

FOOD &  
FRIENDS

TRENDSPOTTING  
2023

# THE GREAT RE- START

NEW WORLD  
NEW RULES

# NEVER LET A GOOD CRISIS GO TO WASTE.

*Winston Churchill*

Genom historien är det vid kriser som vi tänkt nytt, gjort annorlunda och tagit ut andra riktningar. När vi nu efter pandemin befinner oss i en värld med krympande ekonomi, politiska oroligheter, eskalerande klimatförändringar, brist på arbetskraft och förändrade attityder så fungerar inte längre det beprövade. Vi behöver förändring och innovation. Bara så kan vi fortsätta som tidigare. Det är nya tider, det är nya vanor, det är nya möjligheter. Det är dags för omstart.

## TRENDSPOTTING 2023

© 2022 Food & Friends

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

Papper: Arctic Volume

Tryck: Printografen, Halmstad

Stort tack!

## **NEVER LET A GOOD CRISIS GO TO WASTE.**

*Winston Churchill*

Throughout history, it is during crises that we have had new thoughts, tried things differently and took other directions. When we now find ourselves in a post pandemic world with a shrinking economy, political unrest, escalating climate change, labor shortages and changing attitudes, the tried and tested no longer works. We need change and innovation. Only then can we go on as before.

It's new times, it's new habits, it's new opportunities. It's time for a restart.

# Sign of the times.

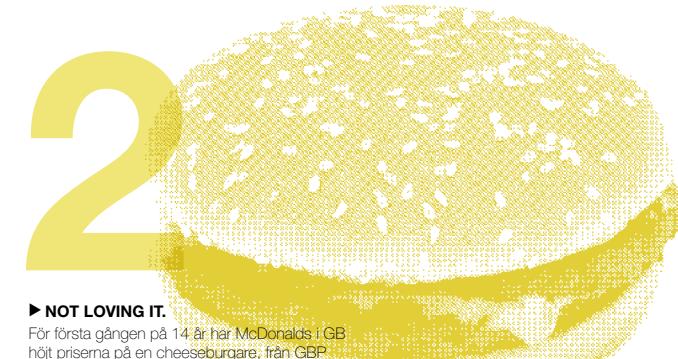
## 1

### ▼ SECRET WEDDINGS.

Att gifta sig med bara de allra närmaste samlade har ökat. Även kändisar har flytt upp märksamheten och dragit ned på extravaganta utgifter.

Marrying only inviting the very closest has increased. Even celebrities have shunned the spotlight and cut back on extravagant spending.

[bit.ly/3RiEnta](http://bit.ly/3RiEnta)



### ► NOT LOVING IT.

För första gången på 14 år har McDonald's i GB höjt prisen på en cheeseburgare, från GBP 0,99 till 1,19.

For the first time in 14 years, McDonald's in the UK has increased the price of a cheeseburger, going from £0.99 to £1.19.

[bbc.in/3TXEgVV](http://bbc.in/3TXEgVV)

## 3

### ► COOKING IN CRISES.

Tidningen The Guardian ger sina läsare råd hur de ska ersätta dyr matvaror och även göra eget smör, yoghurt och ricotta.

The Guardian gives its readers advice on how to replace expensive food items and also make their own butter, yoghurt and ricotta.

[bit.ly/3qahMTT](http://bit.ly/3qahMTT)



Ekonomiska utmaningar kan ta sig olika yttryck i hur vi agerar, från att det blir genant att spendera pengar publikt till att det blir en utmaning att ens få ihop tre mål mat om dagen. Men mindre pengar i plånboken betyder inte att all försäljning minskar, det finns varor som kraftigt ökar sina volymer under kristider.

Financial challenges can take different forms in how people act, from it becoming embarrassing to spend big in public to facing challenges to even get three meals on the table daily. But less money in the wallet does not mean that all sales dwindle, there are goods that actually increase their volumes during times of crisis.



### ► FROZEN ASSETS.

Livsmedelskedjan Iceland som säljer djupfrysda varor erbjuder sina kunder räntefria lån upp till GBP 100.

Frozen grocery chain Iceland is offering customers interest-free loans up to GBP 100.

[bit.ly/3qaRZee](http://bit.ly/3qaRZee)

## 4

"In a time of economic crisis, your happiness is just one Chanel lipstick away."

## 5

### ► THE LIPSTICK EFFECT.

När himlen ser mörk ut behöver vi något litet som lyser upp dagen. Efter 9/11 sålde Estee Lauder mer läppstift än någonsin tidigare.

When the sky looks dark, we need something small to brighten the day. After 9/11, Estee Lauder sold more lipstick than ever before.

[bit.ly/3TFQUbX](http://bit.ly/3TFQUbX)



# Skimpflation

## ▼ 3 X FLATION.

Aven om priset är det samma för en vara som drabbats av Snikflation så är värdet reducerat, genom till exempel enklare råvaror, sämre service eller förpackningar som inte håller måttet.

Even if the price is the same for a product affected by Skimpflation, the value delivered is reduced, for example through simpler raw materials, poorer service or packaging that does not measure up.

[bit.ly/3AP3LzW](https://bit.ly/3AP3LzW)



De prisökningar som sker fångar inte hela värdeminsningen, där-för behöver vi nya begrepp utöver "Inflation". Vid Snikflation kan priset på en produkt vara det samma men kvalitén på råvarorna sämre. Det kan även vara en försämring av service eller längre leveranstider. På restauranger kommer Snikflation synas i form av att enklare ingredienser används i köken och att en del av servicen skjuts över på gästen.

When staple goods become more expensive sellers compensate with price hikes, but simply studying increases in prices captures only part of what is happening. With Skimpflation the price may be constant, but the quality of the goods de-crease. It could also be a deterio-ration of the expected service or longer delivery times.  
In restaurants, Skimpflation can be seen take the form of simpler ingredients in the kitchen and that part of the service is pushed onto the guest.

## ▼ THE SOCKS INDEX.

Strumpor har använts av ekonomer som ett exempel på Snikflation, där en del tillverkare heller gör dem tunnare än höjer priset.

Socks have been used by economists as an example of Skimpflation, where some manufacturers would rather make them thinner than raise the price.

[bit.ly/3RHeBPh](https://bit.ly/3RHeBPh)



## ▲ PLEASE HOLD.

Den som upplevt att väntetiderna ökat när man står i telefonkö har upplevt en form av Snikflation.

Anyone who has experienced increased waiting times when in a telephone queue has experienced Skimpflation.

[bit.ly/3wYZbhr](https://bit.ly/3wYZbhr)



## ▲ UNPHOTOGENIC.

I London serverar en nyöppnad restaurang italiensk "cucina povera", ungefär fattigmanskök, som bygger på bönor, bröd och inlävor. Maten är genomsäende "Brutto", alltså ful, vilket gett restaurangen dess namn.

In London, a newly opened restaurant serves Italian "cucina povera", translated to poor mans cooking, which is based on beans, bread and offal. The food is consistently "Brutto", i.e. ugly, which also is the name of the restaurant.

[brutto.co.uk](http://brutto.co.uk)

"The Tuscan kitchen is rooted in the tradition of 'cucina povera' (poor mans cooking)"

Russel Norman, restaurateur



# Shrinkflation.



## ► TEA OR COFFEE?

I maj 2022 gick Folgers kaffe från 51 uns till 43,5 uns (en minskning med 15%) vilket fortfarande utlovades ge 400 koppar kaffe.

