

Livsmedelsdagarna
TEMAN GENOM TIDERNA

Årtal	Tema	Ort
2022	Next generation – Framtidens livsmedelssystem Vi är mitt uppe i en stor förändring av hela matsystemet. Det som var trender för några år sedan är nära verklighet idag. Vilka produkttrender, tekniker och affärsmodeller ligger precis runt hörnet? Hur lyckas vi med hållbar omställning, innovation, attraktiva produkter, internationalisering och en konkurrenskraftig lönsamhet samtidigt? Och hur säkrar vi framtidens kompetensbehov? Livsmedelsbranschen har aldrig tidigare varit mer relevant eller rolig att jobba i och därför blir årets Livsmedelsdagar en viktig plats för utbyte och diskussioner om nästa generations livsmedelssystem som vi alla är en del av.	Tylösand
2021	Rebuild better – för en hållbar framtid Nu är det dags att skapa nya strukturer för en hållbar livsmedelsproduktion. Vi har levt i en omvälvande tid som också ger möjligheter att starta om och att göra vissa saker ännu bättre utifrån de stora utmaningar som finns i vår omvärld. Nu vässar vi oss för att svara på konsumenternas höga krav på livsmedel som är hållbart producerade med fokus på både planeten och människan	Tylösand
2020	Innovation och hållbarhet – post Corona Vi lever i en omvälvande tid. Covid-19-pandemin har redan haft en dramatisk inverkan på livsmedelsbranschen och då har vi ännu inte sett slutet på den här historien. Vi kan konstatera att vi verkar i en samhällsviktig bransch, men vad har vi lärt oss av det som hänt hittills? Hur har konsumenternas beteende förändrats och vad innefattar innovation och hållbarhet framöver? Ja, det finns mycket att analysera, diskutera och utveckla tillsammans.	Digitalt
2019	För världens bästa – Innovation och hållbarhet inom planetens gränser. I en tid då varannan svensk har klimatångest, politiker och länder tävlar i att utlysa klimatnödläge och Greta fortsätter skolstrejka är det viktigt att prata lösningar. Den globala livsmedelsproduktionen har stor påverkan på klimatet och fixar vi maten så fixar vi planeten. Livsmedelsbranschen har en mycket viktig roll i att leverera hållbar och hälsosam mat för en växande befolkning. På Livsmedelsdagarna diskuteras lösningar med fokus på forskning, innovation, hållbarhet och samarbeten.	Tylösand

2018 Det skruvade matlandskapet – Hur påverkas vårt arbete med innovation och | Tylösand

Vi har fått ett skruvat matlandskap. I flödena på nätet och i diskussionerna är alla experter, alla anser sig ha rätt, även de som har fel i sak.

Kom till Livsmedelsdagarna i september och var med och diskutera hur vi ska få ett bättre matlandskap där god kunskap om mat, livsmedelsprodukter och ätande får respekt och utrymme i medierna och i alla dagliga samtal om mat och hälsa.

Där mat inte betyder hälsostress, oro och fara utan glädje, samvaro, hälsa, smak och näring.

Ett mindre skruvat matlandskap är en av förutsättningarna för att livsmedelsbranschens innovationer och kvalificerade hållbarhetsarbete får fäste och ger resultat.

2017 Ska vi ha stora eller små livsmedelsföretag?

Tylösand

Vilket är bäst för konsumenterna och för framtiden? Därom tvistas det. Konsumenterna tror mer på det småskaliga och det överblickbara.

Misstron mot industrin är märkbar. Ändå är det den storskaliga maten vi äter allra mest – fast med vilken känsla? Och varför leker så många stora att de är små i tilltal och bildspråk?

Nu växer det småskaliga, de stora tittar på de små för att lära sig att locka till sig konsumenter. Millenniefolket, födda med tekniken i blodet och smartphonen i handen, ställer nya krav och välkomnar den tekniska utvecklingen.

Så hur ska den optimala blandningen av stora och små företag se ut? Båda behövs ju.

