

Trendrapport 2019

Måltidsturism



Visit Sweden

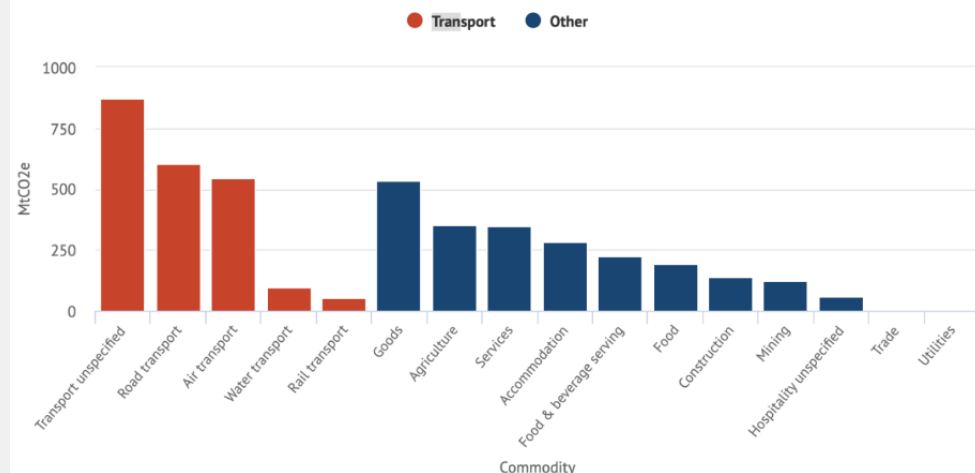
Foto: Susanne Walström/imagebank.sweden.se

1. Mat med ett syfte
2. Funktionell hälsa
3. Autentiska upplevelser
4. En digital verklighet

1. Mat med ett syfte

IFRÅGASÄTTANDE AV TURISM

Carbon footprint by purchased commodity (2013)



Källa: Carbon Brief / <https://www.carbonbrief.org/tourism-responsible-for-8-of-global-greenhouse-gas-emissions-study-finds>

FLYGENS KOLDIOXIDUTSLÄPP
UPPMÄRKSAMMAS

AMSTERDAM

Amsterdam Cracks Down on Mass Tourism (Again) By Removing Famous 'I Amsterdam' Letters

NEWS ANALYSIS

BREXIT AND TRAVEL: LEAVING THE EU IS TURNING INTO A DISASTER MOVIE FOR HOLIDAYMAKERS

Your Biggest Carbon Sin May Be Air Travel

By Elisabeth Rosenthal

For travellers, leaving the EU is turning into a disaster movie – but I can't for the life of me see who is going to rescue us

Tourism is responsible for nearly one tenth of the world's carbon emissions

Air transport and an expanding demand for luxury travel mean the impact of the high-polluting industry is likely to continue growing