In May 2022, Folgers coffee went from 51 ounce cans to 43.5 ounce (a 15% reduction) which was still promised to yield 400 cups of coffee.

[bit.ly/3LewmTN](https://bit.ly/3LewmTN)

# 2



Ett till komplement till inflation är Krympflation, där man minskar volymen av en vara utan att priset förändras. Mindre för samma kostnad. Det här bevakas av konsumentgrupper på nätet där man kan hitta en del skamliga exempel. Krympflation praktiseras också på restauranger, allt fler recensioner under 2022 handlar om att proteinet har krympt. Treden med Small Plates slog igenom vid förra recessionen 2009, och kommer att fortsätta att vara viktig för krögare. Med modultänkande så ökar de flexibiliteten ännu mer.

Another complement to inflation is Shrinkflation, where the volume of goods is reduced without changing the price. Less for the same cost. This is monitored by online consumer groups where you can find some shameful examples. Shrinkflation is also practiced in restaurants, where an increasingly number of reviews in 2022 complained about the protein having shrunk. The Small Plates trend took off during the last recession in 2009 and will continue to be important to restaurateurs. By thinking in modules flexibility increases even more.

# 1

## ► WEIGHT WATCHER.

På sitem Mouseprint anslår konsumenter produktförändringar där företag minskar på mängden vara.

On the site Mouseprint, consumers rate product changes where companies reduce the amount of goods.

[www.mouseprint.org](http://www.mouseprint.org)



## ▲ EROSION.

Toblerone's ikoniska choklad, som tagit sin form efter Matterhorn, drabbades redan 2014 av Krympflation och tappade hälften av bergstoparna.

Toblerone's iconic chocolate, which took its shape after the Matterhorn, was already 2014 affected by Shrinkflation and lost half of its mountain peaks.

[yhoo.it/3eDqozE](http://yhoo.it/3eDqozE)

# 3

## ▲ MINISIZE ME!

Restauranger behöver också minska sina kostnader, och svinn blir nu en fråga om ekonomi.

Restaurants must also reduce their costs, and waste now becomes a question of economy.

[bit.ly/3Dlcs7J](http://bit.ly/3Dlcs7J)

# 4

## ► SHARING.

För en tid framöver kommer vi se mer av Small Plates, eller mellanrätter, av vilka man förväntas äta 2-3 stycken för att bli mätt.

For some time to come we will see more of Small Plates, of which you are expected to order 2-3 pieces to get full.

[bit.ly/3QEh7ER](http://bit.ly/3QEh7ER)



## ▲ MENU ENGINEERING.

Menyn på nyöppnade Riche Fenix är rätt i tiden med enbart mellanrätter.

The menu at the newly opened restaurant Riche Fenix is on-trend with only Small Plates.

[riche.se/fenix/meny/](http://riche.se/fenix/meny/)

# 6

"Small plates are the Tinder of eating: a lot of choice, but satisfaction by no means guaranteed."

Imogen West-Knights, The Guardian



# The crises foodplate.



Under lågkonjunkturer är priset så klart viktigare än annars, och lokala, hälsosamma och ekologiska produkter är bland de första som byts ut på inköpslistorna.

Även produkter som förknippas med hållbarhet drabbas då konsumenterna har fokus på annat.

På krogen serveras mat som kan säljas till låga priser med en marginal, men då detta kombineras med megatrenden "Big and bold flavours" dyker nya rätter upp.

## ► NO LABEL.

Mat med mervärdesmärkningar kommer att få det svårt en tid, men kan bida sin tid för vad som sker efter att det vändar.

Food with added value labels will face hard times, but can bide their time for what happens after the recession.

[bit.ly/3S4rFOU](https://bit.ly/3S4rFOU)

# 1

# 2

## ► WETTEX?

I England har försäljningen av vitt bröd ökat med 17% under våren.

In England, this spring sales of white bread has increased by 17%.

[bit.ly/3eLJXWE](https://bit.ly/3eLJXWE)



During recessions, price is obviously more important than otherwise, and local, healthy and organic products are among the first to be replaced on shopping lists. Even products associated with health and sustainability are affected as consumers focus on other things.

Restaurants will serve food that can be sold at low prices with a margin, but when this is combined with the megatrend "Big and bold flavours" new dishes appear.



# 3

## ► SLURP.

Pizza och burgare kommer att utmanas av nudlar, men i nya former och med namn som Japche, Laksa, Lo Mein, Udon eller Soba.

Pizza and burgers will be challenged by noodles, but in new shapes and with names such as Japche, Laksa, Lo Mein, Udon or Soba.

[bit.ly/3qCTIXC](https://bit.ly/3qCTIXC)



# 4

## ► DIP.

En annan utmanare är Birria, mexikansk fattigmat i form av smakrik stuvning som serveras i tacos.

Another contender is Birria, Mexican austerity food in the form of a stewy served in tacos.

[bit.ly/3xplhF7](https://bit.ly/3xplhF7)



# 5

## ► CROSSOVER.

Fusion cooking-trenden, att kombinera två matkulturer, fortsätter att växa och en av rätterna att se fram emot är Birria Ramen där Japan möter Mexiko.

The fusion cooking trend, combining two food cultures, continues to grow and one of the dishes to look forward to is the Birria Ramen where Japan meets Mexico.

[bit.ly/3LeYbLV](https://bit.ly/3LeYbLV)

"For making Birria you need short ribs. But you can substitute that with any other cut of meat. Or you can use just use the bones."

Serene Herrera, House of Yum

# We meat again.



## ◀ NO EASY ANSWER.

Böcker som "The Great Plant Based Con" argumenterar mot att vi inte bara kan skylla klimathotet på köttet, utan vi måste även göra fler omställningar.

Books like "The Great Plant Based Con" argue against the fact that we can't just blame the climate threat on meat, but we also have to make more changes.

[thegreatplantbasedcon.com](http://thegreatplantbasedcon.com)

1



Efter att köttskumtionen minskat under sex år så har det nu vänt, och vi ser samtidigt mer motargument mot en helt vegetarisk framtid. Kockarna pratar inte om vegetariskt, som blivit politiskt, utan om "Plant based". När restaurang Eleven Madison Park gick över till en växt-baserad meny hånades de i media och Geranium i Köpenhamn möttes på nätet med "hästa grej blir att de skippar maten helt?".

Det köttslag som ökar mest i Sverige är kyckling, under första halvåret 2022 ökade det 5,4%, lika mycket som alla andra köttslag tillsammans. På krogsidan blir detta tydligt med öppnandet av Yakitori- och Dakgangjeong-restauranger.

After meat consumption decreased for six years, the situation is now reversed, and at the same time we see more counter-arguments against a completely vegetarian future. The chefs do not talk about vegetarianism, which has become political, but about "Plant based". When restaurant Eleven Madison Park switched to a plant-based menu, they were mocked in the media and Geranium in Copenhagen was met online with "the next thing will be that they skip the food completely?". The type of meat that increases the most in Sweden is chicken. During the first half of 2022 it increased by 5.4%, as much as all other types of meat combined. On the restaurant side, this becomes clear with the opening of Yakitori and Dakgangjeong restaurants.

2

3

## ▼ CHICKEN RACE.

Förvänta er nya restauranger som har kyckling som sin profil. I London öppnar yakitori-restauranger över hela stan.

Expect new restaurants that have chicken as their profile. In London, yakitori restaurants are opening all over town.

