

# Mattrender

Hvor er vi på vei?



*Strategi- og analysesjef*

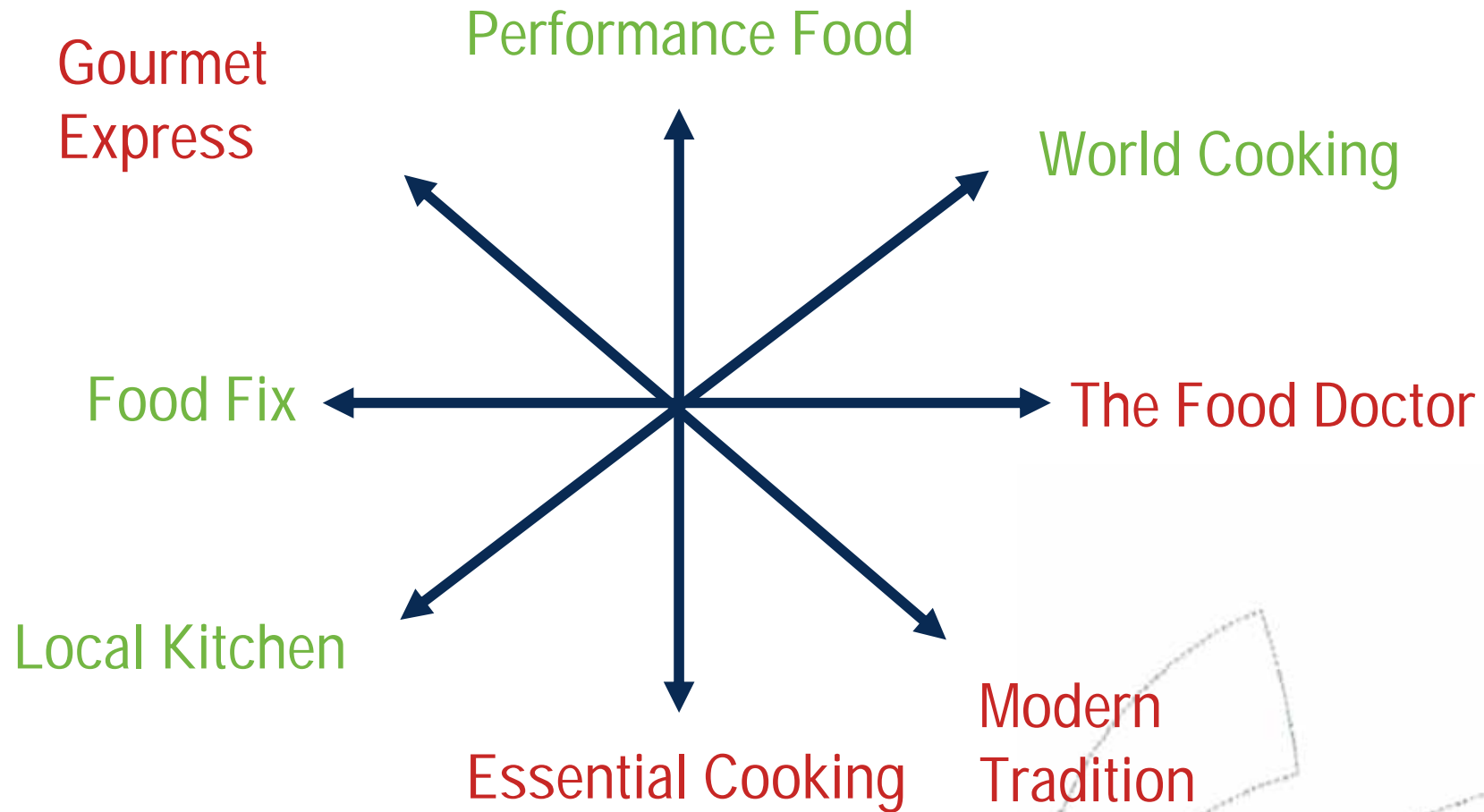
*Hilde Mortvedt*

*270110*

Kilde: PEJ gruppens Foodtrends , Spisefakta

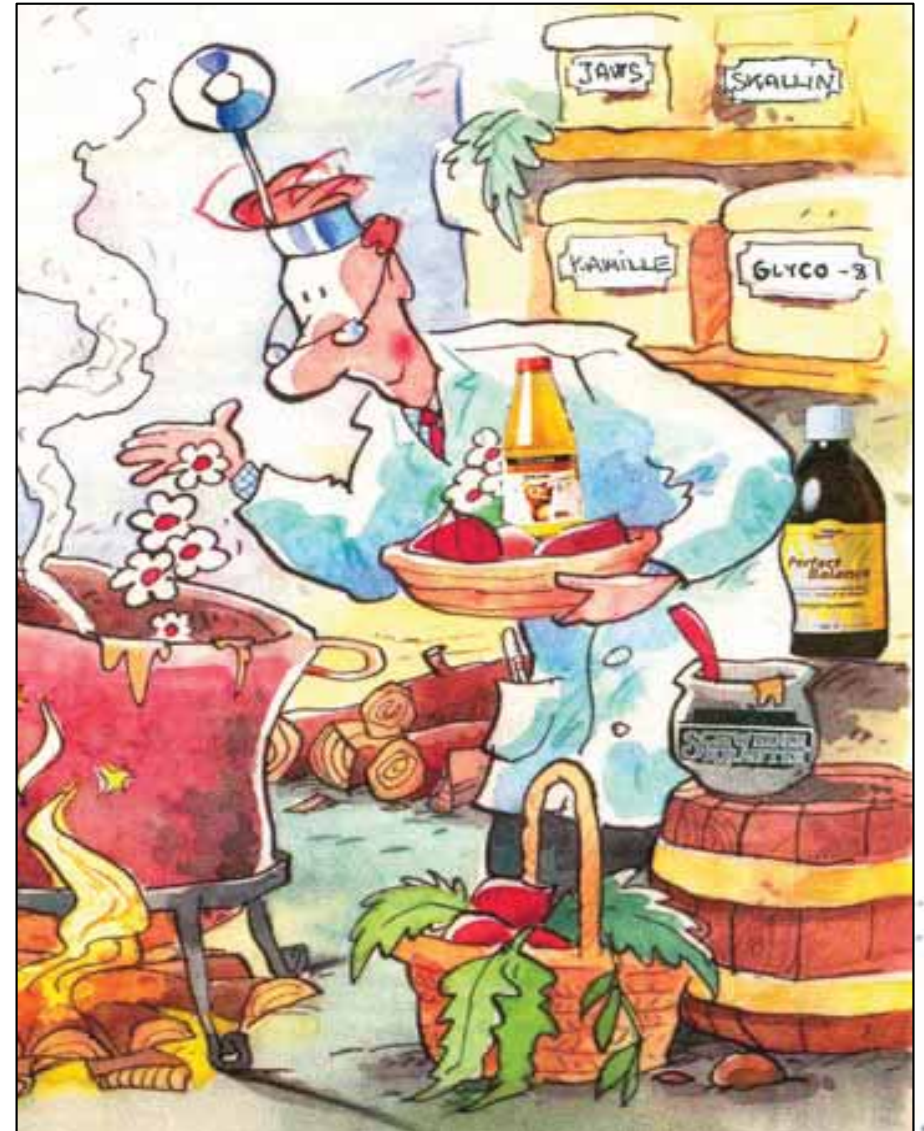
Foto: Opplysningskontoret for Kjøtt, Opplysningskontoret for Frukt og Grønt, Opplysningskontoret for brød og korn, TINE-mediabank og Nofima Mat

# TREND-kartet



# ”The Food Doctor”

- Handler om SUNNHET:
  - ikke bare mindre fett og sukker, men velvære, nytelse, og livskvalitet
- ”Drømmen om det lange liv erstattes med drømmen om det gode liv”
- Helsefascinasjonen på alle nivåer:
  - Segment, spisesituasjon og salgskanal
- Helse utgjør et klasseskille
  - Hva vi spiser har sammenheng med sosial klasse og økonomi
- Individuell sunnhet og personlig ernæring
- Dårlig tid krever enkle løsninger





**NYTELSE**  
**FREMTIDENS**



**SUNNHET**





VELVÆRE



FREMTIDENS SUNNHET





Hva er mest sunt  
??????