2016 Innovera mera

Tylösand

Längtan är stor efter det naturliga och det autentiska. Det ekologiska står högt upp på agendan. Nu är den trenden mogen och vi går successivt mot något nytt.

Vad är det nya och vad ligger runt hörnet? Hela världens framtida utveckling är fylld av innovation och teknik, så även livsmedelsbranschens.

Men till skillnad från det förra teknikuppsvinget, där producentnyttan upplevdes dominera, måste den nya teknikvägen bygga på konsumentens gillande och ha sin grund i den starka naturlighetstrenden och i hållbarhet.

Avgörande blir vår förmåga till innovation och kreativitet med hållbarhet som grund.

2015 Vad gör branschen godare, mer spännande och hållbar?

Tylösand

Snabbare än någonsin förändras nu konsumenternas förväntningar och beteenden. Kraven stiger. Att som livsmedelsföretag ha koll på läget har aldrig

varit viktigare än nu. Maten ska vara hållbar, god, nyttig och hälsosam. Maten ska vara snygg och göra oss snygga. Samtidigt ska den ge oss både psykiskt och fysiskt välbefinnande. Begreppet hållbarhet breddas och är nu en hygienfaktor. Lösningar och utmaningar finns där – vissa på gång, andra syns inte än. Livsmedelsdagarna 2015 handlar om hållbarhet, läget nu, framöver och vad som behöver göras.

2014 Magkänsla eller hjärnvilja

Tylösand

Vad påverkar oss när vi gör medvetna och omedvetna val? På Livsmedelsdagarna i Tylösand undersöker vi vad som styr våra beslutsprocesser, vem vi lysnar på och hur vi väger mellan förnuft och känsla eller kanske använder både och. Du är varmt välkommen till spännande dagar fyllda av inspiration, ny kunskap, god mat och golf. Det är också ett perfekt tillfälle för dig att träffa utställare och kollegor i branschen samt knyta nya kontakter som utvecklar dina affärer.

2013 Framtidens konsument

Tylösand

Med utgångspunkt från konsumenten spanar vi under årets Livsmedelsdagarna in i framtiden med siktet inställt på 2020. Vilka omvärldstrender har vi att förhålla oss till? Kanske får vi ta årets öppningstalare på orden och själva skapa framtiden. Framför dig har du ett välfyllt program där du under torsdag eftermiddag väljer mellan två fördjupningsblock, "Den nya vardagen" med fokus på konsumentens beteende och "Teknikutveckling och nya metoder". En klar framgångsfaktor är att vara en del av lösningen, inte problemet. Fredagens program handlar därför om ansvar, möjligheter och förhoppningsvis lösningar. Livsmedelsdagarna är så mycket mer än duktiga och engagerade talare. Det är också ett perfekt tillfälle för dig i branschen att träffa kollegor och knyta nya kontakter som utvecklar dina affärer.

2012 Gränslöst - lokalt - globalt - optimalt

Tylösand

Under de senaste åren har begreppet närproducerat stått i fokus. Samtidigt är vi svenskar väldigt snabba på att ta till oss nya trender. Det gör att svensken i allmänhet egentligen inte nöjer sig med det som växer och produceras nästgårds. Men konsumentens ökade intresse för frågor som fair trade och hållbar utveckling ställer nya krav på internationell handel – en handel som i många fall också är en viktig motor i den ekonomiska utvecklingen för länder och regioner. Dessutom är en ökad svensk

livsmedelsexport ett av regeringens prioriterade områden. Därför tar vi under Livsmedelsdagarna 2012 pulsen på svensk livsmedelsindustri ur både ett import- och ett exportperspektiv.