[bit.ly/3U9RheT](http://bit.ly/3U9RheT)



## HUMBLE CHICKEN

"What if removing animal foods from our diet is a serious threat to human health, and a red herring in the fight against climate change."

Jayne Buxton, *The Great Plantbased Con*

## ▼ KFC.

I Stockholm friteras det Korean Fried Chicken, så kallad Dakgangjeong, på Ringvägen hos nyss öppnade Monster Chicken. In Stockholm, Korean Fried Chicken, so-called dak-twigim, is served on Ringvägen at recently opened Monster Chicken.

[bit.ly/3RKFVwa](http://bit.ly/3RKFVwa)



4

# Flexitarian forward.



1

◀ NUDGE.

På kedjan K-Märkt styr de gästernas proteinmängder med portionerade skålars.

At the K-Märkt restaurants, they control the guests' protein amounts with portioned bowls.

[www.kmarkt.se/event/hagastaden/](http://www.kmarkt.se/event/hagastaden/)

Aven om vi 2021 åt mer kött än året innan så är det ett hack i kurvan. Krympflation kommer att få kockarna att begränsa proteinet på tallriken, och vi kommer att gå mot mer vegetariskt ätande för att Pappa Staten kliver in med lagstiftning och rekommendationer.

I Sverige är andelen vegetarianer konstant, men flexitarianerna ökar: de som aldrig äter vegetariskt har på 6 år minskat från 21% till 12%. När vi lagar mer vegetariskt ökar intresset för smaken umami, som kött har varit en källa till. Därför ser man en trend av umami-rika tillsatser.

Even if we ate more meat in 2021 than the year before, it is mostly a notch in the curve. Shrinkflation will make chefs limit the amount of protein on the plate, and we will move towards more vegetarian eating because Daddy State will step in with legislations and recommendations. In Sweden, the percentage of vegetarians is constant, but flexitarians are increasing. Those who never eat vegetarian have decreased from 21% to 12% in 6 years. When we cook more vegetarian the interest in the flavour umami, of which meat has been a source, increases. Therefore, you see a trend of umami-rich additives.

► REPORT.

Axfoods undersökning "Vegobarometern" följer den vegetariska utvecklingen i detalj. Axfood's survey "Vegobarometer" follows the vegetarian development in detail.

[bit.ly/3U740PH](http://bit.ly/3U740PH)

2



3

▲ PATERNALISM?

I Nederländerna har staden Haarlem förbjudit all reklam för kött (och även flyg och fossila bränslen).

In the Netherlands the city of Haarlem has banned advertisements for meat (and also aviation and fossil fuels).

[bit.ly/3Lc4tvI](http://bit.ly/3Lc4tvI)

4

► NNR 2023.

Med de nya Nordiska Näringsrekommendationerna 2023 förväntas mängden rekommenderat kött minska drastiskt. Bilden visar tidigare utgåva NNR 2012.

With the new Nordic Nutrition Recommendations 2023, meat is expected to have recommended quantities drastically reduced. The picture shows previous edit NNR2012.

[bit.ly/3xp8My2](http://bit.ly/3xp8My2)



Henrik Ennart, Svenska Dagbladet

"Humans are drawn to food high in calories, filling, fatty, rich in protein, sweet, salty – and tastes of umami. Meat ticks at least five of seven boxes."

# Sweet comfort.



# 1

## ▼ SCOOP.

Konsumtionen av glass har gått från 7,5 liter 2019 till 8,1 liter per person 2021 – mer glass än någonsin!

The consumption of ice cream has gone from 7.5 liters in 2019 to 8.1 liters per person in 2021 – more ice cream than ever!

[bit.ly/3LkLSNk](https://bit.ly/3LkLSNk)

# 2

**SWEET + SPICY  
= SWICY.  
SWEET + SALTY  
= SWALTY.**

[nyti.ms/3Ljnbs0](https://nyti.ms/3Ljnbs0)

Utöver ökade mängder kött så innehär lågkonjunkturer och kriser att vi konsumeras mer av godis, kakor och glass, vilket vi redan sett under corona-åren. Vi tröstar oss även med sötma i matlagningen tillsammans med hetta; jämför med produkten Hot Honey från Trendspaningen 2022. Nya varianter på frukter marknadsförs ofta med ökad sötma som fördel, och kan säljas till fantastiska överpriser. Till och med ölmarknaden har drabbats av detta.

In addition to increased amounts of meat, recessions and crises often mean that we consume more sweets, cakes, and ice cream, as we have already seen in the corona years. We also comfort ourselves with sweetness in cooking paired with hot flavours; remember the product “Hot Honey” from Trendspotting 2022. New varieties of fruit are often marketed with increased sweetness as a feature, and can be sold at fantastic premium prices. Even the beer market has been affected by this.

# 3

## ▲ CANDY.

Äppelsorten Pink Lady var bara början, nu kommer Cosmic Crisp som är ännu sötare.

The Pink Lady apple variety was just the beginning, now comes Cosmic Crisp which is even sweeter.

[nyti.ms/3RNHWYI](https://nyti.ms/3RNHWYI)



# 4

## ◀ GEMSTONE.

I New York kunde man under en tid betala \$50 för en ask med Oishii jordgubbar.

In New York people paid \$50 for a box of Oishii strawberries.

[n.pr/3QQWk0N](https://n.pr/3QQWk0N)

# 5

## ► DESSERT?

Till och med ölmarknaden drabbas av sötma, där två aktuella öltrender är Pastry Beer och Smoothie Beer.

Even the beer market is affected by sweetness, with two beer trends being Pastry Beer and Smoothie Beer.

[nyti.ms/3xsGxN](https://nyti.ms/3xsGxN)  
[bit.ly/3UfSDF9](https://bit.ly/3UfSDF9)



“It's really not just the berry that we're selling, but the experience.”

Hiroki Koga, Oishii Strawberries

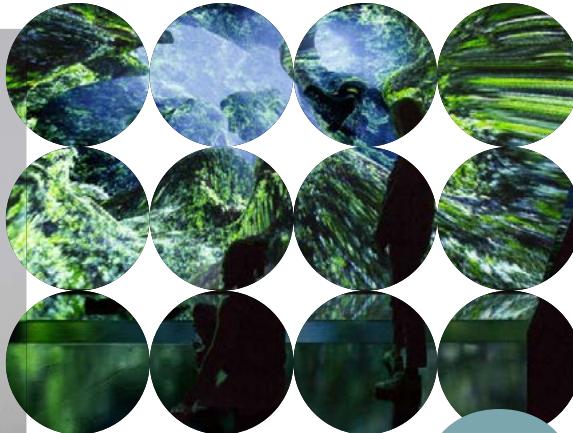
# Low supply.

## ▼ POP-UP.

The Museum of Endangered Foods, Barcelona, visade på en värld där grödor hade utarmats och nu visades i dioramor.

The Museum of Endangered Foods, Barcelona, showed a world where crops had been depleted and were now displayed in dioramas.

[bit.ly/3QMwGu7](http://bit.ly/3QMwGu7)



## ▲ REMEMBER.

I Amsterdam visar NXT museum ett framtida Naturhistoriskt Museum dit vi går för att minnas hur det var när vi hade natur. In Amsterdam, the NXT museum shows a future Natural History Museum where we go to remember what it was like when we had nature.

[nxtmuseum.com](http://nxtmuseum.com)

# 2

Länge har vi trott att allt ska finnas för alltid, men får nu tänka om.

