

THE WOKE UP CALL

**FOOD &
FRIENDS**

**TRENDSPOTTING
2020**

Många av förändringarna som gjorts inom mat och dryck är bra: Att minska miljöpåverkan. Att förbättra förpackningar. Att ta vara på waste. Att utveckla dess fysiska och mentala påverkan. Men det räcker inte.

Förväntningarna fortsätter att skruvas upp, nu även med fokus på sociala frågor: Hur kan det vi äter göra skillnad i andra människors liv? Svaret syns på din tallrik i form av nya ingredienser, oväntade tekniker och ett förnyat fokus på det lokalproducerade. Våra val runt mat och dryck kan vara en del av lösningen.

Dags att vakna upp till nya normer i matvärlden.

Välkommen till Food & Friends 16:e trendspaning om mat, dryck och måltider.

Many of the changes made within food and beverage are good: Reducing environmental impact. Improving packaging. Taking care of waste. Developing it's physical and mental impact. But it's not enough.

Expectations continue to be elevated, now also with a focus on social issues: How can what we eat make a difference in other people's lives?

The answer is on your plate, in the form of new ingredients, unexpected techniques and a renewed focus on the local. Our choices concerning food and beverage could be a part of the solution.

Time to wake up to new standards in the food world.

Welcome to Food & Friends' 16th trendspotting about food and beverage.

FOOD & FRIENDS

Waste
Ecology
Packaging
Local



**SUSTAIN-
ABILITY**

**CONVEN-
IENCE**



Speed
Grazing
Wherever whenever
Easy to handle

Performance
Medical
Fitness
Beauty



HEALTH

ETHICS



Citizenship
Naturalness
Fairness
Transparency

Premium
Fun
Learning
Pleasure



**EXPER-
IENCE**

FLAVOURS



Fusion
Variation
Exploring
Exotism



“Customers are craving foods from different cuisines.”

Joe Magliarditi, CEO of The Food Hall Co

Minns du ”Food Courts”? Idén att samla flera restauranger i en lokal har tagit ett steg framåt och uppgaderats. På nya ”Food Halls” kan man förvänta sig restaurangnivå på maten, drycken, porslinet och glasen, även om man får beställa och bära ut sin mat själv. Dessa food halls blir varumärken som fastighetsägarna äger och kan marknadsföra som matdestinationer.

Remember “Food Courts”? The concept of collecting several restaurants at one address has been upgraded and taken a step forward. At the new “Food Halls” you can expect restaurant level cooking, premium drinks, branded china and real cutlery, even though you have to order at the counter. These food halls become food destinations that are the property of the landlord.

TIME OUT MARKETS: timeoutmarket.com
 MARKET HALLS, LONDON: markethalls.co.uk
 ARCADE FOOD THEATER: arcade-london.com
 WEST GOTHAM MARKET: gothamwestmarket.com



Den stora smak trenden är asiatiskt, på många nya sätt. Man köar för att äta den japanska curryn, det dyker upp serveringar med kinesiska Bings (en pannkaka som kan vara både krispig och mjuk), det filippinska köket dyker upp med syrliga smaker både som finmat och i fast food och Taiwan lär oss att ha ost i vårt te och kalla det Cheese Tea. Har du inte testat Steamed Rice Rolls är du helt ute.

The big trend in flavor is Asian, in a multitude of new ways. People queue for the Japanese Curry, new windows pop up serving Chinese Bings (a pancake served either crispy or soft), the Philippines brings us new tart flavours and from Taiwan we learn about Cheese Tea. If you haven't tried Steamed Rice Rolls you are off your game.

Chickenjoy with jolly spaghetti.

Jollibee menu bestseller

WEF RANKS 20 MOST DYNAMIC CITIES: weforum.org/agenda/2019/01/how-to-cure-the-growing-pains-of-the-worlds-most-dynamic-cities

KARE CURRY: karekurry.com

COCO ICHIBANYA: ichibanya.uk

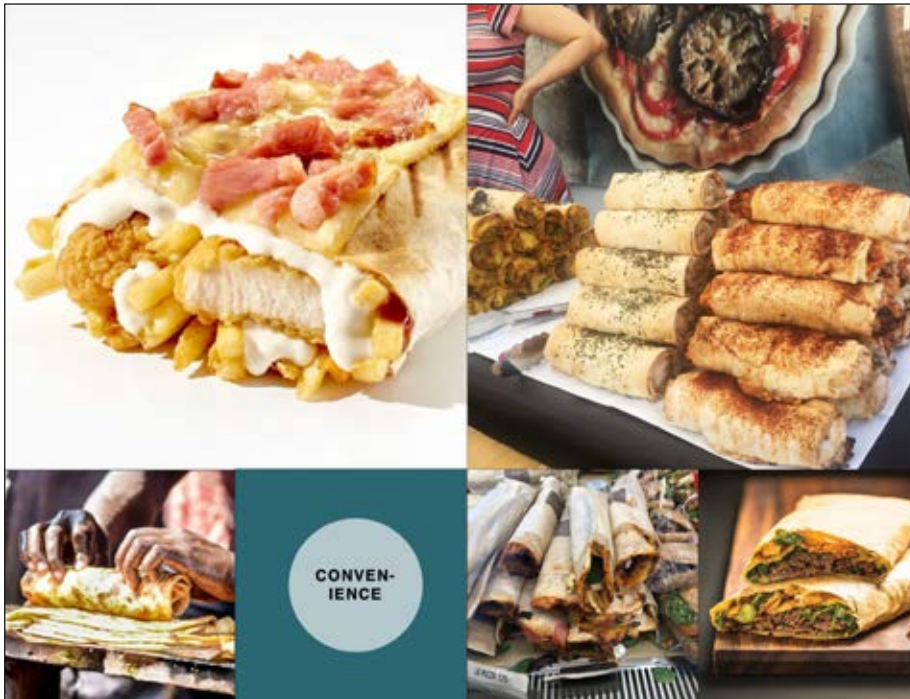
THE BIG BING THEORY: getflavor.com/the-big-bing-theory

JOLLIBEE: jollibee.com.ph

HEY TEA: heytea.com/indexEn.html

JOE'S STEAMED RICE ROLLS: food52.com/blog/23874-best-steamed-rice-rolls-new-york-city-dim-sum-cheong-fun

Cook and roll!

