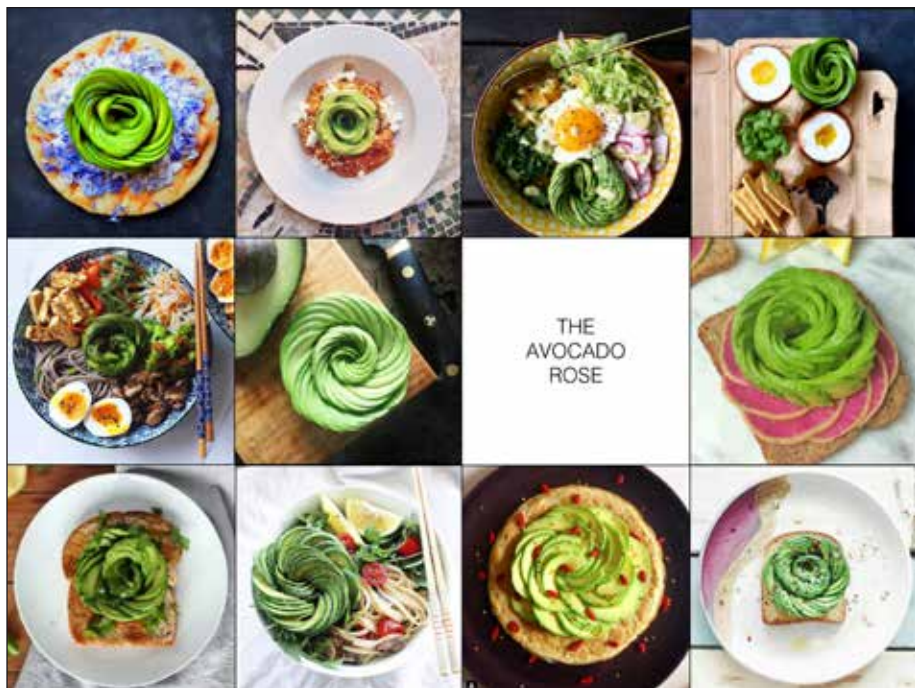
Papper: Munken Kristall, Artic Paper

Tryck: Printografen, Halmstad

Stort tack!



Miljömärkt trycksak, lte nr 341 146



Världen översköjs hela tiden av nya exempel på "it-food". Ett exempel är "avocado roses" som fyller Instagram med likartade bilder. Genom några enkla snitt kan man tydligen göra sin avokado till något värt att visa upp för sina medmänniskor.

AVOCADO ROSES: food52.com/blog/16477-the-slightly-confusing-avocado-trend-that-s-taking-over-instagram



Två liknande exempel är "Rainbow Bagels" (från Brooklyn) och "Rainbow Grilled Cheese" (från Hong Kong). Det här är inte en mattrend, det är en fluga – som man kan vifta bort. Trender används ofta i negativ bemärkelse, när begreppet egentligen handlar om utveckling och framåtrörelse.

RAINBOW COLORED BAGELS: thebagelstoreonline.com

RAINBOW GRILLED CHEESE: [instagram.com/kalatoast](https://www.instagram.com/kalatoast)



”There’s only so much avocado toast one man can stand.”

Adam Platt,
New York Magazine

Det finns flera som har tröttnat på flugor inom matvärlden. I en serie krönikor inför framtiden var flera recensenter eniga om att ifrågasätta mycket av vad som händer inom mat idag. Är det inte dags att gå vidare, och växa upp?

ADAM PLATT, NEW YORK MAGAZINE: grubstreet.com/2015/12/11-things-were-tired-of.html

JAY RAYNER, THE GUARDIAN: theguardian.com/lifeandstyle/2016/jan/14/12-things-restaurants-must-stop-doing-in-2016-jay-rayner

ALF TUMBLE, DAGENS NYHETER: dn.se/mat-dryck/ol/alf-tumble-nar-ska-vi-trottna-pa-ny-knasig-ol/