# Mat og helse fokus – hva så?



- Interessen for helsestrikkelig kosthold øker fra 2003 til 2007 (44% til 56%).
- Mange frykter fett og sukker
  - 65% er opptatt av ikke å spise for mye fett
  - 82% er opptatt av å ikke spise for mye sukker
- Helseprofil inn i eksisterende produkter:
  - Drikker med aloe vera kapsler
  - Vann med fiber
  - Meieriprodukter med helsebringende bakteriekulturer.
  - Produkter tilsatt omega 3 og omega 6.
- Mellommåltider med energitilskudd, spesielt drikker og energibars

# Industrien sa tidlig at de ønsket å ta ansvar



# ”Power on”



# "Beauty Food"



# ESSENTIAL cooking



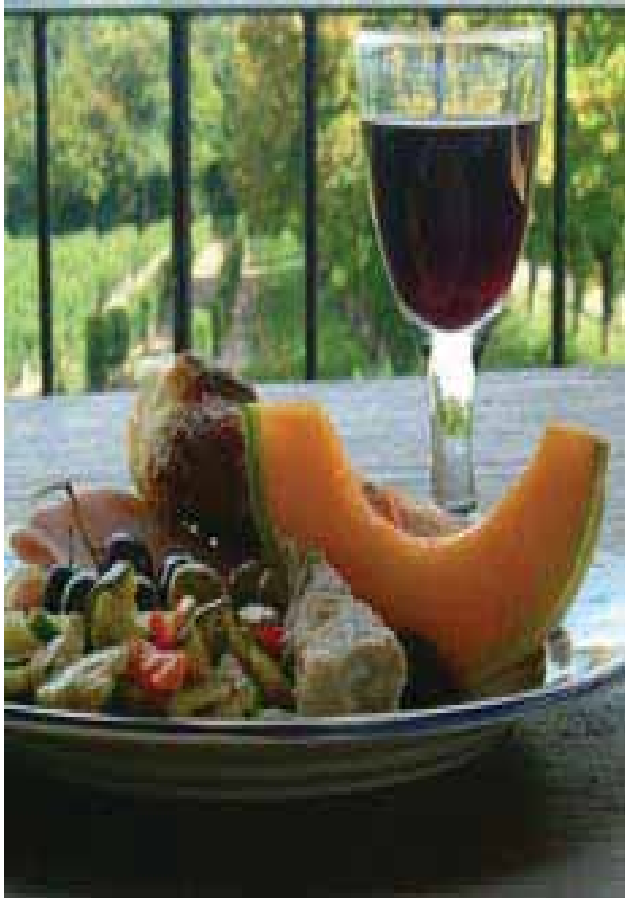
- Forenklet mat
- Naturlig og ekte
- Fokus på råvarens egen smak
- Færre, men bedre råvarer



# Naturlig og ekte – True fruits



# Måltid i utvikling



- Vi spiser sjelden enkeltprodukter, men flere produkter satt sammen i et måltid
- Hurtigmatmåltider i vekst
- Nye distribusjonsformer. Eks: Måltidshjelpen.no.
- Inspirasjon og hjelp til å lage måltidet
- Stor bransjegliding. Eks ost og kjøtt
  - Spekeskinke rullet rundt kremost
  - Geitost pakket inn i bacon
- Utvikling av produkter og måltidsløsninger i samarbeid
- Måltid = Statushistorie: Bygge merkestatus ved å fortelle historier om forbrukernes opplevelser. Eks "Dinner in the sky"

# Hva skal jeg finne på til middag?



UTVIKLET I SAMARBEID MED ERLING SUNDAL

Erling Sundal

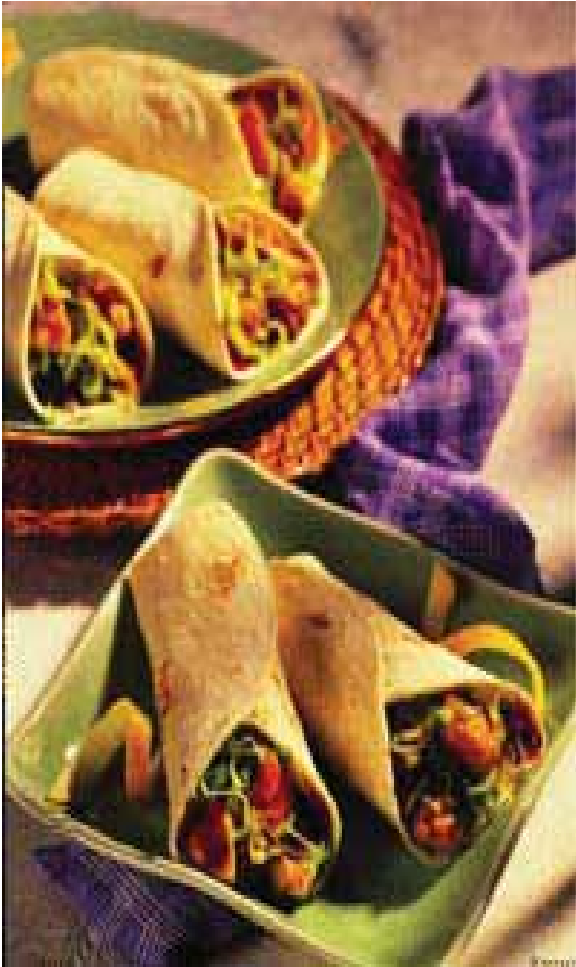
Middag til familien for  
**UNDER**  
HUNDRELAPPEN