I kulturen uppmärksammar man allt mer om att maten vi lever av idag riskerar vi att utrota imorgon. Väder, corona, krig och energipriser har satt matleveranser under hårt tryck och risken att produkter tar slut i butikshyllan växer. För att värna planeten finns det varor som vi kanske inte borde använda, och det experimenteras med att hitta alternativ. Flertalet företag inom food tech är inne på det här området och har börjat leverera produkter.

Cultural installations bring attention to the fact that what we live off today, we risk making extinct tomorrow. For long we have believed that all food should be available always, this we now need to rethink. Weather, corona, war and energy prices have put food deliveries under severe stress and we now risk running out on store shelved goods. In order to protect the planet, there are goods that maybe we shouldn't use, and there are experiments to find imitations. A number of food tech companies are in this area and have started delivering products.



## ▲ MERDE!

I Frankrike har Dijonsenap tagit slut i hyllorna. Samma gäller för chilipepparn, så bunkra upp med Sriracha-sås!

In France, Dijon mustard has run out on the shelves. The same goes for the chili pepper, so stock up on Sriracha sauce!

[bit.ly/3BgcN9c](http://bit.ly/3BgcN9c)

# 3

## ▼ MAN MADE.

Avokado kan i framtiden ersättas av Ecovado som görs på bönor och har en valnöt som kärna. Skalet av vax kan bli ett ljus.

Avocado may in the future be replaced by Ecovado, which is made from beans and has a walnut as a kernel. The shell of wax can become a candle.

[bit.ly/3LITIgY](http://bit.ly/3LITIgY)



# 5

## ▲ RE-CREATE.

Restauranger har skapat guacamole utan avokado, till exempel kedjan Wahaca i England.

Restaurants have created guacamole without avocado, such as the Wahaca chain in England.

[www.wahaca.co.uk/mexican-menu-full/](http://www.wahaca.co.uk/mexican-menu-full/)



## ▼ PEANUT FREE.

Voyage Foods har kodat ut smakerna ur jordnötssmör, och producerar det med ingredienser som solrosfrö, vindruvskärnor, rismjöl och annatto för färg.

Voyage Foods has decoded the flavors from peanut butter, producing it with ingredients like sunflower seeds, grape seeds, rice flour and annatto for color.

[bit.ly/3BUKe2R](http://bit.ly/3BUKe2R)



# 4

## ▲ WAHACAMOLE.

Restauranger har skapat guacamole utan avokado, till exempel kedjan Wahaca i England.

Restaurants have created guacamole without avocado, such as the Wahaca chain in England.

[www.wahaca.co.uk/mexican-menu-full/](http://www.wahaca.co.uk/mexican-menu-full/)

## ▼ RE-CREATE.

Voyage Foods har kodat ut smakerna ur jordnötssmör, och producerar det med ingredienser som solrosfrö, vindruvskärnor, rismjöl och annatto för färg.

Voyage Foods has decoded the flavors from peanut butter, producing it with ingredients like sunflower seeds, grape seeds, rice flour and annatto for color.

[bit.ly/3BUKe2R](http://bit.ly/3BUKe2R)

## PRODUCT SHORTAGES

DIJON MUSTARD

SRIRACHA SAUCE

OLIVE OIL

CHICKPEAS

ARBORIO RICE

HONEY

"Come say goodbye."

The Museum of Endangered Food

# Biodiversity cooking.



# 1

## ◀ GRASS.

Ett exempel på att använda andra växter än brukligt kommer från Patagonia som säljer öl byggt på spannmålet Kernza.

An example of using different plant species than usual comes from Patagonia, which sells beer brewed from the grain Kernza.

[bit.ly/3SaI5Gg](https://bit.ly/3SaI5Gg)

Sedan 1900 har 75% av mångfalden inom jordbruket förlorats. Enligt FN finns det över en kvarts miljon ätbara växtsorter, men mindre än 3% av dessa brukas idag. Det ökar risken för torka, sjukdomar, angrepp etc och kan medföra brister i vitaminer och mineraler. Initiativ att ändra på detta har skett och det finns produkter på marknaden som handlar om att främja biodiversiteten. Var beredd på att det dyker upp oväntade produkter på tallriken framöver.

Since 1900 we have lost 75% of agricultural diversity. According to the UN, over a quarter of a million plant species are edible, but less than 3% of these are cultivated today. This increases the risk of drought, disease, infestation, etc. and can lead to deficiencies in vitamins and minerals. Initiatives to change this have started and there are products on the market that promote biodiversity. Be prepared for unexpected foods to appear on your plate in the future.

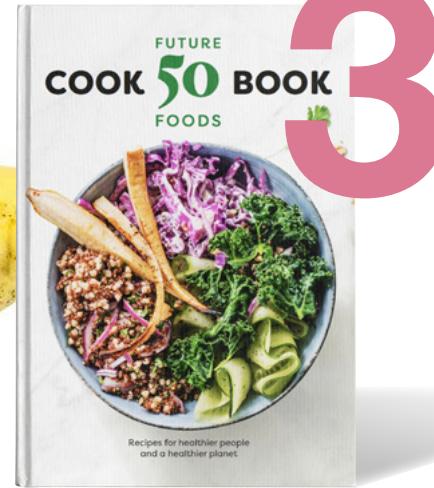
# 2

## ▼ MONO.

Fram till 1950 dominerades världens bananproduktion av "Gros Michele", då Panamasjukan slog ut så gott som all produktion globalt.

Until 1950, the world's banana production was dominated by "Gros Michele", when the Panama disease wiped out almost all production globally.

[bit.ly/3BNsEha](https://bit.ly/3BNsEha)



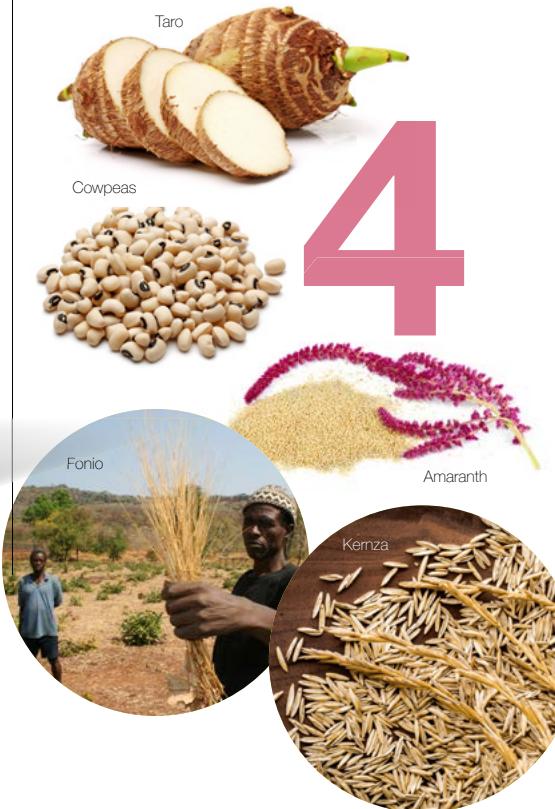
## ◀ KNORR.

Unilever tog 2019 fram listan "Future 50 Foods" som de tänker utveckla till basen i sina produkter.

In 2019, Unilever produced the "Future 50 Foods" list, which they intend to develop into the basis of their products.

[bit.ly/2GZLAh](https://bit.ly/2GZLAh)

# 3



"We believe that each time we eat and drink, we can vote for the world we want."