MASSTURISM IFRÅGASÄTTS

Visit Sweden

EN ÖNSKAN OM ATT RESA HÅLLBART

87%

vill resa hållbart

46%

associerar "hållbar
resa" med att leva i
miljövänliga
boenden

41%

efterfrågar lokal
mat

Visit Sweden

HÅLLBART RESANDE EFTERFRÅGAS OCH UTBUDET ANPASSAS DÄREFTER



**BHUTAN TULL FÖR
HÅLLBAR TURISM**



**OSTRONSAFARI FÖR ATT
RENGÖRA DANSKA
VADEHAVET FRÅN
INVASIVA OSTRON**



**HÅLLBARA FOOD TOURS I
KÖPENHAMN**

Visit Sweden

BESÖKSNÄRINGEN HJÄLPER TILL ATT STÖDJA LOKALA PRODUCENTER



**FÄVIKEN MÖJLIGGÖR
LOKALT MATHANTVERK**

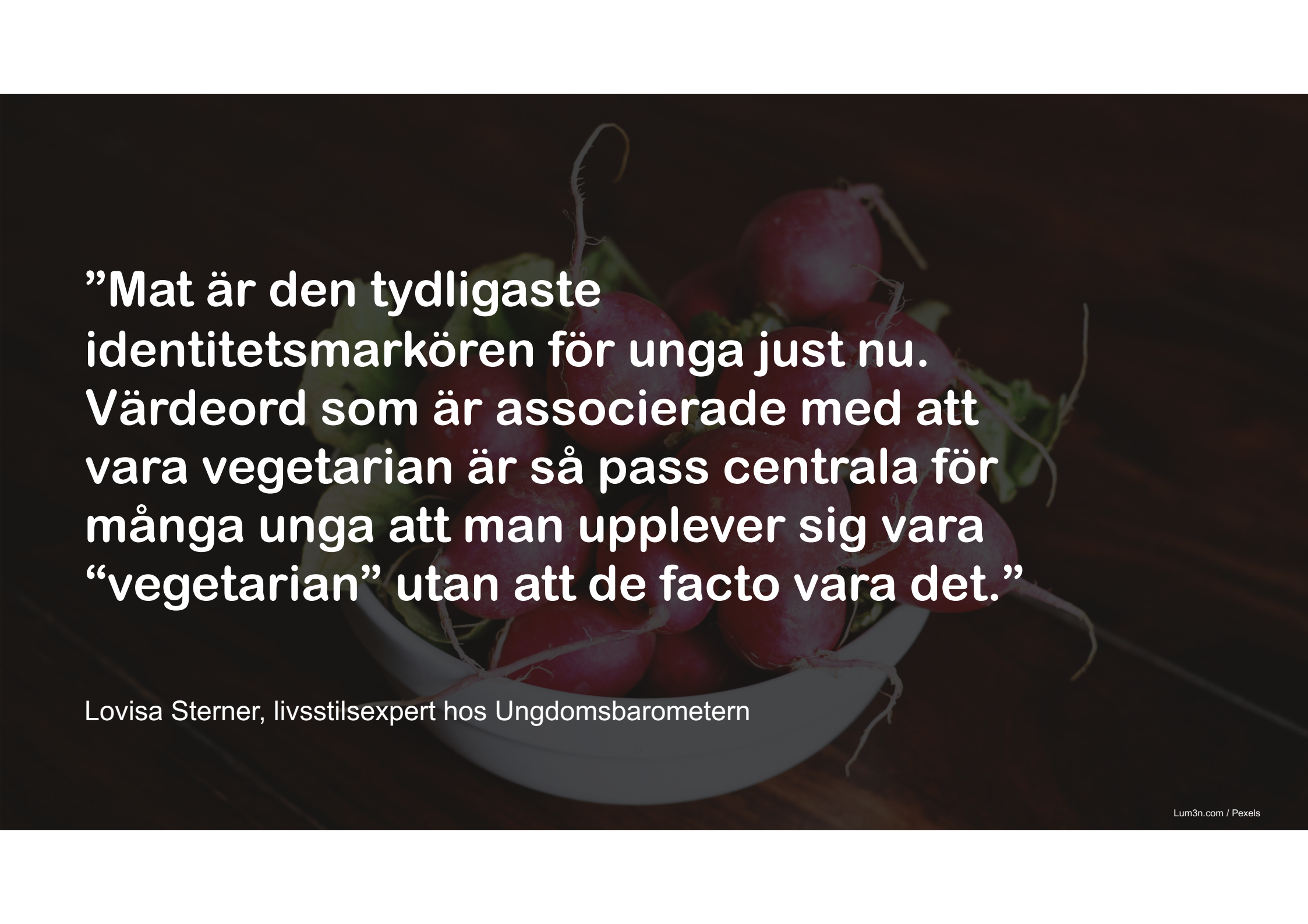


**EKOTURISM BLAND
SYDAFRIKAS VINGÅRDAR**



**AIRBNB: UPPLEVELSER
FÖR SOCIALT
INFLYTANDE**

Visit Sweden



**”Mat är den tydligaste
identitetsmarkören för unga just nu.
Värdeord som är associerade med att
vara vegetarian är så pass centrala för
många unga att man upplever sig vara
“vegetarian” utan att de facto vara det.”**