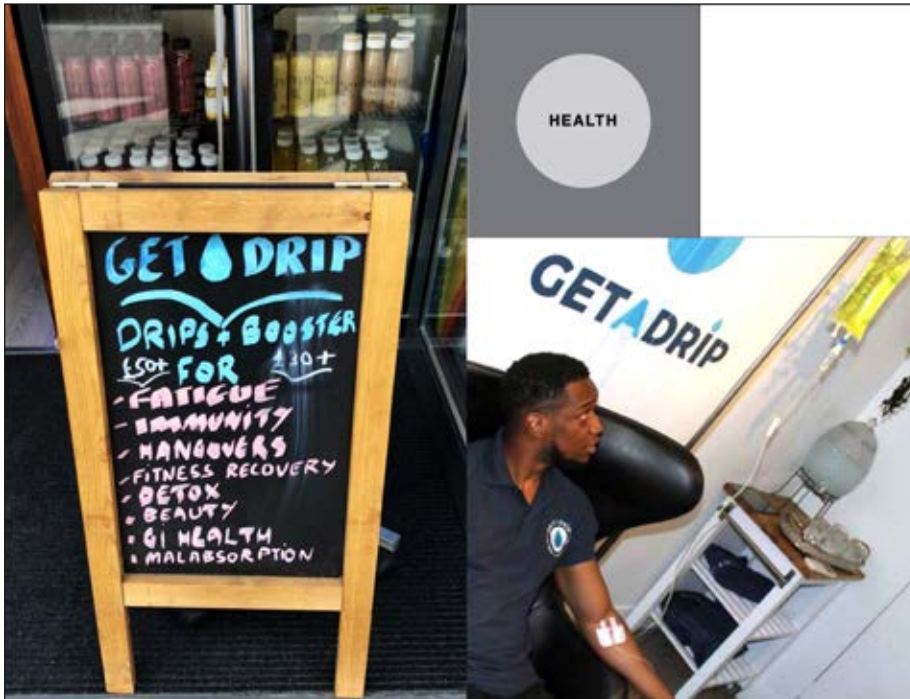


En stor trend är att göra maten bärbar, vi äter allt mer på språng. Det är även något som gagnar både restauranger och retail, då de inte behöver erbjuda sittplatser till alla. Ett exempel på hur det kan göras är att rulla maten till en bärbar måltid, som i England med Shepards Pie, i Frankrike med O'Taco, i Uganda med Rolex och i Sverige med pizza. Good to go!

A major trend is making food portable, we increase our eating on the go. This benefits both restaurants and retail, who don't have to offer seats to everybody. One example of how this can be done is to roll it up! This can be seen done to Shepard's Pies in England, the O'Taco in France, the omelet in Uganda (calling it a Rolex), and with pizza in Sweden. Good to go!

O'TACO CHAIN: o-tacos.com/en/

ROLEX IN UGANDA: [en.wikipedia.org/wiki/Rolex_\(food\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Rolex_(food))



Hälsotrenden tar sig extrema uttryck som IV Therapy där man erbjuds hälsofördelar som energi, minskat åldrande, bättre hår och ökad potens, men inte i form av en smoothie som brukligt. Istället öppnar caféliknande mottagningar där man får sina tillskott intravenöst. För £30-50 får du en lite roligare helg!

The health trend can come to extreme measures, for example IV Therapy where you are promised benefits like renewed energy, eternal (?) youth, better hair and greater potency, but not in a smoothie this time. Instead you step into what looks like a café and get a jab in your arm. For just £30-50 your weekend levels up!

Party Drip IV Package:

- Saline
 - Potassium
 - Calcium
 - Bicarbonate
- £125**

Get A Drip menu



“May you live in interesting times.”

