

Mat i förändring — *trender som formar framtiden*

DLF | Foodservice '21

Presentatör: Johan Åkesson, *framtidsstrateg och grundare av strategibyran Hint*

Hint – strategipartner med framtidsfokus



Johan Åkesson
Founder & Futurist



Jonna Dagliden Hunt
Trend analyst/Editor



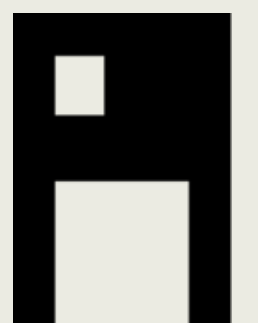
Claes Bodén
Founder & Strategist

- **Framtidssäkring** – skapar brygga från *trender och insikter till action*
- **Varumärke, affärserbjudande, kommunikation**
- **Experter på Early Adopters och konsumentbeteenden**
- **Stor erfarenhet inom HoReCa, Retail och FMCG**
- *Snacka mer om framtiderna som påverkar just ditt företag? johan@hintpartners.com*

Exempel på Hints kunder 2021:



Hint



- 1. Pandemi effekter**
- 2. Modigare varumärken**
- 3. Nya steg för växtbaserat**

The super fast fifteen minute version

Pandemi- effekter

Uppväxlade beteenden får fäste

Covid-acceleration inom konsumentens värderingar och handlingar



Mer
hälsomedveten



Mer
klimatdriven



Mer
lokal



Mer
priskänslig



Mer
digital



Mer
digital

Spökkökens återkomst under pandemin

Marknaden för spökkök växer snabbt



Karma Kitchen (UK)

- Tagit in £252m i investeringar
- Gick med vinst första året
- Lanserades 2014



Globala
marknaden för
spökkök förutspås
nä 10 biljoner SEK år
2030

Euromonitor
(USD 1TN)

DoorDash (USA)

- Tagit in \$2.5 miljarder
- Matchar ihop stängda restauranger med 'Re-open for Delivery'
- Lanserades 2013



Curb (Sverige)

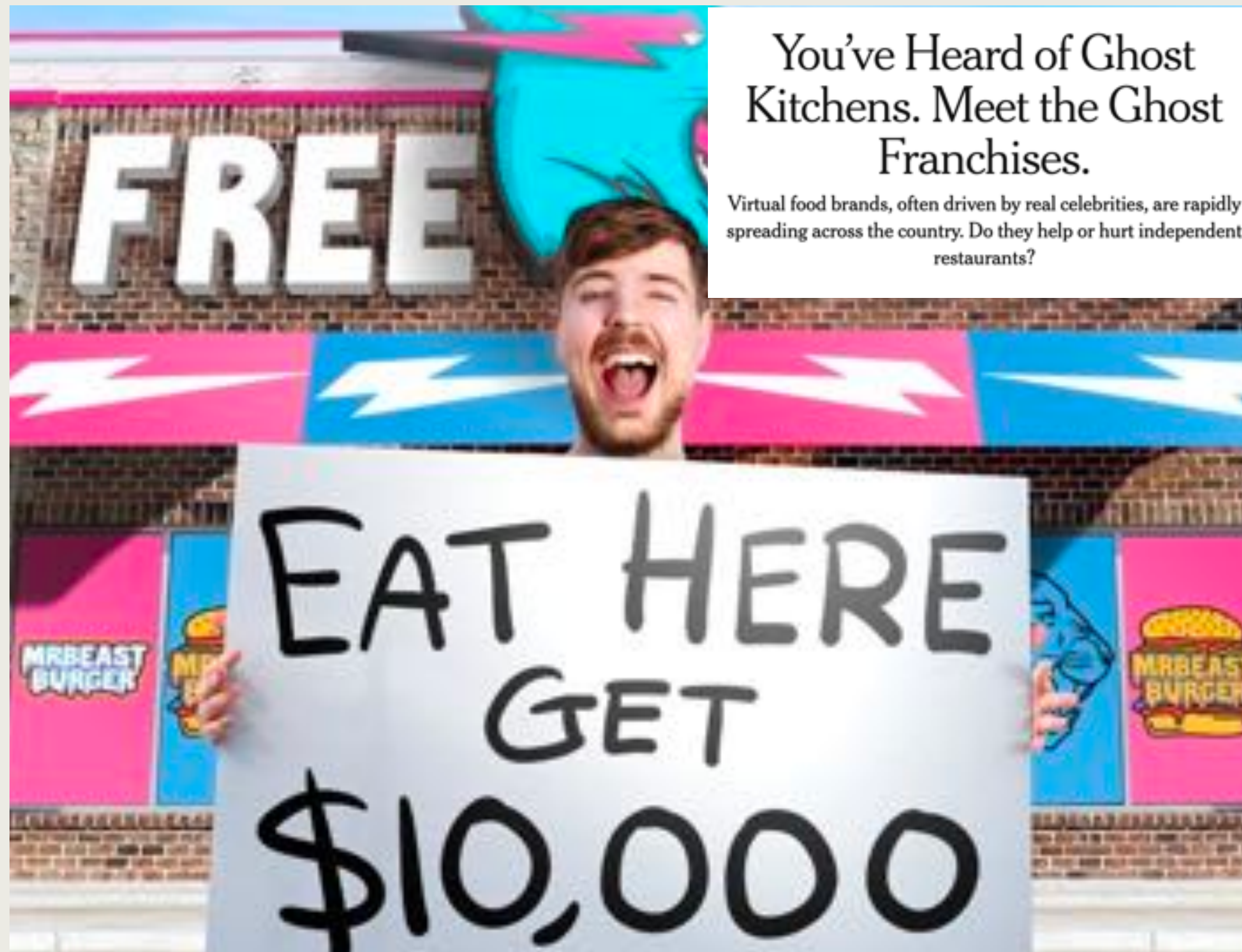
- Tagit in €3,2m i investeringar
- Aktien steg 86% första dagen på marknaden i December 2020
- Lanserades 2020