Emmanuel Faber, CEO Danone, before getting fired

▼ VÄRMETÄLIGA GRÖDOR.  
Heat resistant crops.  
[bit.ly/3qlouAF](https://bit.ly/3qlouAF)

# Restaurant restructure.



## ▲ ENDANGERED.

Restaurangvärlden har tagit mycket stryk och har framtida utmaningar i uppskjutna kostnader som nu ska betalas. The restaurant world has taken a lot of beating and has future challenges in deferred costs that must now be paid.

[bit.ly/3di9h6n](http://bit.ly/3di9h6n)

Det är goda tider för rika aktörer som nu kan komma över attraktiva adresser och restauranginredning billigt. De som tar stryk är oberoende restauranger, som alltmer tas över av växande kedjeaktörer. Till exempel Gordon Ramsey planerar att öppna ett 50-tal restauranger som serverar pizza och hamburgare i hela Storbritannien.

I London försvinner klassiska brittiska koncept och utbudet likriktas med amerikansk snabbmat som Popeyes, Wendy's och Taco Bell samt japanska nudelkedjor. Ofta kan dessa jättar pressa priserna vilket slår mot de mindre aktörernas marginaler.

# 1 2



## ▲ YES CHEF.

Gordon Ramsey tycker att pandemin har rensat bort en massa "skitrestauranger" och satsar stort. According to Gordon Ramsey the pandemic has cleaned out a lot of "crap restaurants" and he is now betting big.

[bit.ly/3Sbe2xq](http://bit.ly/3Sbe2xq)

These are good times for solvent restaurateurs to acquire attractive addresses and equipment cheaply. Those taking a beating are the independents, which are increasingly taken over by growing chain players. For example Gordon Ramsey who plans to open around 50 restaurants serving pizza and hamburgers throughout Greater Britain. In London, classic British concepts disappear and the range is aligned with American fast food such as Popeyes, Wendy's and Taco Bell as well as Japanese noodle chains. Often, these giants can push prices, which hits the margins of the smaller players.

# 3

## ► YANKS.

Kedjorna tar över London där till exempel burgarkedjan Wendy's har planer på 35 restauranger redan i år. Restaurant chains are taking over London, where for example the burger chain Wendy's plans for 35 restaurants this year already.

[bit.ly/3UigXWI](http://bit.ly/3UigXWI)



"A third of the hotel and restaurants would be able to repay their deferred debt within 15 months."

Thomas Jakobsson, Visita

# 4

## ► IRASHAIMASSE!

Trenden med nudlar tar fart med ankomsten av japanska kedjor på de bästa adresserna så som Marugame Udon. The noodle trend is gaining momentum with the arrival of Japanese chains at prime addresses such as Marugame Udon.

[marugame.co.uk](http://marugame.co.uk)



# 5

## ► THRIFT.

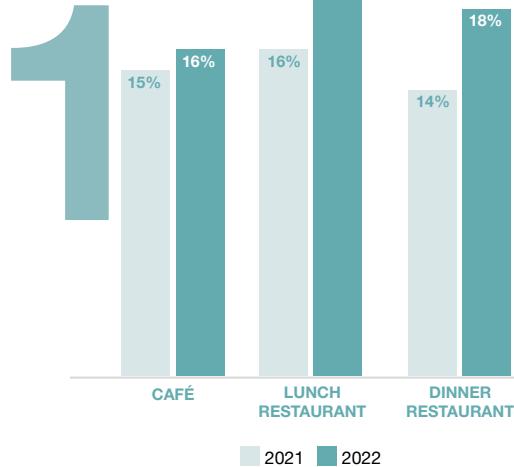
Dessa kedjor slår sig in med pris, som amerikanska Blank Street Coffee där en Flat White kostar GBP 2.90 medan lokala The Attendant ligger på GBP 3.60.

These chains come in with price, like American Blank Street Coffee where a Flat White costs GBP 2.90 while local The Attendant is GBP 3.60.

[bit.ly/3Lo0ts3](http://bit.ly/3Lo0ts3)

# Caféfication.

Ska lägga mindre pengar på:  
Will spend less money on:

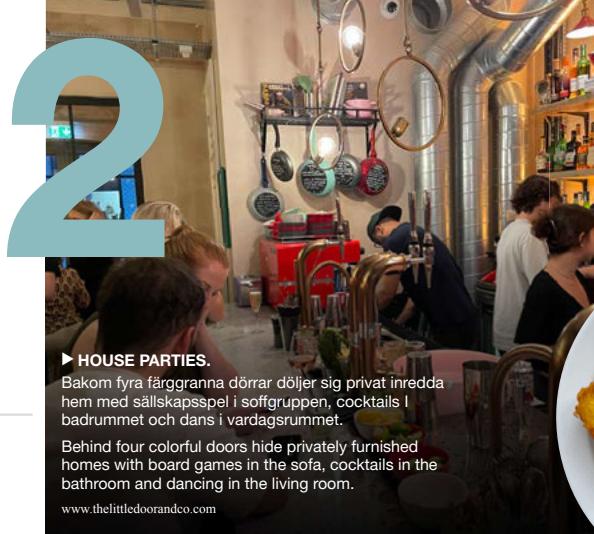


Food & Friends Matrapporten 2022 / Food & Friends Food Report 2022.

Vi kommer att lägga mindre pengar utanför hemmet enligt Food & Friends Matrapporten 2022, och umgänge kommer i högre grad att ske hemma.

Efter finanskrisen 2009 slog restaurangsegmentet "Fast Casual" igenom mitt emellan Casual Dining och Fast Food. Ur denna kris kommer en ny form av café-restauranger som sänker barriären att gå in. Nya "Delis" i USA dyker upp som välkomnar allt och alla när som helst.

Ett innovativt svar på detta är barer möblerade som privata bostäder som lockar med "Home Parties".



We will spend less money outside the home according to the Food & Friends Food Report 2022, and socializing will to a greater extent take place at home.

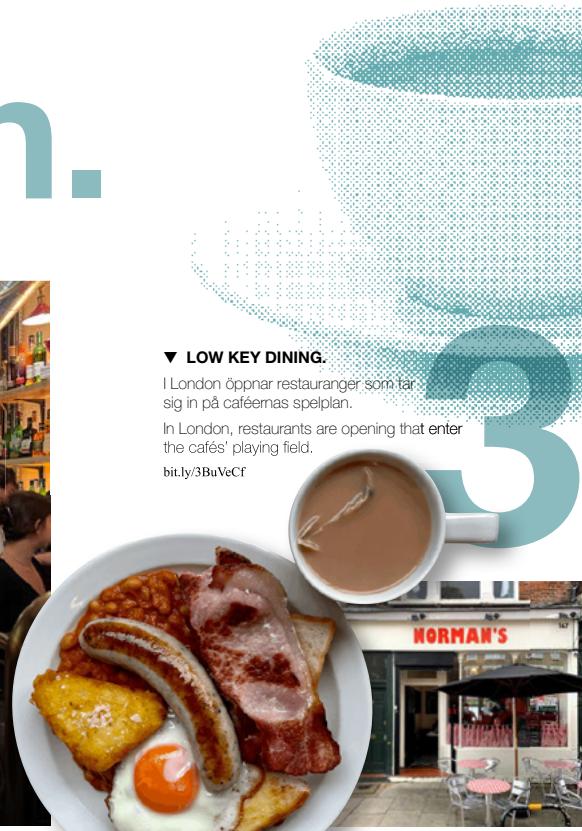
After the financial crisis in 2009, the "Fast Casual" restaurant segment hit the middle between Casual Dining and Fast Food. Out of this crisis, a new form of cafe-restaurants will be seen, that lowers the barriers to enter. New "Delis" in the US are popping up that welcome anything and anyone at any time. One innovative answer to this is bars furnished like private residences that invite you to "Home Parties".