**REMA 1000**  
bare lave priser

[Klikk her!](#)

Oppskriftene, produktene og informasjon om kampanjen

# Gourmet Express



- Hurtigmat som IKKE er usunn er morgendagens vinnerkonsept
- Kvalitet, naturlig, fersk, sunn og hurtighet.
- Samfunnsutvikling: individualisering, flere enslige, knapphet på tid og vi spiser til alle døgnets tider
- "Semi-convenience" hjemme
- Spesialiserte konsepter fra det asiatiske kjøkken og landene ved Middelhavet
- På full fart inn i lunsj og overtidsmarkedet både "takeaway og delivery".



## 3 ting på en gang - måltid, helse og convenience



**BLUE ELEPHANT**  
Royal Thai Cuisine

**Thai Cooking Sets**



**and  
rass  
ect**



**Cook at home...  
like in Bangkok**

- † All fresh ingredients flown from Bangkok in one set
- † Detailed recipe with step by step pictures
- † Ready within 10 to 25 minutes
- † Original and so delicious

[www.blueelephant.co.th](http://www.blueelephant.co.th)

hant.co.th

Mange asiatiske selskaper har sett markedspotensiale i Europa

# Food service vokser raskest

- Butikk (dagligvarehandel) og cafe (servering) smelter sammen
- Kombinasjonskonsepter "cafe og måltidsbutikk" ser dagens lys (Ostehuset i Stavanger og Whole Foods Market i USA)
- Cateaway- Vi kjøper middag med hjem fra kantina
- Automatbransjen vokser



 **Nofima**  
mat

# ”Modern Traditions”

- Gammeldags mat på en ny måte
- Gamle håndverkstradisjoner, oppskrifter og hjemmebakst
- Trygghet, hygge, romantikk og nostalgi
- Drømmen om tid og ”bestemors kjøkken”
- Steinovn og surdeig
- Retro og redesign på emballasje.



Grovhetsprosent: 3%

## Steinovnsbakt

MED SURDEIG OG DURUMHVETE

Dekor: Rugmel



500 g

Våre Steinbakte brød er basert på gamle oppskrifter med surdeig, stekt i original steinovn. Dette gir en saftig og god kvalitet.

Nofima  
mat

# Bygg og hvete i mer moderne drakt





# Fremtiden flytter inn.....



- Aksept av teknologiens muligheter.  
Eks: GMO mat er bedre enn at verden sulter
- Interaktivitet med forbrukeren
- Blogging
- Utnyttelse av hele råvaren: Fra restråstoff til ny verdiskaping
- Molekylær gastronomi: Nye smakskomponenter og ny teknologi kan gi nye produkter i nye former
- Muligheter innen nano- og genteknologi. (Velge smak og innhold av bioaktive komponenter)



AQUA SMART

Ditt valg  
Din smak

- Solbær
- Rips
- Eple
- Sitron

# Vann med "smak i korken"



# Takk for oppmerksomheten!





# ”Local Kitchen”



- Lokal og tradisjonell mat
- Matspesialiteter og fokus på det originale og mat med særpreg
- Naturen, råvarene og historiefortelling har styrket det skandinaviske image
- Voksende interesse i utlandet for det skandinaviske kjøkken og livsstil. Våre mattradisjoner oppfattes som eksotiske av utlendinger



# Gjennombrudd for frukt i KBS

- Ferskkuttet frukt i porsjonspakninger – Bendit - har økt over 100% det siste året
- Deli de Luca designet sitt eget display "Frukthagen".
- Fruktalat i beger og lunsjbrett med grønnsaker og frukt