Hint



Virtuella spök-franchise i allas ficka

Kändisar driver intresse för nytt fenomen i USA



You've Heard of Ghost Kitchens. Meet the Ghost Franchises.

Virtual food brands, often driven by real celebrities, are rapidly spreading across the country. Do they help or hurt independent restaurants?

- Mr Beast Burger: Drivs av den 22-årige YouTube-kändisen Jimmy Donaldson
- Har sålt mer än 1 miljon hamburgare sedan märket debuterade i december
- I utbyte mot en del av försäljningsintäkten tillhandahåller varumärket namn, logotyp, meny, recept och reklambilder till alla restaurangägare
- Företaget bakom: Virtual Dining Concepts



Mer
digital

Fysiska restauranger digitaliseras

Fast casual – snabbare och smidigare sedan pandemin



- QR-koden får hänga med ett tag till
- Egna app-utvecklingar
- Fokus på förenkling, bekvämlighet
- **Nästa steg: Tillbaka till maten, mötet, miljön, magin (!)**

Modigare varumärken



Swap to oat drink and save 73% in CO₂e

THE ORIGINAL
**OAT-
LY!**

**SPOLA
MJÖLKEN**

A graphic of a milk carton, tilted to the right. Inside the outline of the carton, the words "SPOLA MJÖLKEN" are written in a bold, black, sans-serif font. Below the bottom left corner of the carton, there is a simple line drawing of a single drop of liquid.

