



**Food ingredients
Europe**



**Health ingredients
Europe**

co-located with



FI & HI EUROPE PARIS, 6-8 DEC 2022

Stipendieberättelse

Gilai Nachmann, Produktutvecklare, Arla Foods
gilna@arlafoods.com

Innehållsförteckning

1. Resedestination.....	2
2. Avsikt och syfte.....	3
3. Genomförande	4
Dag 1 – Nya trender för 2023.....	4
Dag 2 – Den stora mässan	5
Dag 3 – Paneldiskussion och presentationer	6
4. Resultat och lärdomar.....	8
Mejeri	8
Plant-based	8
Gut-health.....	8
5. Författarens tack.....	10

1. Resedestination

Jag, Gilai Nachmann, med stöd av stipendium från Mejeritekniskt Forum, har rest till Paris för att medverka i Europas största ingrediens mäsas – Food Ingredients (FI) Europe 2022. Vilken hölls i samband med Health Ingredients (HI) Europé detta år.

Jag medverkade 3 dagar i mässan, 6-8:e December 2022.

Som produktutvecklare inom mejeriindustrin (Arla Foods) är det relevant för mig att uppmärksamma mat-trender samt den globala utvecklingen inom kost och näring. Jag passade även på att studera sortimentet av mejeriprodukter i de olika matbutikerna, fotograferade och provsmakade.

2. Avsikt och syfte

Syftet med besöket är att undersöka och kartlägga trender för mejeri som vara eller ingrediens. Jag ville även få en uppdatering av vad som sker inom innovationsområdet kopplat till livsmedel i världen. Jag var speciellt intresserad av Europeiska marknaden och utvecklingen av regleringar för näring och hälsa.

Vidare syfte var att undersöka trender kopplade till mitt yrke som produktutvecklare inom mejeri med inriktning på tarmflora. Några exempel på intressanta ämnen från mässan var:

- Tarmflora – Jäsnings-, mesofila- och probiotiska-kulturer.
- Trender inom mejeri utbudet i Europa.
- Mejerialternativ – ”Plant-based”. Vilka är några av de kommande växtbaserade ingredienserna och lovande blandningarna som kommer att säkerställa produktens näringsmässiga och sensoriska kvalitet.
- Vad letar konsumenterna efter i mejeriprodukter och mejerialternativ och vilka är några av formuleringsfrågorna att tänka på.
- Trender inom personliga kost- och näringsplaner.

3. Genomförande

Dag 1 – Nya trender för 2023

Konferensen samlade många av de främsta experterna och största leverantörerna i världen och gav en mycket bra inblick inom framtidens kost och de utmaningar som finns. Jag fick lyssna på expert-presentationer om de senaste lösningarna inom matindustrin. Första presentationen för dagen var: *Top 10 Trends for the food & beverage industry in 2023 - Innova*

Där listades de förväntade mat trenderna för det kommande året.

1. Omdefiniera värde – Hur kompromissar vi som konsumenter under en instabil världsekonomi.
2. Prisvärd näring – Krav på maximerad grad avkastning för att få ut näringen ur sina resurser för minsta pris.
3. Generationspress – Unga söker sig till nya upplevelser att kunna dela med sig av.
4. Växtbaserat – Fortsatt fokus på växtbaserade alternativ med nya tekniker för utveckling.
5. *Farming the future* – Konsumentens intresse för var maten kommer ifrån har ökat. Intresserad av både lantbruket och produktionsprocessen. Från jord till bord.
6. Snabb kvalitet – Covid19 har skapat ny levnadsstil och nyfikenhet kring matlagning. Nya ingredienser krävs för att matcha våra vanor från pandemin.
7. Digitala utvecklingen – Matvarumärken börjar omfamna den fulla potentialen hos konsumentkontakter genom att förbättra det verkliga livet med digitala upplevelser
8. Revanschutgifter – Små nöjen har en ökad effekt när lyxutgifterna kommer under press: möjligheter att förbättra varumärkesuppfattningen-
9. *Unpuzzle Health* – Förpackningstexter är en av mest använda källorna för konsumenter som vill förbättra sin hälsa. Enlig Innovas kundundersökning, inom Europa, väljer vi vanligtvis att hellre läsa på själva och studera förpackningstexter än lyssna på rekommendationer från våra läkare.
10. Positivt imperfekt hållbarhet – Öppenhet om hållbarhetens komplexitet uppskattas av konsumenter som inte förväntar sig att varumärken ska vara 100 % perfekta