- 2011 Inspiration till Innovation** Tylösand
- Vissa innovatörer får en snilleblix och följer den, andra arbetar mer metodiskt - gemensamt är en stark drivkraft att förbättra och utveckla. På årets Livsmedelsdagar möter du representanter för båda kategorier. Några arbetar i livsmedelsbranschen, andra inte. Vi tror att värdeutveckling genom innovationer är en viktig framgångsfaktor för branschen. Under årets Livsmedelsdagar vill vi inspirera dig och ge idéer till hur du kan utveckla dina produkter och ditt företag till nya framgångar.
- 2010 Förtroende - färskvaran som blir branschens nästa storsäljare** Tylösand
- Förtroende är inget man får, det är något man förtjänar. Det är vi alla överens om, likaså att det kan ta lång tid att vinna ett förtroende men att förlora det går på en nanosekund. Inom livsmedelsbranschen har många svårt att känna igen sig i den bild som allmänhet och medier målar upp. En bild som enligt flera nypublicerade undersökningar kännetecknas av bristande tilltro till och förtroende för producenter och handel. Varför är det som det är? Går det att återuppbygga ett förtroende? Hur lyckas vi med det? Det är frågorna vi fokuserar på under årets Livsmedelsdagar. Vi möter representanter för företag som framgångsrikt utvecklat sina produkter och byggt sina varumärken, liksom undersökningsföretaget som inte nöjer sig med att fråga sina respondenter utan helt sonika flyttar in hos dem! Samtidigt granskar vi kritiskt branschen för att ta reda på hur kraven och förväntningarna från morgondagens medarbetare och kunder ska kunna mötas på ett bättre sätt.
- 2009 Maten på ditt bord - tror du att det är du som bestämmer?** Tylösand
- Trender i all ära, men vad är det som styr vad vi äter? Är det rubrikerna eller konsumentens samveten? Den ena dieten avlöser den andra, nya forskarrön ändrar vår syn på vad som är nyttigt och bloggare som ingen kände till igår påverkar vår verklighet idag. Helt klart är intresset för vad vi äter stort bland konsumenterna och utbudet hos handlarna mer varierat än någonsin, samtidigt som exporten av svenska livsmedel går som tåget. På årets Livsmedelsdagar vill vi visa vilka de viktigaste påverkansfak-

torerna är, vad konsumenterna väljer, vad som avgör butiksutbudet samt vad som slutligen hamnar på tallriken.

- | | | |
|-------------|--|----------|
| 2008 | Kampen om råvarorna
Debatten är glödande, matprien stiger, miljöbilsförarna hukar sig bakom ratten, och besluten i din vardag har med ens blivit mycket mer komplicerade. Det som var rätt förra året behöver inte vara det i år, och det som verkade rätt för en vecka sedan ser plötsligt mindre bra ut, eller kanske inte. Men hav förtröstan. Livsmedelsdagarna 2008 är din GPS på råvarumarknadens stormiga hav och hjälper dig att reda ut en av våra största samtidsfrågor: Hur löser vi kampen om råvarorna? | Tylösand |
| 2007 | Klimatmat för en hållbar utveckling
Engagemanget för klimat- och miljöfrågorna är idag en så stark trend, att den blivit en ny folkrörelse, som för en överskådlig framtid lyft miljö- och hållbarhetsfrågorna till topp i företagens agendor. Livsmedelsföretagen utgör inga undantag i jakten på minskade koldioxidutsläpp. Konsumenterna kräver allt oftare svar på varifrån, hur och varför livsmedlen hittar till butikshyllorna. Samtidigt utvärderas företag av myndigheter, NGOs, investerare och finansiärer utifrån policies och prestanda inom socialt och miljömässigt ansvarstagande för en hållbar utveckling.
Livsmedelsindustrin med sin stora energianvändning och sina långa transporter av råvaror och produkter, är särskilt känslig och sårbar inför vad av många bedömare kallas för en industriell revolution. | Tylösand |
| 2006 | Den förändrade måltiden
Vilken är den starkaste trenden och går den över huvudet att peka ut? Vi tar en närmare titt på hur tekniken och den nya marknadsplatsen påverkar våra måltidsvanor. Storskaligt och kopplat till dagligvarukedjor utvecklas parallellt med det småskaliga som kännetecknas av starkt entreprenörskap med lokal anknytning. Det handlar mer än någonsin om att vinna konsumenternas förtroende. Kan fast food vara hälsosamt? Går långa transporter att förena med uthållig livsmedelsproduktion? Hur utvecklar man framgångsrika konceptlösningar för livsmedelsindustrin? | Tylösand |
| 2005 | Den lokala livsmedelskedjan
Glokal, världsomfattande och lokal, begränsad till en plats, beskriver väl | Tylösand |