Lovisa Sterner, livsstilsexpert hos Ungdomsbarometern

FÖRÄNDRAT MATBETEENDE – ”VEG” BLIR MAINSTREAM



2 av 3 säger att de äter mindre kött

5% är vegetarianer

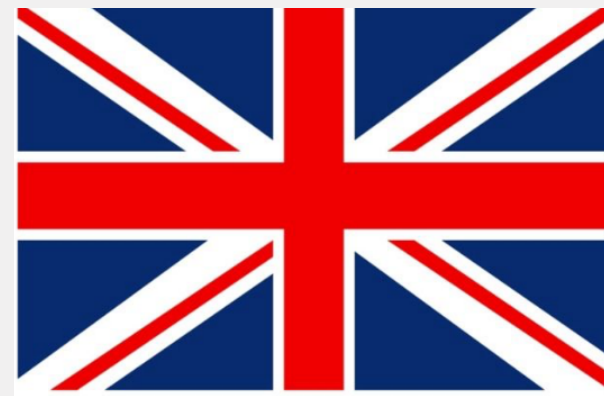
3% är veganer



31% väljer att äta mindre kött

10% är vegetarianer

1,6% är veganer



21% är flexitarianer

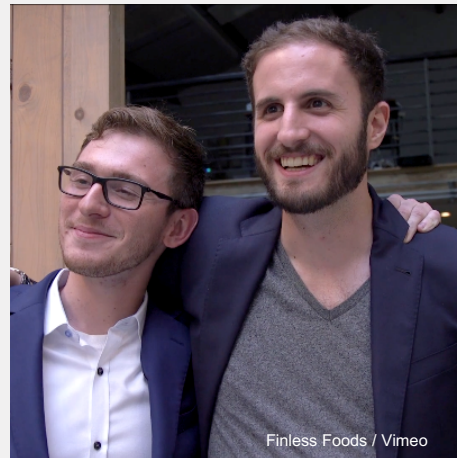
12,5% är vegetarianer eller veganer

Visit Sweden

DET NYA "ANIMALISKA"



LABBODLAT "KÖTT"



LABBODLAD "FISK"



VEGANSKA "RÄKOR"



**VÄXTBASERAD
MJÖLK**

Visit Sweden

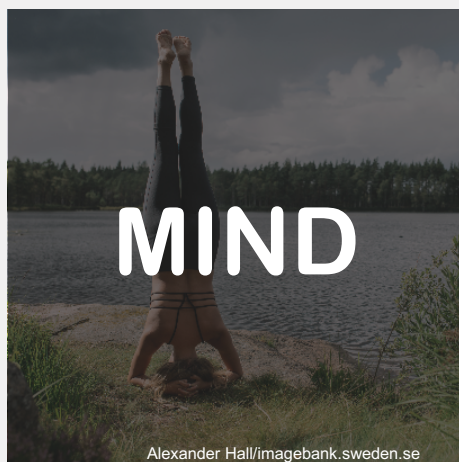
2. Funktionell hälsa



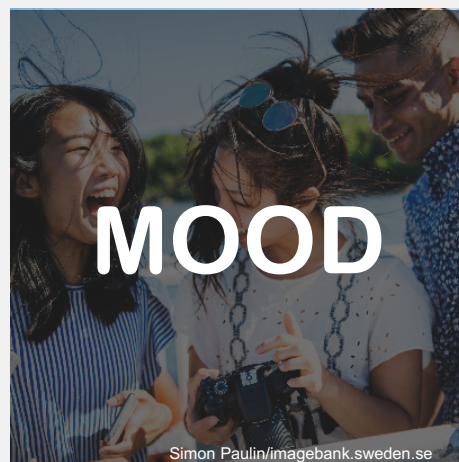
“Understanding tourists’ needs and wants in terms of healthy food consumption is of paramount importance to hospitality businesses. Food, tourism and health could really be a possible synergy.”

Silvana Hrelia, University of Bologna

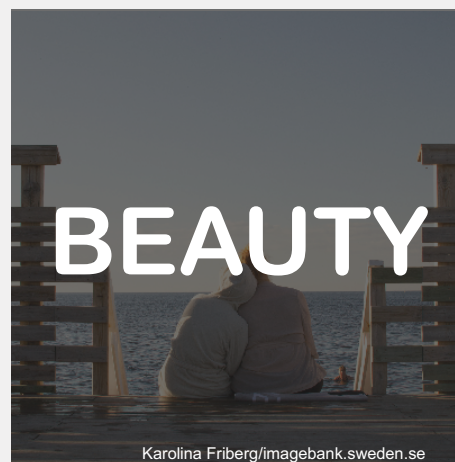
MATENS NYA FUNKTION FÖR MILLENIALS OCH GEN Z



**MAT SOM
MAXIMERAR MENTAL
PRESTATION**



**MAT FÖR ATT STYRA
HUMÖRET**



**MAT SOM SKÖNHETS-
KOMPONENT**



**MAT SOM BOOSTAR
FYSISK HÄLSA**

Visit Sweden

3. Autentiska upplevelser

FAMILJENS NYA MÅLTIDSMÖNSTER

Enligt Google ser vi följande skiften i hur vi äter:

- Samma tid varje dag → Extra allt på helgerna
- Äta vid matbordet → Äta i engagerande sammanhang
- Dela mat live → Dela mat på avstånd
- "Bara" äta tillsammans → Lära och skapa tillsammans
- Äta för näringens skull → Social manifestation