The Venice Biennale

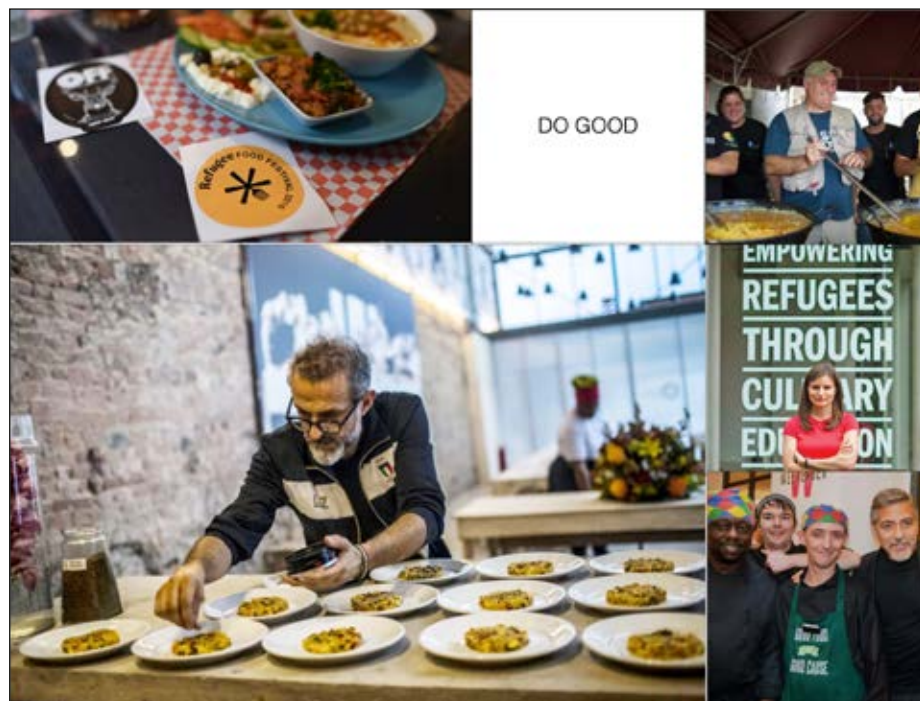
Vi står med många utmaningar framför oss, där miljöfrågan bara är en punkt på agendan. Att hejda CO²-utsläppen är prioriterat, och det vi åter utgör 1/3 av vår klimatpåverkan. Till miljöfrågan adderar framför allt yngre generationer även sociala frågor. Begreppet ”Woke” kommer från USA:s svarta medborgarrörelse men har breddats till att omfatta flera stora frågor. Stay woke!

We face many challenges ahead, and sustainability is just one of the issues. Our highest priority is to control the CO² emissions, and food equals one third of our climate impact. To this task (mostly) younger generations adds questions about social justice. “Woke” is originally an American expression from the black civil rights movement, but has gained a broader meaning of several issues.

VENICE BIENALLE 2019: labiennale.org/en/art/2019

ED ATKINS: en.wikipedia.org/wiki/Ed_Atkins

GENERATION Z: mckinsey.com/industries/retail/our-insights/the-influence-of-woke-consumers-on-fashion



Utöver att erbjuda kunder sina tjänster förväntas företag allt mer att agera i sociala frågor, de förväntas "to do good". Inom restaurangvärlden finns många exempel på program som hjälper flyktingar in i samhället och hemlösa bort från gatan. I år hamnar denna rörelse i världens rampljus då den amerikanska kocken José Andrés är nominerad till Nobels Fredspris för sin katastrofhjälp.

Companies are more and more expected to act in social issues, they are expected to do good. There are many examples of programs in the catering world to help refugees find employment and homeless people get off the street. This movement gets some extra limelight this year as American chef José Andrés is nominated for the Nobel peace prize for his disaster relief.

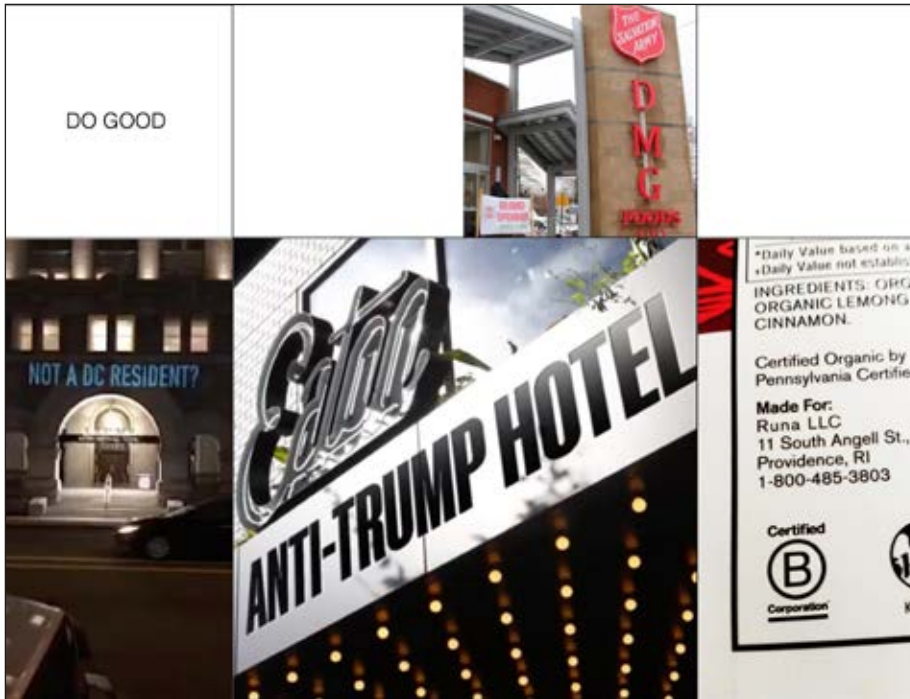
EMMA'S TORCH: emmastorch.org

SOCIAL BITE: social-bite.co.uk

REFETTORIOS: foodforsoul.it

REFUGEE FOOD FESTIVAL: refugeefoodfestival.com/?lang=en

JOSÉ ANDRÉS FOR NOBEL PRIZE: washingtonpost.com/news/food/wp/2018/11/26/jose-andres-is-nominated-for-the-2019-nobel-peace-prize-congressman-confirms/



Även butiker bidrar till att verka för de mest utsatta. Utöver sådant hjälparbete kan företag agera politiskt, som flera olika hotell har gjort. Exempel är att välkomna protester, ge bort hotellnätter till undersökande journalister och till och med anställa politiska aktivister. Det har skapats en märkning "B Corporation" som utöver miljömässig certifiering även granskar sociala och rättvisefrågor.

Retail stores are also active to fend for the most exposed. Beyond such humanitarian work companies now tend to act politically, like several hotels has. Activities can be welcoming protesters, giving lodging to investigating journalists and even employing political activists. The certification "B Corporations" has been created, adding social justice issues to sustainability certification.