## ▼ LOW KEY DINING.

I London öppnar restauranger som tar sig in på caféernas spejlan.

In London, restaurants are opening that enter the cafés' playing field.

[bit.ly/3BuVeCF](http://bit.ly/3BuVeCF)



## ▼ LOW KEY DINING.

I London öppnar restauranger som tar sig in på caféernas spejlan.

In London, restaurants are opening that enter the cafés' playing field.

[bit.ly/3BuVeCF](http://bit.ly/3BuVeCF)

# Café Deco



## ▲ #BEIGEFOOD.

Kocken Anna Tobias har jobbat på River Café, Rochelle Canteen med flera men väljer nu att servera enkel, odekorerad mat på Café Deco.

Chef Anna Tobias has worked at River Café, Rochelle Canteen and others, but now chooses to serve simple, undecorated food at Café Deco.

[bit.ly/3xDqAph](http://bit.ly/3xDqAph)

## CAFÉ-RESTAURANTS, LONDON

Café Cecilia, Hackney  
Café Deco, Bloomsbury  
Normans Café, Kentish Town  
Lighthaus Café, Leyton



## ▲ NEW DELIS.

I USA där "Delicatessens" tidigare hotades att försvinna, dyker nu upp i nya former med en välkommende form av servering.

In the US, where "Delicatessens" were previously threatened with disappearing, now appear in new forms with a welcoming form of serving.

[nyti.ms/3qOj5YR](http://nyti.ms/3qOj5YR)

## DELICATESENS, NEW YORK

Zuckers Bagels & Smoked Fish  
Frankel's Delicatessen  
The USA Brooklyn Delicatessen



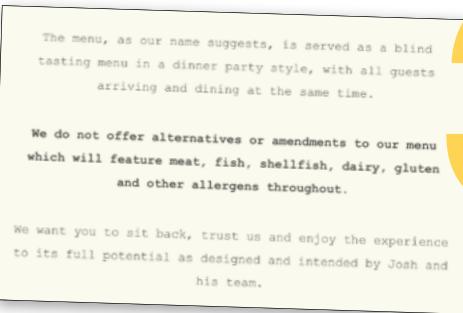
# New way restaurants.



En del restauranger med stor själv-säkerhet har gjort tvärtom. De tar bort menyerna och erbjuder alla gäster samma rätter med minimal möjlighet att anpassa, som ett sätt att minska inköp, svinn, köksarbete och för att garantera att gästerna betalar rimliga notor.

En del vågar till och med ignorera matallergier, vilket precis som hälso-sam mat verkar tonas ned under kristider.

Bristen på personal har gjort att restauranger får efterlikna hur fast food fungerar, där gästerna får hämta maten själva i luckan.



#### ▲ TRUST US.

Matallergiker gör sig inte besvär på Le Cochon Aveugle, här är maten som kocken tänkt. Don't bother with food allergies at Le Cochon Aveugle, here the food is served as the chef intended. [www.lecochonaveugle.uk](http://www.lecochonaveugle.uk)

#### ▲ TODAY.

Kolgrillen Black Axe Mangal är ett exempel på Casual Dining som gått över till fasta menyer, som gästerna får acceptera eller gå. The charcoal grill Black Ax Mangal is an example of Casual Dining that has transitioned to fixed menus, that guests can accept or leave. [www.blackaxemangal.com](http://www.blackaxemangal.com)

Some restaurants with great self-confidence have done the opposite. They do away with menus and offer all guests the same dishes with minimal customization, to reduce purchasing, waste, kitchen work and to ensure the guests pay a reasonable bill.

Some even dare to ignore food allergies, which, like healthy food, seem to be downplayed in times of crisis. The lack of staff has meant that restaurants have to imitate how fast-food works, where guests can pick up the food themselves at the counter.

# 3



#### ▲ IHOP.

Den amerikanska pannkaks-restaurangen finns numera i Fast Food-tolkning under namnet Flip'd. The American pancake restaurant is now available in a Fast Food interpretation under the name Flip'd. [bit.ly/3BTQho8](http://bit.ly/3BTQho8)

# 2



#### ▲ MIRACLE?

Frida Nilsson, restaurang MJ's i Malmö, märkte under corona-åren att nästan inga allergier förekom bland gästerna.

Frida Nilsson, restaurant MJ's in Malmö, noticed during the corona years that almost no allergies occurred among the guests.

[bit.ly/3LubY1b](http://bit.ly/3LubY1b)

"If restaurants don't work for the owners, there's no future."

Josh Overington,  
Le Cochon Aveugle, York

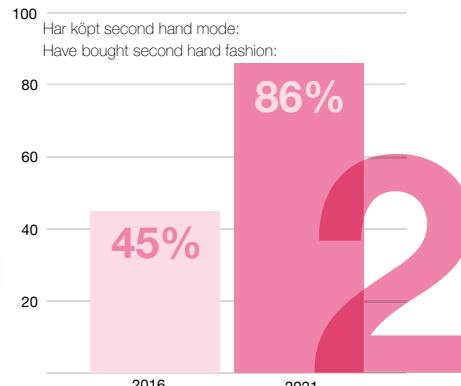
# Uberification.



**1**

▲ HIPP.

Man pratar inte längre om kläder som "Second Hand" utan om begreppet som "Pre Loved".  
We no longer talk about clothes as "Second Hand" but use lingo like "Pre Loved".  
[bit.ly/3LtouhF](http://bit.ly/3LtouhF)



▲ INCREASE RESALE.  
[www.thredup.com/resale](http://www.thredup.com/resale)

För 15 år sedan var det få som hoppade in i bilar med okända förare eller hyrde ut sina hem till främmande. Men med starten av delningsföretagen Airbnb 2008 och Uber 2009 så ändrades våra värderingar, och idag har kläder gjort en liknande resa – vilket syns i en snabbt växande vintagemarknad. Nu är vi redo för mat att göra samma förvandling. Restauranger med kockbrist löser situationen genom att engagera passionerade amatörförare som vill förverkliga sina krogdrömmar för en kväll, och matleveransföretag hämtar numera mat i privata hem.

About 15 years ago, few people got into a car with an unknown driver or rented out their house to strangers. But with the start of the sharing economy companies Airbnb in 2008 and Uber in 2009, our perceptions changed, and today fashion has made a similar journey seen in a rapidly growing vintage market. We are now ready for food to make the same transformation. Restaurants lacking chefs solve their situation by engaging passionate amateur cooks who make their restaurant dream come true for an evening, and food delivery companies pick up food in private homes.



**2**  
▲ CHEFDREAM.

Restaurang Premiär i Malmö kommer att flytta runt mellan olika lokaler och gästas av hemmakockar med experimentlusta. Restaurant Premiär in Malmö will move around between different premises and will be visited by home cooks with an appetite for experimentation.

[www.matcoma.se/premier](http://www.matcoma.se/premier)

**3**

▲ FOOD BROKERS.

Privatpersoner lagar mat hemma som Foodora förmedlar till andra privatpersoner. Private persons cook food at home, which Foodora conveys to other private households.