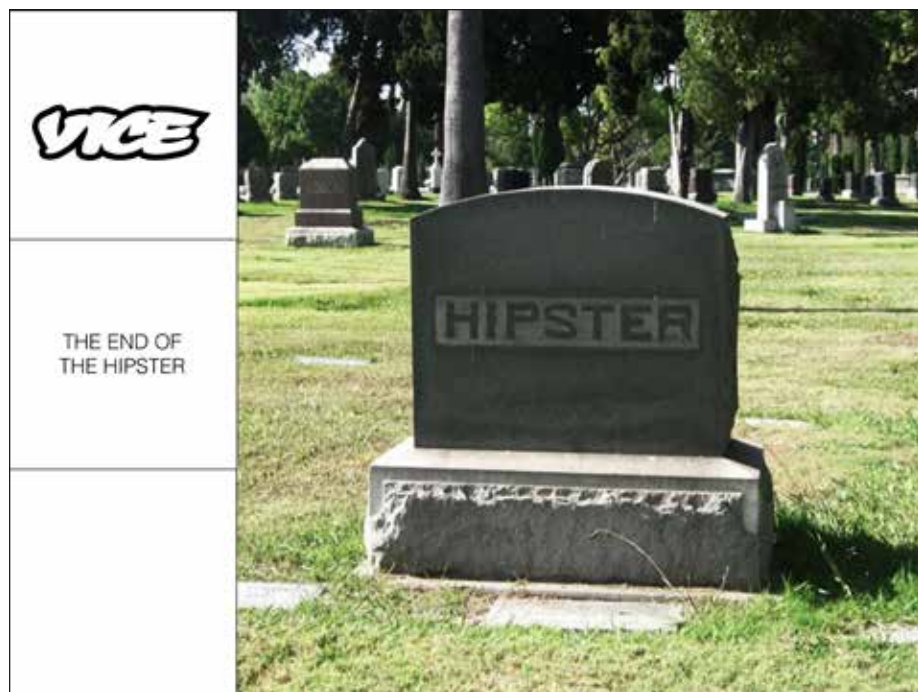


Även online-media har hakat på detta, och spyr ut listor som ”24 things you find in every hipster magazine”. Alla är trötta på hipstern! I London demonstrerar folk med facklor på gatorna mot hipsterfieringen. Även skandaler som hipsterduon The Mast Brothers chokladfusk har fått folk att se snett på hipstern.

BUZZFEED: buzzfeed.com/sophiegadd/things-youll-find-in-every-hipster-restaurant#.iuyw5YkZ0q

BUZZFEED: theguardian.com/uk-news/video/2015/sep/27/shoreditch-anti-gentrification-protest-view-inside-cereal-killer-cafe-video

THE MAST BROTHERS: mastbrothers.com



**”One man’s
#occupywallstreet
is another man’s
#champagneshowers.”**
VICE Magazine

Hipstern är till och med offentligt dödförklarad. Tidningen VICE Magazine publicerade högtidligen en dödsruna och tackade hipstern för den här tiden. Läs vidare på länken om vad som kommer efter.

VICE: vice.com/read/hw-here-lies-the-hipster-999

VICE: vice.com/read/hw-what-will-replace-the-hipster-245



	THE END OF CUISINE DE BLOGGEUR		
---	--------------------------------------	--	--

Nu vill vi städa upp från fåniga olater vid matbordet. Gräsrotsrörelsen "Give us plates" protesterar mot att mat serveras i blomkrukor, hundmatsskålar, skor och på andra fåniga sätt. Det här uppropet har över 170 000 följare på Facebook och Twitter.



Efter en lång tid med mattrenderna "Sharing" och "Small plates" så vänder vi nu på begreppen. Istället kommer "Family style dinner" som byggs upp runt en stor central servering och många skålar med tillbehör. Effektivt i både köket och matsalen och trevligt för gästerna att samlas runt.

FEAST: eatfeastnyc.com

MAGASIN WELLS: magasinwells.com

MOMOFUKU: momofuku.com



CLIMATARIAN (n.) A diet whose primary goal is to reverse climate change. This includes eating locally produced food (to reduce energy spent in transportation), choosing pork and poultry instead of beef and lamb (to limit gas emissions), and using every part of ingredients (apple cores, cheese rinds, etc.) to limit food waste.

Trenden med "Waste", dvs att minska matsvinnet, är fortsatt central. Viktiga kockar för den här rörelsen är Dan Barber på Blue Hill i New York och hans brittiska motsvarighet Douglas McMaster på Silo i Brighton, världens första "Zero Waste restaurant". Strömningen kan ses även på andra restauranger, som Amass i Köpenhamn.

