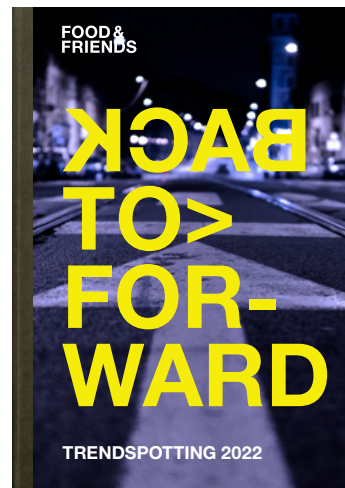


TILLBAKA TILL FRAMTIDSTRO i Food & Friends trendspaning 2022

Food & Friends trendspaning blir myndig då den presenteras för 18 året i rad. Temat för 2022 är "Back to forward" och spaningen fokuserar på att vi lämnar corona-parentesen bakom oss. Vi går tillbaka till att fokusera framåt. Matbranschen påverkades kraftigt av pandemin och mycket har förändrats som fortsatt kommer forma hur vi äter och dricker. Gemensamt för årets spaningar är att det finns en stark och positiv framtidstro och människor som är peppade på att komma framåt.



Säkerhet genom mat

En direkt följd av pandemin är att man vill kunna äta sig till immunitet. En undersökning från USA* visar att 6 av 10 söker livsmedel som booster deras immunförsvar. Där ser vi mängder av produkter i dagligvaruhandeln som lovar just detta, både i mat och dryck. Företaget Kellogs har till och med utsett immunitet till en av deras kommande innovationsområden. En annan form av funktionsmat man ser exempel på är adaptogener, en samling ingredienser som ska skydda oss mot olika typer av stress så som hård mental påfrestning, fysisk belastning, extrem värme eller kyla eller sjukdomar.

Post corona-restaurangen är effektivare

För restaurangbranschen är det också en hel del förändringar som spås till följd av pandemin. Sådant som tidigare varit otänkbart är plötsligt ok och nya sätt att arbeta håller på att sprida sig. Att ersätta menyer med QR-koder är ingenting unikt, men det kommer att växa ännu mer om man jämför med andra marknader. Svinnappen Karma ger sig exempelvis in i leken med teknik som kan få restaurangen att servera 34 % fler med samma personal. Ett annat fenomen för att effektivisera restaurangbesöket är Bus Your Own, det vill säga att gästerna själva delar ut maten som serveras på en bricka till rätt person. Nu blir också robotarnas intåg i restaurangbranschen verklighet på riktigt. Vi har pratat om detta länge, men nu efter pandemin går stora spelare in i matchen, som till exempel den hipa bowl-kedjan SweetGreen som nyligen köpt den automatiserade tillagningsroboten Spyce.

Plates and pics

Användningen av Sociala Medier har under pandemin ökat med 7 %**. Restaurangerna förväntas leverera upplevelser i linje med detta med delningsbara moment eller upplevelser. Den brittiska cafékedjan EL&N lovar exempelvis "The most Instagrammable café in the world".

Ett annat tecken på den ökade närvaron på sociala medier är att TikTok har satt upp system för att fysiskt leverera sin mest trendande mat, så som Dalgona Coffee, Cloud Bread och Pancake Cereal.

Save the world again

Efter drygt ett år lång fokus på egenhälsa så är det nu dags att skifta tillbaka till att engagera oss i större frågor, nämligen miljön. Vi ser ett återupptaget fokus på förpackningsmaterial och flera tecken på att den cirkulära ekonomin börjar komma på plats. Exempel är Kleen Hub i Danmark som driver återanvändningen av kaffekoppar. De planerar för en expansion i Sverige 2022. I England har också McDonalds börjat samarbeta med Loop, ett företag som hjälper till att återanvända förpackningar

generellt. Ett exempel från Sverige är Forgo, som säljer rengöring i koncentrat. När flaskan är tom så fyller man på med vatten och ett kuvert med rengöringspulver. Detta sparar onödiga transporter av vatten som tar mycket energi.

Many Happy Returns

När det kommer till smaker post corona så kan man konstatera att det är slut med de klassiska, milda smakerna från husmanskost och komfort food. Nu hungrar vi efter nya och större smakupplevelser. Vi ser mängder av nya röda heta såser såsom Chili Crunch och Hot Honey.

Vi vill också maxa upplevelsorna när vi går på restaurang efter mer än ett års hemmasittande. Aktiviteter såsom biljard, pilkastning och Shuffle board ökar stort och även lite extremare sporter som yxkastning och "Wonderball" (en ny teknisk ping pong) tar plats på restaurangscenen.

Trendspaningen i sin helhet samt högupplösta bilder finns att hämta på:

foodfriends.se/wp-content/uploads/2021/10/Trendspaning-2022_web.pdf

foodfriends.se/press

För mer information, tillgång till hela rapporten eller högupplösta bilder, vänligen kontakta:

carolina.lenngren@foodfriends.se eller anna.alvling@foodfriends.se

*<https://www.innovamarketinsights.com/press-release/covid-19-drives-prioritization-of-immune-health/>

**<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2020/sociala-medier/fler-anvander-sociala-medier-under-pandemin/>

Källa: Food & Friends Trendspotting 2022 – Back to Forward

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, kommunikation, PR och design. We Create Cravings. Läs mer på www.foodfriends.se.