"Companies that get awarded B Corp status have committed to using their business to work towards a more inclusive and sustainable economy."

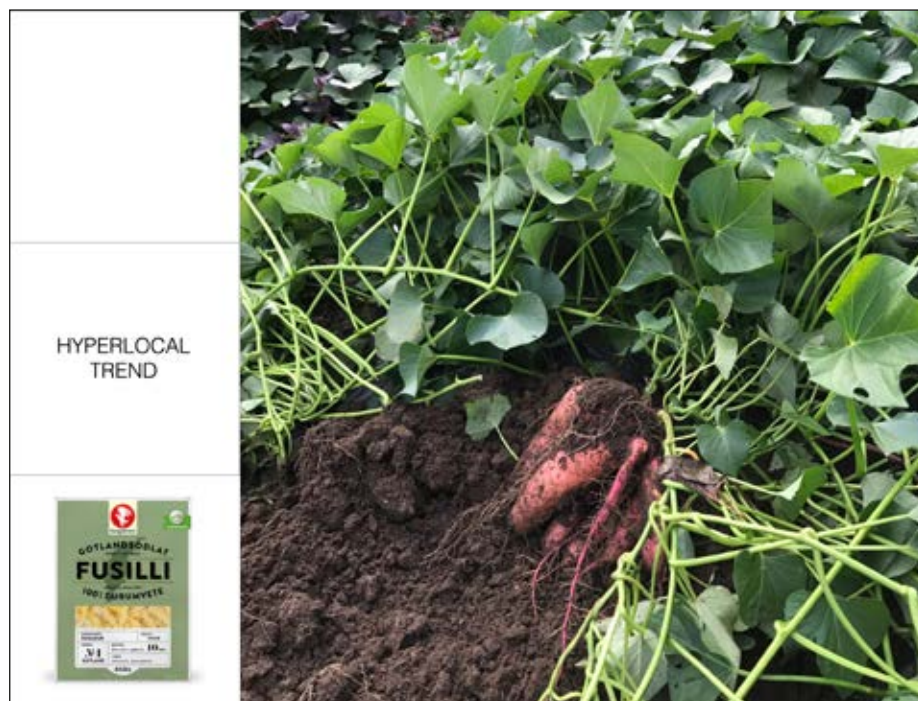
B Corporations

DO MOSTLY GOOD STORE: dmgfoods.org

EATON WORKSHOP HOTEL: eatonworkshop.com/hotel/dc

THE STANDARD HOTEL: standardhotels.com/culture/Ring-Your-Rep-High-Line-Phone-Booth

B CORPORATIONS: bcorporation.net



Efter att ekologiskt avstannade i tillväxt 2018 kommer det lokala att bli allt starkare. I vår undersökning Matrapporten 2019 är lokalproducerat den viktigaste faktor när man handlar. Samtidigt med detta, som en eventuell följd av klimatförändringar, experimenterar bönderna med grödor som vanligtvis inte ses som svenska. Pasta av gotländskt durumvete finns redan att köpa. Vad sägs om sötpotatis, quinoa eller wasabi från Sverige?

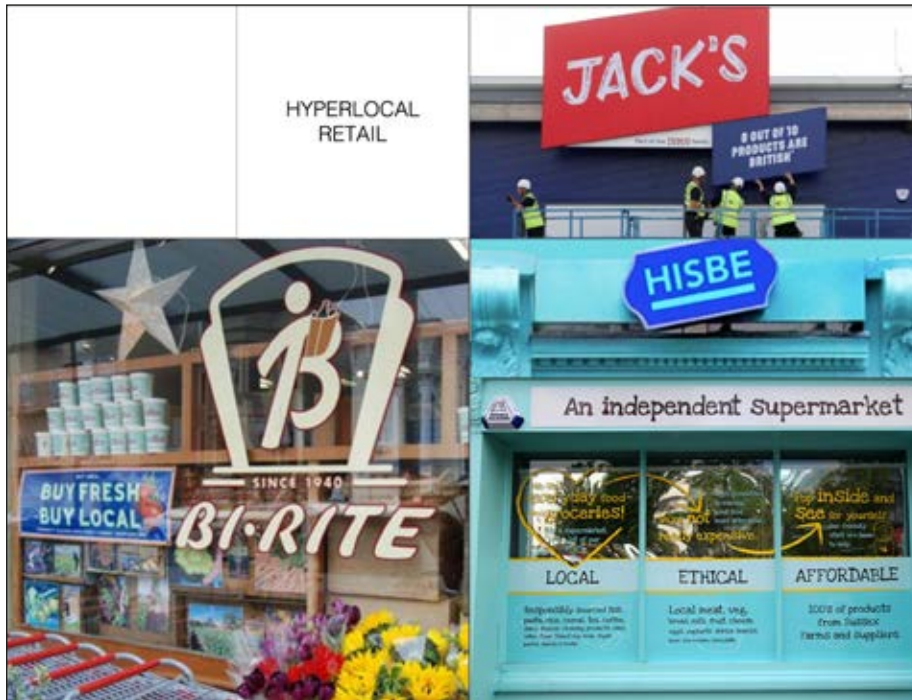
In 2018 the growth of organic came to a halt in Sweden. This will shift the focus to local produce, that is now the most important factor when shopping groceries according to our latest Matrapporten survey. At the same time, maybe as a result of climate change, farmers try to grow crops that is not usually seen as Swedish. Pasta with durum wheat from Gotland is already found in retail. What about sweet potato, quinoa and wasabi all from Sweden?

