

# FÖRTROENDE – vem och vad ger oss tillit?



## Är dagens debatter om maten i vår vardag, matens sammansättning, hur maten ska tillagas och ätas, att lita på?

Oavsett vad svaret blir, så är mat hett, inte bara under tillagningsprocessen utan också i debatter på internet, i media och inom hela mat- och livsmedelsbranschen.

Något förvånande är att trots stundtals livliga och intensiva debatter, så är Sveriges konsumenters förtroende för mat på toppnivå! 86 % av de tillfrågade konsumenterna i en undersökning genomförd av Synovate 2011, på uppdrag av Li-Livsmedelsföretagen, har en positiv känsla och spontant gott förtroende för maten i Sverige. Endast 7 % i undersökningen var kritiska och då var det "tillsatser" i maten som man känner misstro mot.

Livsmedelsbranschen ses därmed för närvarande som en förtroendebansh. Människor sätter sin tillit till varumärken, butikskedjor och utvalda köpmän och butiksbiträden, och förväntar sig att de livsmedel man köper är vad de utges för att vara, och att man inte ska bli sjuk av att äta dem.

### Många anser sig inneha "specialistkompetens"

Fortsatt utveckling av den offentliga måltiden handlar också om förtroende och tillit. På kort tid har många tagit sig till "den offentliga måltidens arena" och anser sig vara specialister med rätt kompetens att förändra och utveckla

densamma. Framtidens måltider inom offentlig sektor måste byggas på stabilitet och där basen är en bred grundkompetens och erfarenhet från drift av mat i stor skala. Vi måste rusta för och visa på flexibilitet, för att möta behoven av måltidslösningar i Sverige om 10-15 år. Det handlar om hållbar utveckling, parallellt med framtidssäkrade måltidslösningar. Tillfälliga "jippon" får vi se som inspiration på vägen till de mål som måste uppnås. Drygt 30 års erfarenhet från storhushålls- och foodservicemarknaden är en grogrund och plattform att utgå ifrån, som dessutom ger förtroende!

Även regering och riksdag måste ytterligare ta sitt ansvar och se på framtidssäkrade lösningar då det gäller mat. Här i omfattas ekonomiskt hållbara lösningar som innefattar även måltidens helhetsupplevelse via "Måltidens fem aspekter", där en lyckad måltid kräver att måltidens alla komponenter är tillfredsställande och funktionella; produkten – maten, mötet vid och runt bordet och rummet, som tillsammans skapar stämningen – helheten, som regleras av styrsystemet.

### Attityder och beteenden har betydelse

Ett fortsatt och stärkt förtroende hos såväl konsumenter som måltidsgäster alla kategorier, handlar även om inställning

och attityder. Varje enskild medarbetare i företaget, restaurangen och måltidsverksamheten måste ha rätt inställning och attityd till konsument och gäst för att i framtiden behålla förtroendet. Mycket av utmaning för både livsmedelsindustrin och storhushållsmarknaden, bedömer jag ligger i att vara öppna och ärliga i vad man utför. Ska man lyckas med detta måste ändring av beteenden ske, där alla medarbetare förstår sin roll i den aktuella verksamheten eller företaget, med målsättningen att på alla sätt visa intresse för kund och gäst.

### Jonas Lundgren, Restaurang Jonas - en inspiratör,

öppnade i Stockholm under den gångna hösten sin Restaurang Jonas. För Jonas med personalen handlar det här om att ständigt jobba på att justera, förbättra och vidareutveckla sig och nu tänka långsiktigt, detta är något att för många idag ta lärdom av! Vidare citerar jag Jonas Lundgren i följande "Nu är det bara att överträffa våra gästers förväntningar om och om igen. Då har vi lyckats". Värt att notera...



Bilderna är hämtade från [www.restaurangjonas.se](http://www.restaurangjonas.se)

Besök oss på  
GastroNord  
24-27 april!

Läs mer på baksidan →



## Matlandet Sverige - och visioner om världsklass!

Vi, DiningDevelopment, deltar i den fortsatta Matlandet Sverigeresan, med ambitionen att med stolthet stå upp för att Sverige ska bli bäst på mat i Europa. Alla får vi dra vårt strå till stacken.



## För matglädje in i framtiden!

Vi, DiningDevelopment, erbjuder "verktygen" som bl a medverkar till att stärka måltidsverksamhetens/ restaurangens organisation, måltidens kvalitet och upplevelse samt de bästa förutsättningar till effektiva och rationella arbetsmetoder.



## Hälsa - trender och tendenser som både kan uppmuntra och överraska

► **Kombucha-te**, en fermenterad grönt te-dryck med speciell bakteriekultur; den nya hälsodrycken som alla kändisar, yogisar och hälsomedvetna människor på Manhattan i New York går med i handen. Drycken som enligt användarna förbättrar matsmältningen, ger finare hy och minskar smärtor i leder och i kroppen, stärker immunförsvaret och minskar hungerkänslor. För en del kan drycken även bota den svåraste baksmällan. Inte konstigt att den är populär... I Sverige finns detta än så länge i välsorterade hälsokostbutiker, men det är troligen bara en tidsfråga innan det dyker upp på trendkänsliga kaféer och juicebarer. Källa: Food & Friends



► **Hjärnan krymper av skräpmat**; Snabbmat kan vara skadligt för både midjemättet och hjärtat. Nu visar en ny studie att även hjärnan kan ligga illa till. Forskare vid Oregon Health & Science i USA har kommit fram till att ohälsosam mat försämrar hjärnans funktioner när vi blir äldre, skräpmat får dessutom hjärnan att krympa enligt studien. Deltagare som frossat i onyttiga fetter uppvisade försämrade kognitiva förmågor som inte bara hade med ålder och utbildning att göra utan också kunde knytas till näringsinnehållet i maten. Källa: SVT Vetenskap

► **Stevia**, en ny komponent på marknaden; Ett naturligt intensivt sötningsmedel som troligen kommer spela en viktig roll i utvecklingen av bl a funktionella drycker som Vitaminvatten. En fråga är dock...har vi behov av vitaminvatten så länge vi för "egen maskin" kan äta och dricka vällagad och rätt sammansatt mat och dryck?

[www.gastronord.se](http://www.gastronord.se)



**Möt oss på GastroNord i Stockholm den 24-27 april, 2012 i samverkan med vår samarbetspartner PEN Interiör.**

Besök oss i monter nr A02:26 där vi ger en inspirerande och oförglömlig monterupplevelse.

**Varmt välkommen!**