Dag 2 – Den stora mässan

Vi var mer än 20 000 personer som anlände till mässan, samt upptill cirka 1 000 olika företag med monter. Jag sorterade ut de 50-70 mest intressanta, besökte deras bås, diskuterade framtida samarbeten och skapade nya kontakter. Märkbara kategorier av funktionella ingredienser var, sockerreduktion, hälso-ingredienser som vitaminer, mineraler, fibrer, men även mycket växt baserade alternativ.



Bild 1: Insidan av FI-mässan.

Jag besökte till störst del de monter där företagen erbjöd ett utbud av ingredienser kopplade på ett eller annat sätt till tarmhälsa. Några exempel på monterna som besöktes var leverantörer av yoghurt och ost - jäsningskulturer från olika länder. Mindre start-ups som utvecklade specifika fibrer från matrester så som kärnor från fruktberedningsindustrin. Probiotiska kulturer med diverse hälsoeffekter. Det var intressant att se hur länder som Korea kunde kommersialisera hälsoeffekter på ett helt annat sätt än i Sverige och resten av Europa. Många av de koreanska leverantörerna jag träffade inriktade sig på hud- och hår-hälsa. Hur en probiotisk yoghurtkultur kunde erbjuda dig näringsrik kost med rätt vitaminer producerade i din tarm för din hud.

Dag 3 – Paneldiskussion och presentationer

Under den tredje dagen besökte jag flera presentation och paneler. En av paneldiskussionerna visade sig vara mycket intressant. Den berörde ett stort antal insikter om framtidens mat-system och skillnaderna mellan att arbeta i mindre start-ups och större etablerade företag. Några av de viktigaste tipsen var (översatta från engelska):

- ”Processen av innovationer och hur nya produkter skapas är viktigare än hastigheten, för ett företag att kunna gå med vinst. Det bästa sättet att hantera skillnaden i hastighet när det kommer till innovation mellan industrin och start-ups är att se till att processen är väl-strukturerad.”
- ”Hållbarhet bör driva innovation, särskilt ur ett startup-perspektiv.”
- ”Misslyckanden måste omfamnas och läras av, inte granskas. Kom dock ihåg att fira framgångarna också.”
- ”Stöd från högsta ledningen är nyckeln när man ska övertyga styrelsen om en innovativ idé; kom dock ihåg att hela verksamheten behövs för att en idé ska bli till verklighet.”



Bild 2: Paneldiskussion – Framtidens mat

En annan intressant presentation diskuterade FoodTech industrin och vad som driver denna framåt. Trender som klimatkriser och starkare länk mellan mat och hälsa orsakar en revolution av nya teknologier såsom; syntetisk biologi, Blockchain, AI, Cloud, robotik, 3D-printning. Alla med kopplingar till matindustrin. Inom Foodtech ingår, agrikulturell teknologi, matvetenskap, Food Service, Supply Chain, logistik och konsument-teknik. En del av presentationen handlade om

skräddarsydda kost- och näringsplaner. En framtid då vi all vet vilken diet som passar oss och har åtkomst till rätt produkter. Detta var extra intressant ur ett Gut Health perspektiv.

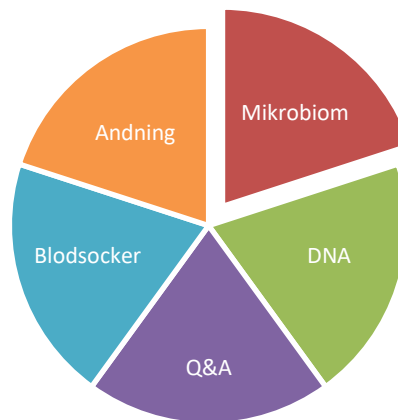


Bild 3: De fem vanligaste teknikerna som används idag för att samla data om konsumenter med avsikten att utveckla personliga kostplaner.