Most important when grocery shopping:

- 20 % Local
- 16 % Affordable
- 13 % Produced sustainable
- 12 % No additives
- 9 % Known brand
- 7 % Organic

Food & Friends
Matrapporten 2019 survey

SLU: slu.se/ew-nyheter/2018/9/introduktion-av-nya-groddor-svensk-sotpotatis/
 SWEDAVIA STATISTICS: swedavia.se/globalassets/statistik/swedavia_201907.pdf
 MATRAPPORTEN 2019: foodfriends.se/rapporter/
 FRÅN SVERIGE SURVEY: fransverige.se/aktuellt/svenskmarkning-i-topp-i-ny-attitydmatning/
 ICA LOCAL SURVEY: lantbruk.se/lantbruk/allt-fler-koper-svensk-mat-i-affaren/



Det lokala har blivit en viktig fråga för mathandeln, och i USA och England finns det flera exempel på butiker och kedjor som går ut starkt med det lokala löftet. På vår fråga till de svenska kedjorna har vi inte fått några svar utom för enstaka varugrupper, så som färskt kött.

Local produce has become important in food retail, in both USA and the UK there are many examples of stores and chains that makes good on the local promise. We have asked the Swedish retailers how they stand on the issue but haven't gotten any answers except for specific categories such as fresh meat.

8 out of 10 food and drink products are grown, reared or made in Britain.

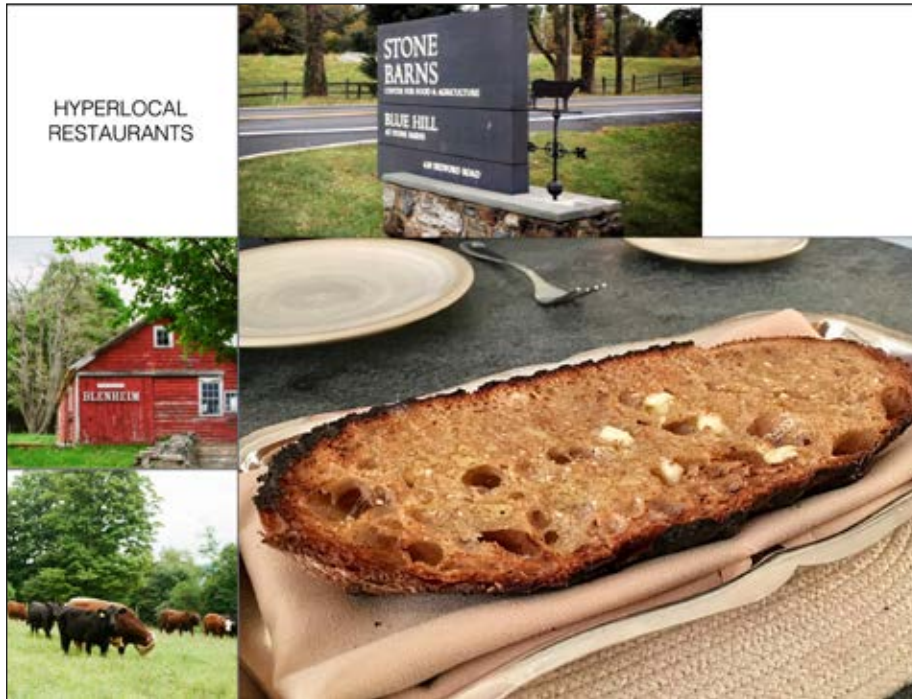
Jack's (Tesco)

BI-RITE MARKET: biritemarket.com

HISBE: hisbe.co.uk

JACK'S: jacks-uk.com

MORRISONS LOCAL GROWS: reuters.com/article/us-morrisons-results/uks-morrisons-targets-local-suppliers-as-profit-rises-idUSKCN1GQ0RF



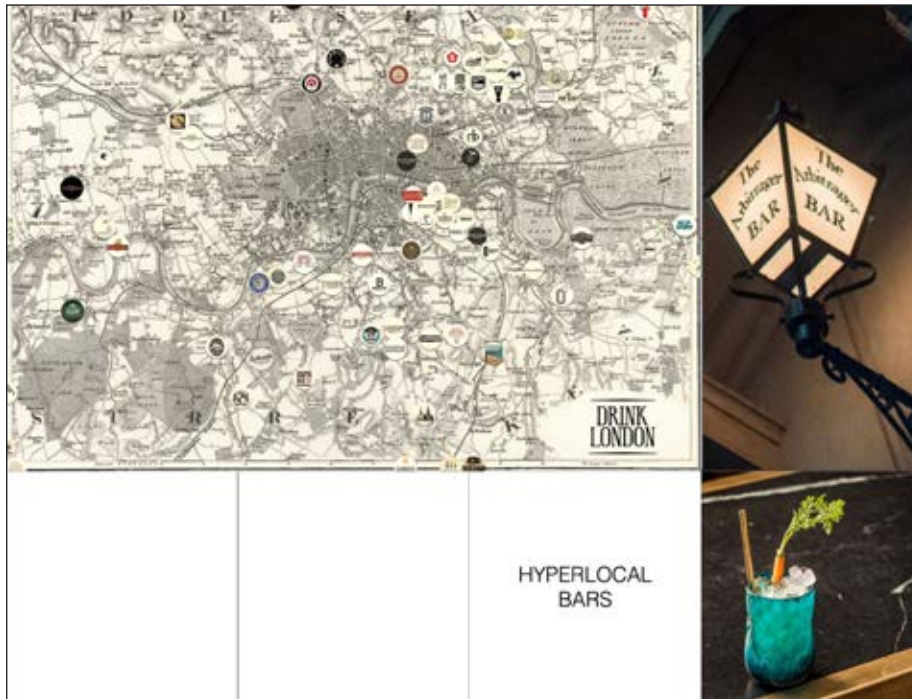
En del restauranger har en lång historia av att erbjuda lokala råvaror och tekniker, och Norden har varit framträdande med till exempel Noma och Fäviken. Nu växer den här trenden både internationellt och i bredare lager. Nästa steg i utvecklingen är att restaurangerna köper upp egna gårdar för att få sina råvaror exakt som de vill ha dem. Här har Blue Hill at Stone Barns varit en föregångare.

