



FAZER FOOD SERVICES

# Framtidens mat

TRENDRAPPORT 2019

Nya proteiner  
tar plats

Framtidens  
mat är  
grön

Är du redo för  
en glutenfri grön  
burgare? Läs mer  
på sidan 17.



Snabbmat på nytt vis



## FÄRGEFFEKT

Forskning har visat att när vi äter något sött från en vit tallrik upplever vi smaken som sötare än om den serveras på en svart tallrik.

# Upplevelser för alla sinnen

**Mat och sinnen** har alltid varit nära sammankopplade men den sensoriska vetenskapen, som studerar hur våra sinnen upplever stimuli, används nu allt oftare. Dessutom har måltidernas presentation och utseende blivit viktigare än någonsin. Den kunskap som den sensoriska vetenskapen samlar in kan bidra till att skapa mer lockande mat menar Johan Swahn från Sense Lab vid Örebro universitet, och förutspår att vi kan förvänta oss fler spännande saker i framtiden.

## Varför är sensorisk vetenskap särskilt intressant för livsmedels- och dryckesindustrin?

– Vi har sett ett växande intresse för att mäta och förstå uppfattning, särskilt från ett marknadsföringsperspektiv. Därför har sensorisk marknadsföring och hur den kan påverka och förändra sättet vi kommunicerar kring mat och dryck blivit viktigare. Att förstå hur sammanhang, färger, former och ljud kan påverka smaken och/eller upplevelsen av smak är avgörande för att se till att rätt produkter blir tillgängliga. Det kommer att bidra till bättre och kanske rentav hälsosammare matupplevelser i framtiden. Det ger också fantastiska möjligheter till stöd för hälsa och välfärd, kampen mot fetma och stöd till äldre, sjuka och så vidare.

## Vilken roll kommer sensorisk vetenskap ha i livsmedels- och restaurangbranschens alltmer digitala framtid?

– Sensorisk vetenskap spelar en viktig roll för att skapa och förmedla en konkret upplevelse på nätet. Jag kallar det för "visual cravings". Här blir saker som färger och typografi viktiga, liksom matens rörelser. Över 80 procent av alla videoklipp som ses på Facebook ses utan ljud, så hur kan

man skildra en matupplevelse utan ljud och med samma effekt?

En intressant trend är att många restauranger frångår den traditionella tryckta menyn på sina webbsidor och i stället satsar på bilder och inspirerande beskrivningar i sociala medier. Förr betraktades menyer med matbilder som typiskt för turistrestauranger med intetsägande mat, men i dag är en visuell meny något helt annat och ofta en förutsättning för att till exempel en millennial ska välja en viss restaurang.

## Vad tror du att vi kommer att få se mer av på restaurangerna i framtiden?

– Kockar och restauranger kommer att fortsätta att skapa häftiga matupplevelser, men även göra dem hälsosamma och hållbara. Hälsa kommer att bli lika viktigt som god smak och de här två områdena kommer inte längre att vara oberoende av varandra. Det kan göras med hjälp av sensorisk vetenskap – hur en maträtt presenteras visuellt kan till exempel förbättra uppfattningen av smaken.

## Vad skulle du vilja se mer av i framtiden?

– Att vi äter mer tillsammans. Alla pratar om hur ensamma människor är i dag. Hur vi tillbringar alltmer tid för oss själva och på nätet, men jag tror att det kommer att bli det motsatta. Vi kommer att samlas. I dag erbjuder allt fler restauranger rätter att dela på och gemensamma måltider. Det är socialt, och de mindre portionsstorlekarna innebär också att notan blir billigare, så att man kan äta på krogen utan att spräcka sin budget. Mat är till för att delas och vi kommer att fortsätta att skapa våra egna "familjekretsar" oavsett om vi lever ensamma eller inte.



**JOHAN SWAHN** har en doktorexamen i sensorisk marknadsföring och är forskare på Sense Lab vid Örebro universitet. Han är också en av grundarna till Diaz & Swahn, ett vetenskaps- och trendbaserat matkonsultföretag som specialiserar sig på att kombinera sensorisk vetenskap och marknadsföring med företagande. Johan har skrivit en bok om vilken roll sensorisk vetenskap kan spela inom marknadsföring och arbetar för närvarande med att undersöka vilket slags matbild i sociala medier som är bäst på att förmedla en positiv matupplevelse eller ett sug.