[bit.ly/3LpZec2](http://bit.ly/3LpZec2)

**4**



KOLLEKTIVKROGEN

▲ COMMUNITY CHEFS.

Kollektivkrogen i Malmö har 50 delägare som jobbar på krogen, som blir ett vardagsrum för delägarna och en krog för allmänheten.

Kollektivkrogen in Malmö has 50 co-owners who work there regularly, which becomes a living room for the co-owners and a restaurant for the public.

[www.kollektivkrogen.se](http://www.kollektivkrogen.se)



"In 2021 the total spent on second-hand (\$36bn) was bigger than what was spent on 'fast fashion' (\$30bn) in shops such as Zara or H&M."

The Economist

# Fashion does food.



# 1

◀ USA.

Tre måltider om dagen är snart ett minne bort då nästan tre fjärdedelar av amerikanerna inte längre äter en traditionell frukost, lunch och middag.

Three meals a day is soon a thing of the past as nearly three-quarters of Americans no longer eat a traditional breakfast, lunch and dinner.

[bit.ly/3QWK4fs](http://bit.ly/3QWK4fs)



# 2

NO LIMITS.

Lululemon har öppnat ett antal Fuel Stations som serverar allt från sallader till bacon täckt med choklad, och har även lanserat en egen öl.

Lululemon has opened a number of Fuel Stations serving everything from salads to chocolate covered bacon, and has also launched its own beer.

[bit.ly/32kWXaW](http://bit.ly/32kWXaW)

När det blir tomt i plånboken så finns det branscher som drabbas hårdare än matsektorn. Alla måste ta sig tid för att äta tre gånger om dagen (fem gånger i USA), men man kan skjuta upp att köpa byxor i månader. Denna konstanta trafik gör att allt fler varumärken avundsjukt söker sig till mat som ett dragplåster för interaktion.

When the wallet is empty, some industries are even more challenged than the food sector. Everyone has to make time for three meals a day (five times in the USA), but you can put off buying pants for months. This constant traffic means that more and more brands are jealously looking to food as a draw for interaction.

# 3

"You bet we don't do fact checking!"

Gwyneth Paltrow



goopkitchen



# 4

▲ SPORTS BAR.

Amerikanska Barstool Sports kompletterar sin sportbevakning med licensierade produkter och en restaurang som öppnade i år.

American Barstool Sports complements its sports coverage with licensed products and a restaurant that opened this year.

[bit.ly/3DEI34y](http://bit.ly/3DEI34y)

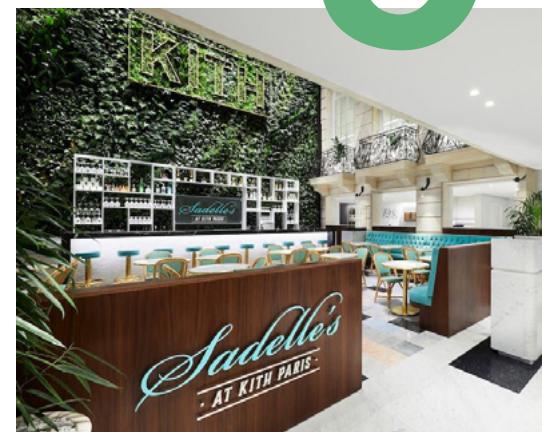
# 5

▼ BRUNCH.

Streetwear-kedjan Kith har långt haft glassbarer i sina butiker, men när de öppnade i Paris tog de med sin favoritrestaurang Sadelle's.

Streetwear chain Kith has long had ice cream bars in its stores, but when they opened in Paris, they brought their favorite restaurant Sadelle's.

[eu.kith.com/pages/sadelle-s](http://eu.kith.com/pages/sadelle-s)



# Experience.

## ▼ BOARD GAMES.

När vi återvänder till nattlivsscenen erbjuder brädspelskaféer och nischklubbar avslappnade sätt att umgås. As people ease back into the nightlife scene, board game cafes and niche clubs offer relaxed ways to socialize.

[nyti.ms/3cRWs2T](http://nyti.ms/3cRWs2T)



1



## ▲ HATE ALL, SERVE ALL.

Idén bakom det Australienska konceptet Karen's Diner är att ge såmesta tänkbara service.

[www.bemorekaren.com](http://www.bemorekaren.com)

3



## ▲ BULLSEYE.

Den växande internationella kedjan Flight Club tar dart till en ny nivå.

International chain Flight Club is expanding and taking darts to a new level.

[flightclubdarts.com](http://flightclubdarts.com)

2

I dessa mörka tider behöver vi mer än någonsin något roligt som lyser upp. Som vi talat om tidigare år så går restaurangsektorn allt mer mot att erbjuda upplevelser utöver mat och dryck. Vi avrundar med en uppdatering på några nya aktiviteter som vi spanat på. Mat, dryck och något att göra tillsammans.

In these somber times, more than ever we need something to light us up. As we talked about previous years, the restaurant sector is moving more and more towards experiences in addition to food and drink. We end with an update on some new activities that we spied on. Food, beverage and something to do together.

"What we've done is a karaoke on steroids."

Magnus Larsson, The Melody Club

## ▼ I SING.

Skaparna av Pinchos har öppnat ett nytt koncept The Melody Club, som tar karaoken till en ny nivå.

The creators of Pinchos have opened a new concept, The Melody Club, which takes karaoke to a new level.

[bit.ly/3dqgh0T](http://bit.ly/3dqgh0T)



## ▲ WE SING.

Genom att vända på karaoke har det nya fenomenet Massaoke fått hela publiken att sjunga med.

By turning karaoke on its head, the new phenomenon Massaoke has got the whole audience to sing along.

[www.massaoke.com](http://www.massaoke.com)

5

6



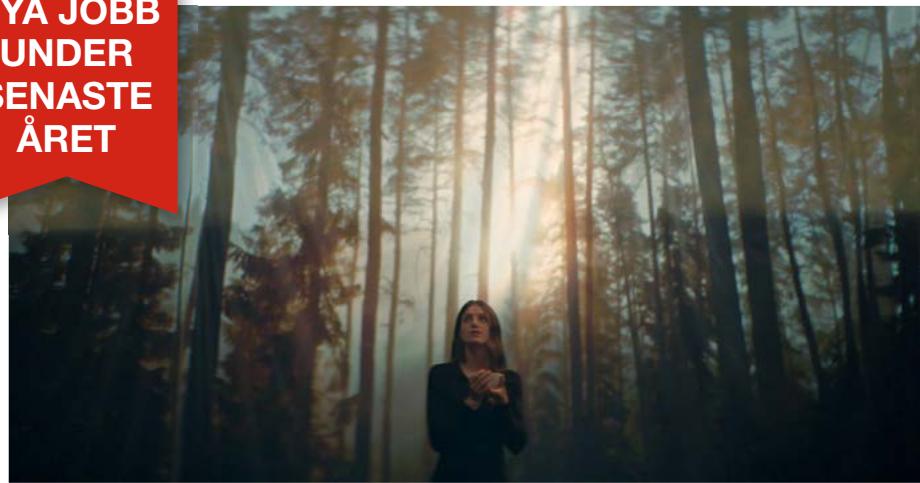
## ▼ RE-BOOT.

Bingo med scenljus på stadiumsnivå, banbrytande ljudeffekter och häpnadsväckande grafik.

Bingo with stage-level stage lighting, cutting-edge sound effects and stunning motion graphics.