Some restaurants have a long history of offering local produce and techniques, and restaurants in the Nordic Countries such as Noma and Fäviken have been early with this. Now the local trend grows both internationally and to wider audiences. The next step is that restaurants acquire farms to get the produce exactly as they want them, like Blue Hill at Stone Barns did early.

Farm *and* table.

Wall Street Journal

A RAKE'S PROGRESS RESTAURANT: thelinehotel.com/dc/venues/
 BLUE HILL AT STONE BARN'S: bluehillfarm.com/dine/stone-barns
 BLENHEIM RESTAURANT: blenheimhill.com
 WOODS HILL TABLE RESTAURANT: woodshilltable.com



Drink London.

The Arbitrager

Även barer blir mer lokalt präglade. Man kan se exempel som förbjuder basingredienser, så som citron och lime, för att de inte odlas i närheten. Istället tillför man syra till drinkarna med vinäger eller verjus. Mer extrema barer i London drar en gräns vid ringleden M25 och köper alla sina ingredienser inom den.

Even bars are working in more local ways, for example banning basics like lemon and lime as they are not grown locally. Instead acidity is added in drinks by mixing with vinegar and verjus. More extreme bars in London draw the line by the M25 ring road, and do all their sourcing within.

A RAKE'S BAR: thelinehotel.com/dc/venues/
 THE ARBITRAGER: thearbitrager.co.uk
 THE HIDE: thehidebar.com



Spritsorter har, på samma sätt som många grödor, förknippats med olika regioner av världen. Men precis som med sötpotatis från Bjäre så håller det på att luckras upp. Sverige är inte längre bara en ny whiskynation, vi gör även världens bästa lagrade gin. Allt det som kan tillverkas lokalt kommer att tillverkas lokalt. Variationer från det vi vant oss vid idag kommer vara del av berättelsen.

Spirits has, in the same way as many crops, been associated with certain regions of the world. But exactly like growing sweet potatoes in Bjäre, that doesn't apply any more. Sweden is no longer just a new nation within whisky, we also make some of the best gin. Everything that can be made locally, will be made locally. Deviations from what we expect today will be part of the story.

“We are on a constant search for flavor.”

Empirical Spirits

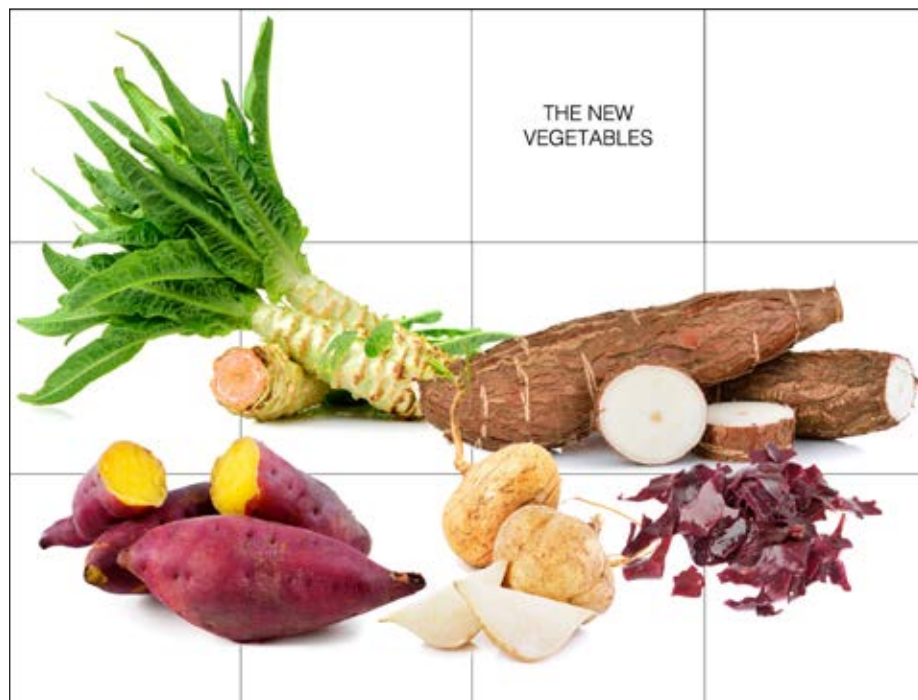
SPRITMUSEETS GINMÄSSA: spritmuseum.se/kalender/svensk-gin-2/

MACKMYRA GIN: labdistillery.se/#section-3

WORLD GIN AWARDS 2018: worldginawards.com/winner/country-winner-13-world-gin-awards-2018

HERNÖ GIN: hernogin.com

EMPIRICAL SPIRITS: shop.empiricalspirits.co



Med nya matvanor kommer vi att se nya ingredienser på tallriken, framför allt vad gäller grönsaker. Vi söker hela tiden variation och behöver dessutom ersätta köttet som komponent när vi drar ned på det. Några tips är kassava, japansk sötpotatis, jicama, celtuce och sjögräs som dulse.

With new eating habits comes new ingredients on your plate, especially in regards to greens. We constantly crave variation, and more over need to replace meat as a meal part when we decrease our consumption. A few tips are cassava, Japanese yams, jicama, celtuce and seaweed like dulse.