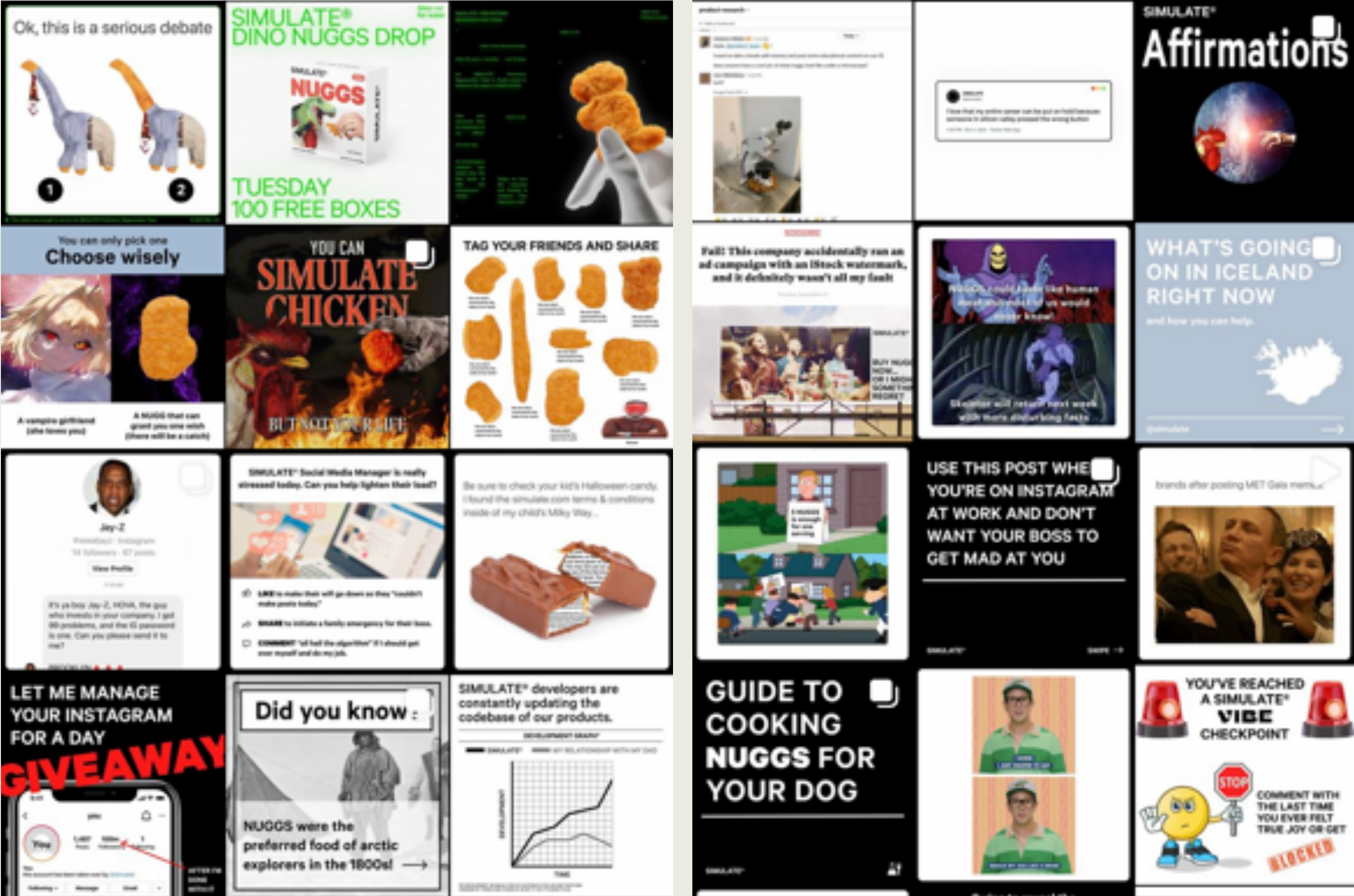
Byt till
havredryck
så minskar du
utsläppen av
växthusgaser
med 75%

THE ORIGINAL

Simulate
USD 50M
 i nytt riskkapital,
 sommaren 2021

Mat- och maktskifte skapar modigare moves

Start-ups och scale-ups inom FMCG skapar fans genom att sticka ut



- Ett matskifte (och maktskifte) – vi äter mer medvetet och med omtanke för planeten
- Ambitiösa mål – bortom enbart sina produkter
- Syftesdrivna – vill förändra världen och livsmedelsbranschen
- Skapar community kring varumärken
- Enorma summor i riskkapital – vågar testa och utmana
- Snabbare börsnoteringar



Restauranger och influencers väljer bort den gröna klimatboven

Smartare versioner av guacamole



”Frozen pea guacamole”