BLUE HILL: bluehillfarm.com

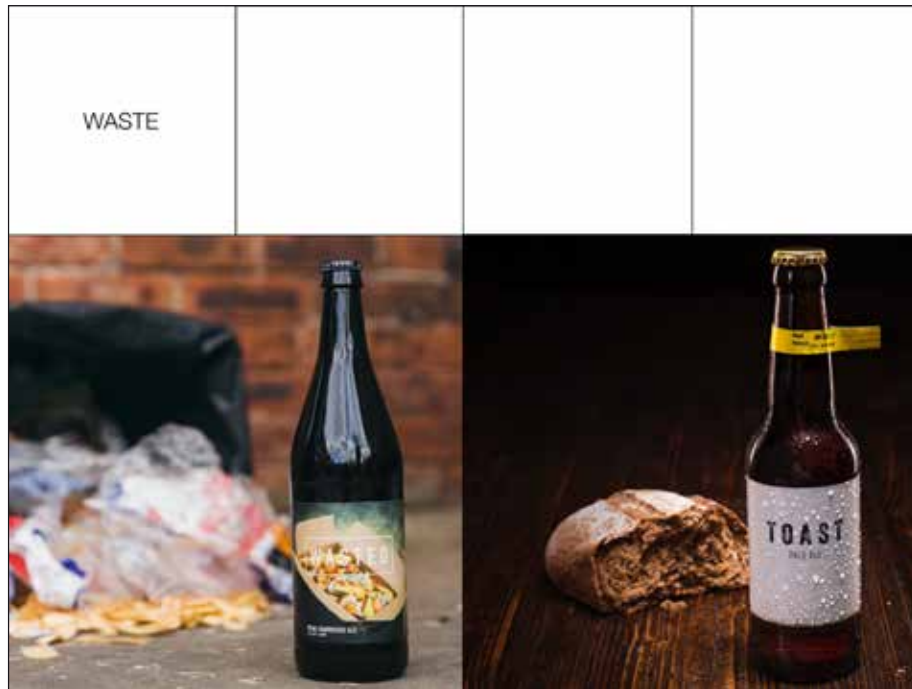
SILO: silobrighton.com

AMASS: amassrestaurant.com

CLIMATARIAN: nytimes.com/2015/12/16/dining/new-food-words.html?_r=0



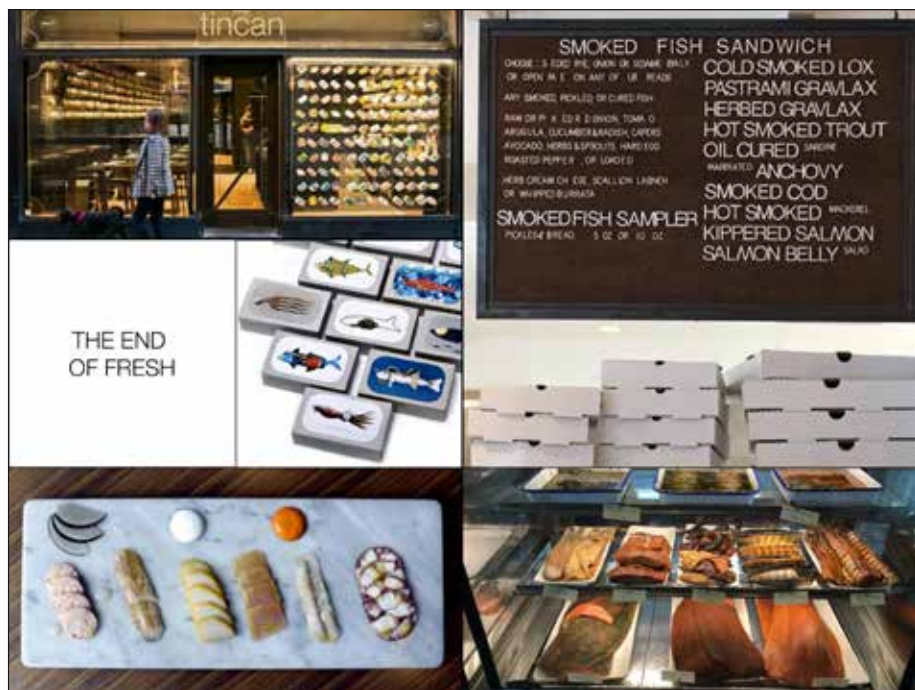
Och även barvärlden har tagit åt sig av Waste-tänkandet. Den ständigt sökande bartendern Ryan Chetiyawardana (eller bara "Mr Lyan") har reducerat mängden sopor i sin egen bar till en påse per vecka genom att använda citronskal och kaffesump med mera. Det vi kommer att se mindre av i barer framöver är de enorma mängderna is som slösas med idag och onödiga dekorationer så som drinkparasoll.