“Your go-to morning beverage to support productivity, focus and creativity.”

Four Sigmatic Coffee

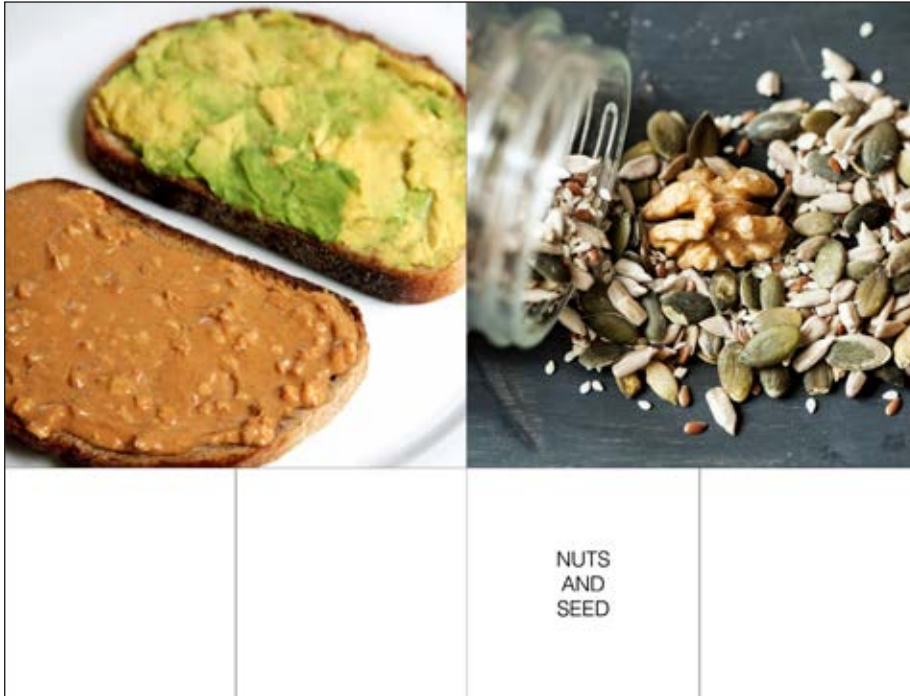
En av de ingredienser vi kommer att se mer av framöver är svamp. Utöver unika hälsoegenskaper, både enligt tro och vetenskap, så är svamp lämpligt att ersätta köttet med när vi svänger om till ett grönare ätande. Många asiatiska kök använder redan svamp som en basingrediens. Förvänta er svamp i alla former, till och med i kaffe för mer energi.

One of the ingredients that will take a bigger part of your plate is mushrooms. In addition to its unique health benefits, both according to myth and science, mushrooms are also versatile to replace meat when we switch to eating greener. Many Asian kitchens already rely on fungi as a basic ingredient. Expect to come across mushrooms in all shapes, even in coffee as an energy booster.

LYLE'S RESTAURANT: lyleslondon.com

ASKA RESTAURANT: askanyc.com

FOUR SIGMATIC COFFEE: us.foursigmatic.com



Enligt EAT Lancet-rapporten ska vi femdubbla vår nötkonsumtion fram till år 2050. Det kommer kräva att vi börjar se på nötter som framför allt snacks. De senaste åren har både nötter och frön ökat i försäljning. Förbered er på mer spreads så som jordnötssmör och tahini, men gjort på flera olika råvaror.

According to the EAT Lancet report we are to eat five times more nuts by 2050. This means that we must consider nuts as something more than just snacks. The last few years sales of both nuts and seed has grown, so prepare to meet more spreads like peanut butter and tahini, but from different produce.

Is it all nuts?

Medium.com

NUT AND SEED SALES: globenewswire.com/news-release/2018/07/25/1541808/0/en/Global-Nuts-And-Seeds-Market-Will-Reach-USD-1345-27-Billion-By-2024-Zion-Market-Research.html

EAT LANCET REPORT: eatforum.org/eat-lancet-commission/eat-lancet-commission-summary-report/



Vill man göra gott med sitt ätande kan man välja invasiva arter. De är djur som ofta hamnat i ett annat ekosystem där de saknar naturliga fienden – utom människan. I USA drivs kampanjen "Eat Lionfish" med bland annat kokböcker, och hamburgerkedjan Farmburger har nyligen lanserat en Catfish Sandwich. Vad ska vi göra i Sverige med en ökande sälstam som går åt torskstammen?

If you want to do good with your eating, you can order invasive species. These are animals that have been displaced in the ecosystem where they lack natural enemies – but mankind. In USA the campaign "Eat Lionfish" produces cookbooks and the chain Farmburger has recently launched a Catfish Sandwich. In Sweden we have an increasing numbers of seals. Hungry, anyone?

If we can't beat them, let's eat them.

Eat Lionfish Campaign

EATING INVASIVE SPECIES: eattheinvaders.org

NATIONAL OCEAN SERVICE CAMPAIGN: oceanservice.noaa.gov/news/weeklynews/june10/eatlionfish.html

FARM BURGER CATFISH SANDWICH: farmburger.com/menu/

SEAL HUNTING: svenskjakt.se/start/nyhet/salen-hotar-ostersjons-torskbestand/



Real food, freshly printed.

Natural Machines

Jakten på att minska förpackningsmaterial fortsätter, och försäljningen av flaskvatten mattas av i USA. Soda Stream profilerar sig hårt som det vettiga alternativet till flaskvatten. Exempel på hur det kan breddas är tonic, som nu säljs som koncentrat, liknande en saft. Tekniken runt 3D-printers börjar nu komma till restauranger på riktigt med Natural Machines.