den svenska livsmedelskedjan. Vi är öppna för och nyfikna på nya mattraditioner, samtidigt som korven från vårt hemcharkuteri skall smaka som den alltid har gjort. Produktion flyttar utomlands samtidigt som nya marknader öppnar exportmöjligheter inte minst genom ett utvidgat EU.

- | | | |
|------|--|----------|
| 2004 | Själ & Hälsa
Debatten om vår hälsa och vart vi är på väg har aldrig varit så intensiv som nu. Vi är alla engagerade, vi älskar att äta - men till vilket pris? Håller vi på att äventyra vår hälsa, eller är hela debatten överdriven? | Tylösand |
| 2003 | Communicare necesse est - en förtroendefråga
Vem och vad skapar förtroende för livsmedelsbranschen? Hur ska vi kommunicera på bästa sätt, när vi vet att information tolkas utifrån känslor och personliga referenser? Vi hör det vi vill och tar till oss det vi förstår. | Tylösand |
| 2002 | Med sikte på framtiden
Vi inom livsmedelssektorn ställs hela tiden inför nya utmaningar och möjligheter. Under Livsmedelsdagarna gläntar vi på dörren till framtiden för att se hur en del viktiga faktorer kommer att påverka livsmedelsbranschen. | Tylösand |
| 2001 | Tryggare kan ingen äta | Tylösand |
| 2000 | Mat & Hälsa
Mat som bevarar hälsan, eller hur du undviker det onyttiga. Säker mat - nya kusnkaper och gammal tradition. Kan man marknadsföra och sälja hälsa och mat? | Tylösand |
| 1999 | God på mer än ett sätt
Om Etik & Moral inom livsmedelsnäringen. Ordning och reda för konsumentens skull. Det var en gång... Varför är ursprunget så viktigt? Står vi för vad vi lovar? Och vad lovar vi egentligen? | Tylösand |
| 1998 | Vem ska livsmedlen föda? Vem tar unitiativet på 2000-talet?
Konsumenten, handeln eller industrin?
Vem väger tyngst - konsumenten eller handeln? | Tylösand |
| 1997 | Genmodifierade livsmedel. För och emot. | Ronneby |

Vad utgör hoten respektive möjligheterna? Vem tar ansvar för etik och moral?

1996	Livsmedelsbranschens miljöstrategi Miljö i ett 25-årigt perspektiv. Konsumentkrav och produktutveckling.	Tylösand
1995	Nytt inom livsmedelsframställningen Tekniktrender. Nya råvaror, processer, analysmetoder, förpackningar. Ny lagstiftning och om återvinning.	Skövde
1994		Tylösand
1993		Tylösand
1992		Tylösand
1991		Tylösand
1990	Tro, hopp och vetande - svensk livsmedelshantering inför 90-talet	Tylösand
1989	Miljön och matindustrin	Tylösand
1988		Tylösand
1987		Tylösand
1986		Göteborg
1985		Göteborg
1984		Ronneby
1983		Ronneby
1982		Ronneby
1981		Ronneby
1980		Helsingborg

1979		Uppsala
1978		Ronneby
1977		Göteborg
1976		Malmö
1975		Ronneby
1974		Jönköping
1973		Örebro
1972		Ronneby
1971		Stockholm
1970		Uppsala
1969	Hygien inom livsmedelsindustrin	Alnarp
1968		Göteborg
1966		Ronneby
1964	Livsmedelskostnaderna / Hållbarhetsfrågor / Förpackningar / Automation	Stockholm
1962		Malmö
1960		Göteborg