Inom öltillverkning tar man tillvara på skräp genom att se det som råvaror i bryggeriet. Resterna från restaurangernas brödkorgar utgör basen för "Toast", och kasserade päron, croissanter och briocheer bryggs till ölen "Wasted".

TOAST: toastale.com

WASTED: northernmonkbrewco.com



”The nose-to-tail movement that seeks to utilize every part of an animal inside and out has made the natural transition to seafood – call it nares-to-fin, if you like.”

Chris Johns,
Globe & Mail

Problemet med färskvaror är att de snabbt blir ofärska och måste slängas, därför syns även en tillväxt i hur traditionella konserveringsmetoder nu får ta plats på menyer. ”Preserve” handlar både om hur man får råvaror att hålla länge och hur teknikerna ger upphov till unika smaker och texturer. På restauranger som Santina’s i New York dyker fiskcharkuterier upp, och konservburken ser en oväntad ljusning.

GJUSTA: gjusta.com

SANTINAS: santinanyc.com

TIN CAN (STÄNGT): tincanlondon.com

CONSERVEIRA DE LISBON: conserveiradelisboa.pt

HÖRTE BYGGA: hortebrygga.se



Ett problem med fiskenäringen är att det bara är ett fåtal arter som hamnar på menyn, och att dessa ofta är de stora rovfiskarna. Medan de här arterna minskar i haven så ökar den mer svårsålda småfisken i antal. För att ändra på detta – och rädda haven – har kockeliten samlats runt ett manifest för att popularisera ett bredare register av fisksorter. Nu kan man läsa om hur restauranger skriver in i sina manifest att de ska fokusera på småfisk.

”At Gjelina, we stick close to the bottom of the food chain. Smaller, rapidly reproducing fish such as sardines, anchovies, squid, and the smaller varieties of mackerel, as well as shellfish such as clams, mussels, oysters, scallops, and prawns, are generally found in good number and are absolutely delicious”.

Travis Lett,
kock på Gjusta, GTA och Gjelina



Med ett ökat intresse för fisk följer nya maträtter. Korsa sushi med de senaste årens hipa salladsskålar och du har poké bowl, med grönsaker, råa kuber av fisk och goda dressingar. Stort på båda kusterna i USA, och redan etablerat så smått i Sverige.

WISEFISH: wisefishpoke.com

SWEETFIN: sweetfinpoke.com

POKE POKE: abowlpokepoke.com

RAW SALLAD: rawsallad.se



Grönsaker fortsätter att ta plats på menyerna. Nu säljs de under namn som hittills har förknippas med kött, till exempel adzuki bacon, fennel sausage, cauliflower steak och coconut bacon.

CAFÉ GRATITUDE: cafegratitude.com

BUTCHER'S DAUGHTER: thebutchersdaughter.com/#home

FARM GIRL CAFÈ: thefarmgirl.co.uk



**”I would rather die
than let my kid eat
Cup-A-Soup.”**

Gwyneth Paltrow

Grönsaker kan även drickas enligt livsstilsgurus så som Gwyneth Paltrow. Efter juicetrenden kommer nu soppor, serverade i flaskor så att de enkelt kan konsumeras på språng. Mindre socker, mer fibrer, bättre näring.



Man kan även dricka sina grönsaker på natten. Flera barer har börjat ersätta frukt med smaksättningar från paprika, fänkål och majs. En mer vuxen smak!

LES COUILLES DU CHIEN: lescouillesduchien.com

WHITE LYAN: whitelyan.com

CITY SOCIAL: citysociallondon.com



Våra smakpaletter håller på att växa upp. Efter att bittra smaker tog plats på smakkartan för ett par år sedan går vi nu vidare till bränt. Kockar visar sin färdigheter genom att ge råvarorna en svart yta och locka fram nya toner. Don't try this at home, kids!