Genetisk information som DNA är intressant, men är tyvärr endast statistiskt förutsäggande. Mikrobiom-data är kontextuell, men tyvärr är vetenskapen för begränsad och tester behöver återupprepas kvartalsvis. Tills vidare är utrymmet på marknaden relativt begränsat, med mestadels kosttillskott eller prestationsnäring (exempelvis proteinpulver), men det kan växa snabbt under de kommande åren.

4. Resultat och lärdomar

Från denna resa har jag samlat på mig flertalet insikter, vilka jag tar med till mitt framtida jobb. Enligt talarna på mässan är dagens konsumenter mer intresserade än någonsin över livsmedlens näringsinnehåll. Därmed vänder de sig till livsmedelsprodukter som de känner till, litar på, anser vara naturliga, prisvärda och välsmakande.

Mejeri

Konsumenterna i Europa är generellt sett mer benägna att betrakta mejeri som hälsosamt snarare än ohälsosamt, med kefir (74%), naturell yoghurt (62%) och färsk mjölk (56%) ses som de mest hälsosamma. Detta beror på mejeriprodukters näringsinnehåll. Samtidigt presenterades en undersökning där de fann att hälsa är den främsta anledningen att konsumenterna väljer följa mejerifria dieter. 42% av konsumenterna globalt påstår sig undvika mejeri på grund av oregelbundna tarmrörelser och 40% säger att de känner sig allmänt friskare, utan att vara mer specifika.

Mejeriprodukter kan dra nytta hälsosamma samband med EU-godkända näringspåståenden på förpackningar. Exempelvis våra varumärken i Europa upplyser konsumenter med påståenden om hur mjölkproteinet bidrar till tillväxt av muskelmassa, underhåll av benmassa och normal tillväxt. Kalcium har ett ännu större antal tillåtna påståenden, relaterade till normal muskelfunktion, underhåll av benmassa, underhåll av tänder och normal funktion av matsmältningsenzymer, med mera.

Plant-based

Utveckling av växtbaserade mejerialternativ bör utföras extra varsamt när det gäller ingredienslistor. Dessa granskas av konsumenterna och många uppnår inte förväntningarna på ett naturligt innehåll. De flesta växtproteiner ger inte samma proteinkvalitet, baserat på innehållet av essentiella aminosyror, eller samma kalciuminnehåll.

Gut-health

En av FI talarna påstod att 61% av globala konsumenter är intresserade av tarmflora/gut-health produkter, även fast de inte lider av specifika hälsoproblem. Detta starka intresse för tarmhälsa har orsakat en ökning i efterfrågan på probiotika, prebiotika och generellt fermenterad mat. Även om inte alla fermenterade produkter som innehåller levande kulturer ger probiotiska fördelar, gör

den fermenterade naturen hos mejeriprodukter och växtbaserad yoghurt, dem till ett naturligt sätt att förtära och tillsätta probiotika i konsumenternas ögon.

Trots ett stramt regelverk i Europa har matindustrin lämnat in cirka 400 ansökningar om hälsopåståenden för probiotika till EFSA. Alla utom en har avslagits. Det finns definitivt ett starkt konsumentintresse och efterfrågan. Konsumenter betygsätter hälsopåstående som det tredje viktigaste kriteriet (52%) när de bestämmer väljer mejeriprodukt i butik.

5. Författarens tack

Stort tack till Mejeritekniskt forum och Arla Foods som gjorde det möjligt för mig att genomföra denna fantastiska och lärorika resa. Det gav mig många nya kontakter och insikter inom mejeriområdet, tarmflora, samt plant-based. Jag kommer definitivt få användning av dessa under min framtida karriär.