Calum Harris,
influencer:
nära 400 000
likes på
TikTok



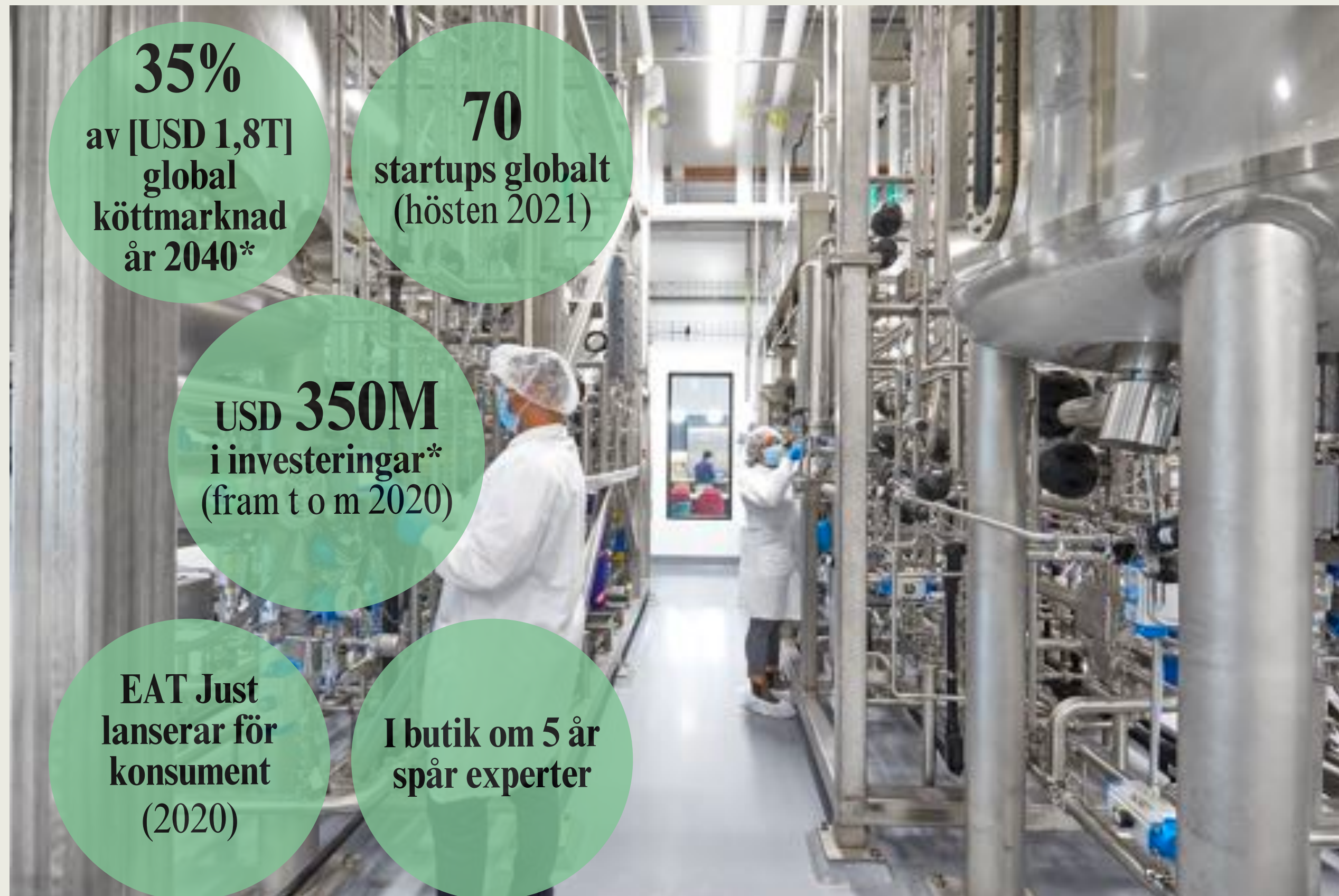
Wahaca: 13
restauranger
i UK

”A vibrant, green guacamole-inspired dip, made from fava beans, green chilli, lime and coriander”

Nya steg för växtbaserat

Behövs växtbaserat?

Kultiverad framtid snart här –senaste utvecklingen för cellbaserat kött, fisk, fågel och mejeri



Den första odlade hamburgaren värderades till USD 300 000 år 2013

I år: 9 dollar

Nov 2021: Upside Foods öppnar en fabrik som kan tillverka 23 ton odlat kött per år

Flexiganernas framfart

Ätande utan etikett

☰ Women'sHealth

The Vegans Who Quit

These women faced major backlash from their followers—and are ready to talk about it.

☰ q INSIDER [Subscribe](#)

9 celebrities who stopped following a vegan diet and why they did it

Why I'm Not Vegan Anymore

One woman's journey from black-and-white healthy eating to a happier shade of grey.

By [Tara Milhem](#)



- Efter fullt fokus på 100% växtbaserat har aspirationen nyanserats
- ”Anti-dietism”
- Konsumenten synar hälsolöften
- Fortsatt engagemang i klimatet
- Kan fortfarande vara 98% växtbaserat – men vill inte sätta en etikett på ätandet

2010-talet: **Imitationer**
2020-talet: **Variationer**

Burgarmätning

Fler sanningar för växtbaserat



Flexitarianer (samt nyfikna på vegetariskt):

- A. **39%** vill ha växtbaserad hamburgare som smakar av de växter/ingredienser den är gjord av
- B. **27%** vill ha växtbaserad hamburgare som smakar precis som en gjord av kött

Nästa heta potatis: Anti-processat!

Ny-vego låter grönsaken synas

Allt handlar inte om att förhålla sig till kött



- Brittiska DVH-kedjan Waitrose lanserar hösten 2021 två nya EMV-linjer. En vegansk, en lakto-ovo vegetarisk
- Den senare svarar på konsumentens önskan:
 - Synlig textur
 - Smarrigt – fokus på njutning
 - Upplevs mindre processad
 - Riktiga grönsaker före imitationer

Att ta med:

1. Den digitaliserade restaurangupplevelsen är en hygienfaktor—särskiljning sker genom maten, mötet, miljön, magin
2. Varumärken vågar ta ställning – och konsumenten förväntar sig inget annat. Ju modigare, desto bättre
3. Växtbaserat: Vi går från imitationer till variationer, från veganskt till flexiganskt

**Cheers to
the future,**

Johan Åkesson

johan@hintpartners.com