HINOKI & THE BIRD: hinokianthebird.com

BLACK AXE MANGAL: blackaxemangal.com

CAFÉ SQRL: sqrilla.com



Samma smaker exploderar i drinkar med brända toner. Vi har till och med gått så långt som att dricka kol. Och det smakar bättre än du tror.

THE CARBON BAR: thecarbonbar.ca

JUICE SERVED HERE: juiceservedhere.com



”Three out of four millennial drinkers say they limit how much they drink most of the time they go out and 38% say they moderate their alcohol intake every single time.”

Forbes

Vuxenhet inom dryckesvärlden avspeglas även i en minskad mängd alkohol i glasen. Antingen genom att minska styrkan, som i ölsorten ”Session Beer” och en familj drinkar under namnet ”Shims”, eller genom att minska mängden dryck, som i vinglas på 7,5 cl eller ”three finger cocktails”.

Heiniken gör kampanjer där hjälten väljer vatten före öl och propagerar för ”Drink with moderation” – på riktigt.

SESSION BEER: beeradvocate.com/articles/653/

SHIMS: artoftheshim.com

HAWKSMOOR: thehawksmoor.com

28-50 WINE WORKSHOP & KITCHEN: 2850.co.uk

SAGER & WILDE: sagerandwilde.com

HEINIKEN: theheinencompany.com/media/features/moderate-drinkers-wanted-infographic



Nu satsar även Silicon Valley på mat. Vi har redan sett Foodora i Sverige, men de stora drakarna tar det längre, t ex genom att garantera leveranser inom 15 minuter. Rörelsen är stor nog att inte behöva bygga på vanliga restauranger. David Chang (bakom Momofuku med mera) har öppnat Ando, som bara går att avnjuta genom hembeställning. En leverans som kanske sker med en robot.

POSTMATES POP: eater.com/2015/10/12/9513437/postmates-pop-delivery-app

ÜBER EATS: ubereats.com/

ANDO: andofood.com

STARSHIP TECHNOLOGIES: starship.xyz



Ett stort utvecklingsområde är var odlingen sker. Med belysning och växtnäring kan man flytta den var som helst, och fortfarande göra den mer effektiv. Det finns till och med experiment med att odla sallad till besättningen på u-båtar.



Ett annat stort utvecklingsområde är att ersätta animaliska proteiner. Det har redan skett med majonnäs utan ägg, mjölk utan ko och kött utan djur. Våren 2016 lanserades en hamburgare gjord på växter med hemoglobin, som gör att den faktiskt smakar kött.

HAMPTON CREEK: hamptoncreek.com

ODLAT KÖTT: culturedbeef.net

MUUFRI: muufri.com

IMPOSSIBLE FOODS: impossiblefoods.com



”Vad är det nya naturliga?”

Om detta nu är bra både för planeten och för våra kroppar, hur kommer vi att ställa oss till våra nya mathjältar lab-rockarna? Kommer kocken att prata sig varm om köttbiten som är odlad på KTH på 14 dagar? Kommer vi känna hur lysrören har smekt fram smaken i jordgubbarna? Kommer vi att rygga för mat som transporterats från landsbygden, när den kan odlas i källaren?



Slutligen. Bort med "Rough Luxe" i inredningen, fram med en vit duk. Stripa personalen på jeans och sätt på dem en snygg och funktionell uniform. Ge tallriken en "make-under". Sänk ljudnivån så att man kan prata, och erbjud gäster som inte vill bli störda av orala utsvävningar om menyn en "quiet chair". Oh, grow up!



Vuxenheten behöver inte betyda att det är tråkigt! Gamla saker kan födas om på nya sätt, som i exemplet bingo. I Storbritannien är det ett nöje som ökar, och dessutom kommer i nya former. Vik en helkväll för bingo med dansare, DJs och konfettikanoner.

IT'S MOTHERF***ING TEA TIME: www.missinga.nu/news/its-mother-fucking-bingo/

BINGO TREND: www.theguardian.com/lifeandstyle/2016/jan/06/bingo-is-back-and-even-the-hipsters-have-got-their-eyes-down

REBEL BINGO: <http://rebelbingo.com>

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 kommunikationsbyrån 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, PR och design.
We Create Cravings.

Läs mer på www.foodfriends.se

**FOOD &
FRIENDS**

WE CREATE CRAVINGS