[www.hijingo.com](http://www.hijingo.com)

# NYA JOBB UNDER SENASTE ÅRET



▲ Arvid Nordquist, film, TV och SoMe, utomhuskampanj.



▲ ERTH logotyp, grafisk profil.



▲ Eriks säsér, film, utomhus, print, SoMe, PR.



▲ Go Green, print.



▲ Melleruds x Svenska Kocklandslagets Nationaldagsmeny 2022. PR, SoMe.



▲ Planti Bondböna, film, SoMe, utomhuskampanj.



▲ Dansukker - Svenskt strösocker, förpackningsdesign, pressbearbetning, PR-event, influencersamarbete, SoMe, butik, print, utomhus.



▲ Pärsons, utomhuskampanj, film, SoMe, butiksmaterial.



▲ Melleruds Pilsner, film, SoMe Always On.



▲ Absolut Vodka, PR- och influencerutskick.



▲ ABBA - Havets bästa, film.



▲ Korvbrödsbagarn, filmer för TikTok.



## URBAN SAFARI

# SPOT THE NEW TRENDS BEFORE THEY GET HERE.

LONDON, NEW YORK, AMSTERDAM, STOCKHOLM

Behöver du inspiration, vill du ha koll på vad som är på väg att hänta? Boka en Urban Safari till London, New York eller Amsterdam – två dagars spaning unikt skräddarsydd efter era behov. Eller spana i Stockholm en heldag eller eftermiddag. Restauranger, caféer, butiker, matmarknader och hotell. Fyll på era hjärnor för att sedan tänka nytt. Vi har gjort Urban Safaris i över 15 år och guidar er till det bästa.

För mer information, kontakta oss på [urbansafari@foodfriends.se](mailto:urbansafari@foodfriends.se)

Need inspiration? Want to know what's next to come? Book an Urban Safari to London, New York or Amsterdam – two days uniquely tailored to your needs. Or spend a day or an afternoon in Stockholm to see what's happening. Restaurants, cafes, shops, food markets and hotels. Fill up your minds and then start thinking new. We have done Urban Safaris for over 15 years and will guide you to the best.

For more information, contact us at [urbansafari@foodfriends.se](mailto:urbansafari@foodfriends.se)

NEW!

# FOOD & FRIENDS

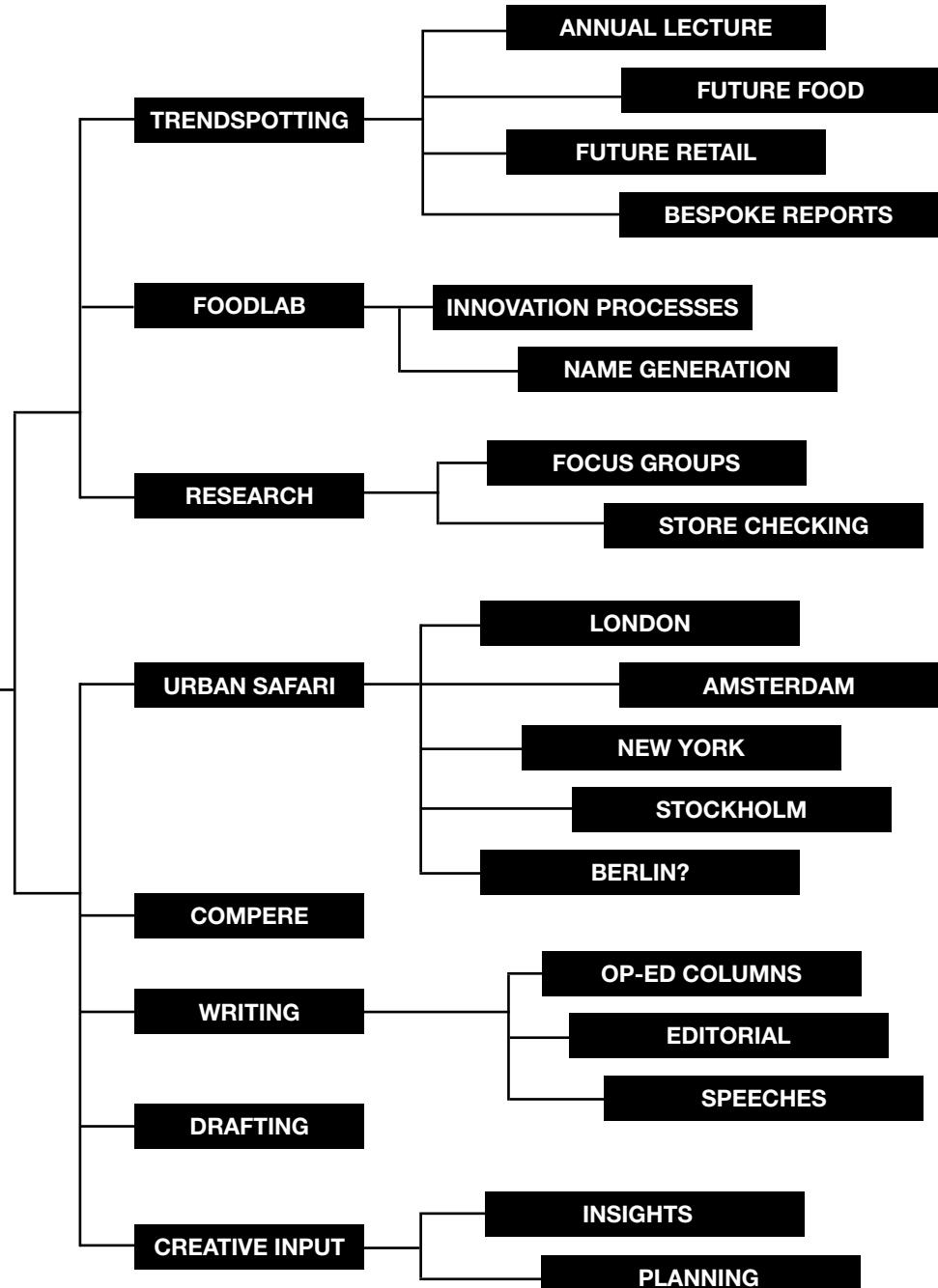
SPECIAL OPS

Food & Friends erbjuder kommunikations-tjänster inom strategi, reklam, PR och design. Över tiden har ytterligare en flora av tjänster vuxit fram som vi nu samlar under begreppet "Special Ops". Självklart inom området mat, dryck och måltider.

För mer info: [specialops@foodfriends.se](mailto:specialops@foodfriends.se)

Food & Friends offer communication services such as strategy, advertising, PR and design. Over time, a flora of services has sprouted that we now collect under the headline "Special Ops". Of course within the area of food and beverage.

For more info: [specialops@foodfriends.se](mailto:specialops@foodfriends.se)



**Vill du att vi kommer och talar  
på din konferens?**

Hör av dig till  
[trendspaning@foodfriends.se](mailto:trendspaning@foodfriends.se)

**Want us to come and talk  
at your conference?**

Contact  
[trendspaning@foodfriends.se](mailto:trendspaning@foodfriends.se)

Food & Friends is the communication agency  
for food and beverage – nothing else.  
We believe in knowledge. Since the start in 1989  
we have built a unique bank of insights about our  
line of business and know what drives success  
for our clients within Retail and Away From Home.

We offer our services in concept, strategy,  
advertising, communication, PR and design.  
We Create Cravings.

For more info [foodfriends.se](http://foodfriends.se)

**FOOD &  
FRIENDS**  
WE CREATE CRAVINGS.