AVSLAPPNAT OCH FAMILY STYLE PÅ RESTAURANGEN



**FAMILY STYLE – DELA
BORD OCH MAT**



**TRERÄTTERS FÖR
HUNDAR**



**SLOPA
BARTENDERN**



**TAKE-IN,
EN RESTAURANG
FÖR SINGLAR**

Visit Sweden

LIBERALA REGLER



**FUSIONKÖKET BLIR MER
AVSLAPPNAT**



**ÖLMÄRKE ÖPPNAR
HOTELL**



**MAGIKER PÅ
RESTAURANGER**

Visit Sweden

UPPLEVELSER OCH LOKALT ÄTANDE

57%

ökning av bokningar
för
matlagningskurser
och food tours under
2017.



**UPPLEV
LAPPLANDS
NATUR**



**EN SENSORISK
UPPLEVELSE PÅ
MUSEUM**



**LOKALA
MATKULTUREN
FRÅN
BAKGATORNA**

Visit Sweden

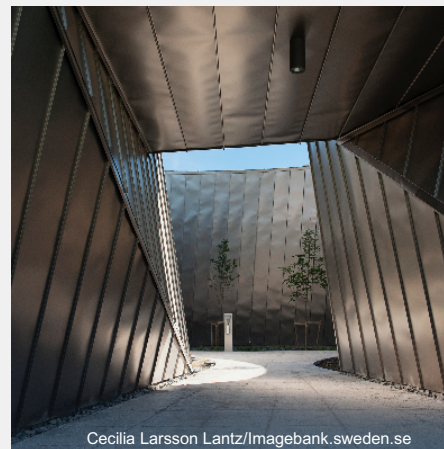
KURERADE MATRESOR OCH MEDIA SOM SKRÄDDARSYDD RESEBYRÅ



**SKRÄDDARSYDDA
MATRESOR TILL
JAPAN**



**SICILIANSK
MATLAGNINGSKURS**



**SKRÄDDARSYDDA
DESIGNRESOR**



NYT CITY TOURS

Visit Sweden

4. En digital verklighet

WEARABLES PÅ RESTAURANGER



UPPKOPPLAD PERSONAL



**FULLSTÄNDIG KOLL PÅ
GÄSTERNA**



... OCH PÅ KOSSORNA

Visit Sweden

AR & VR FÖRSTÄRKER UPPLEVELSEN



3D MENY PÅ RESTAURANG



VR-RESA TILL ISLAND



**AR SOM
HISTORIEBERÄTTARE**

Visit Sweden

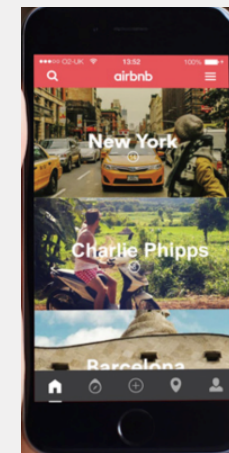
VIKTEN AV DET VISUELLA



**VIRTUELL
YOUTUBE-
INFLUENCER**



**AI FÖR ATT SKAPA
MINNESVÄRDA VIDEOS**



**AIRBNB MÖJLIGGÖR
PERSONLIG STORY**

Visit Sweden

APPAR GÖR DET LÄTTARE ATT HITTA MAT BÅDE I NATUREN OCH PÅ LANDSBYGDEN



FARM-TO-TABLE APP



**HITTA VILD MAT MED HJÄLP
AV EN APP**



**MATUPPLEVELSER PÅ
LANDSBYGDEN**

ROBOTRESTAURANGER



Katie Haggart / Chowbotics

**CHOWBOTICS – SALLY THE SALAD
ROBOT ERBJUDER FÄRSK SALLAD
VARSOMHELIST**



Aubrie Pick / Creator

**CREATOR HAMBURGERS HAR
AUTOMATISERAT PROCESSEN
BAKOM EN PERFEKT HAMBURGARE
(\$6)**

Visit Sweden

PERSONALISERING – ANPASSAT EFTER PERSONLIGHET, SMAK OCH LIVSSTIL

40%

av svenska konsumentar är lojala mot varumärken som erbjuder skräddarsydda produkter anpassade efter egna behov (Accenture Strategy 2017)



Pixabay / Pexels

80%

av globala konsumenter är mer benägna att handla med ett företag om det erbjuder personliga upplevelser

**PERSONALISERADE
REKOMMENDATIONER
BASERAT PÅ KUNDPROFIL**



Vita Mojo

**MAT ANPASSAD FÖR DIN
KROPP OCH SMAK**

Visit Sweden