The pursuit of reducing packaging materials continues, and the sales of bottled water has peaked in USA. Soda Stream promotes itself as the sensible alternative to bottled water. Examples on how this concept can be widened is tonic water that is sold as concentrate, like a syrup. The 3D food printing technique is now starting to enter restaurants with Natural Machines.

BOTTLED WATER DECLINES: worldwatch.org/node/5878

SWEDISH TONIC: swedishtonic.com

UGLY PRODUCE: theguardian.com/environment/2016/jul/13/us-food-waste-ugly-fruit-vegetables-perfect

NATURAL MACHINES: naturalmachines.com

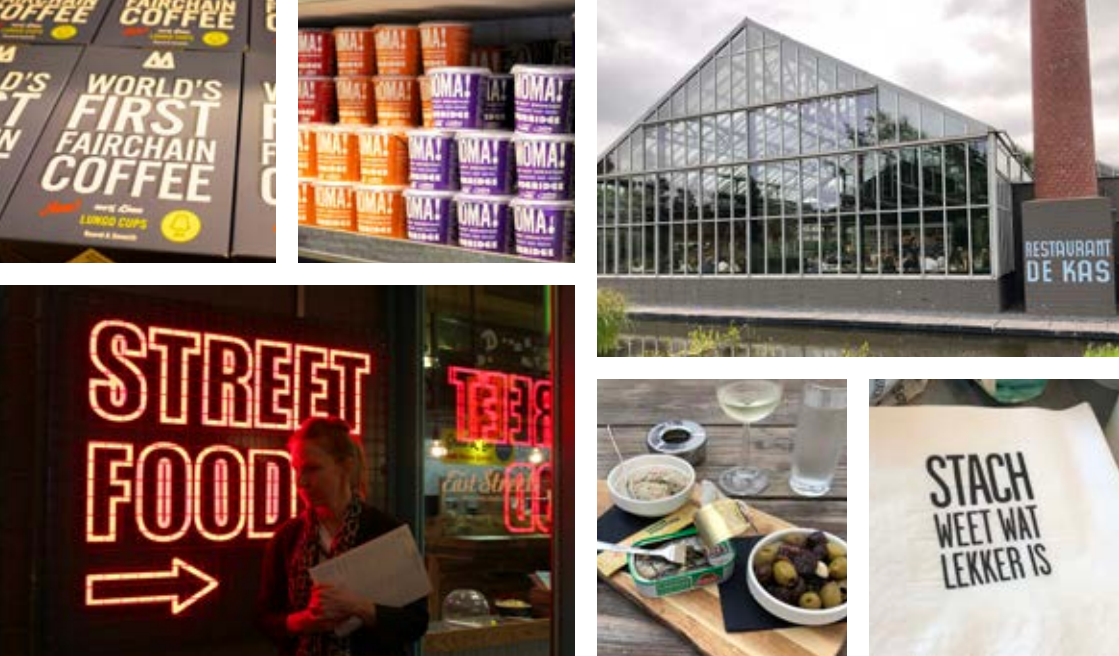


“You can make something out of nothing.”

CNN

Med alla utmaningar vi står inför kommer även många lösningar att presenteras. Finska Solar Foods har skapat en process där de utvinnet protein ur koldioxid, vatten och solljus. Produkten heter Solein och planeras att börja produceras under 2021, då den kan användas i matproduktion som en råvara. Med Solein kan vi skapa föda av våra klimatproblem.

Along with all the challenges we are facing many solutions will be presented. Solar Foods from Finland has created a process to produce protein from carbon dioxide, water and sunlight. The food is called Solein and is scheduled to start production in 2021, where it can be used in food production as a staple. With Solein we can create food from our climate problems.



URBAN SAFARI LONDON & AMSTERDAM

Behöver du inspiration, vill du ha koll på vad som håller på att hända? Gör en Urban Safari i London eller Amsterdam – två dagars spaning unikt skraddarsydd efter era behov. 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 trend@foodfriends.se

Need inspiration? Want to know what's next to come? Book an Urban Safari to London or Amsterdam – two days uniquely tailored to your needs. Restaurants, cafes, shops, food markets and hotels. Fill up your minds and then think new. We have done Urban Safaris for over 15 years and will guide you to the best.

For more information, contact us at trend@foodfriends.se

“Some movements start as trends, then become necessities.”

Whole Foods



▲ Abba Commercial, TVC, digital, social & PR



▲ Korvbrödsbagarn Commercial, TVC, social & PR



▲ Kavli Majonnäs Campaign with ads & social



▲ Svensk Vinter Design



▲ Santa Maria Launch new packs PR



▲ Kavli Raket Relaunch campaign, digital & PR



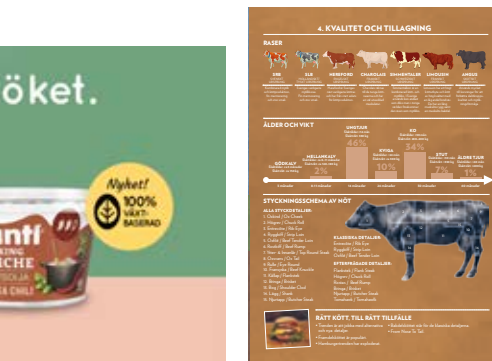
▲ Planti Launch campaign, digital & PR



▲ Lavazza PR & influencer event



▲ Melleruds Åre Gastonomy Week, social, PR & event



▲ Scan Education package



▲ Hatting Social media



▲ Orkla Sustainable campaign B2B

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

**FOOD &
FRIENDS**

WE CREATE CRAVINGS.