

Pressmeddelande 2011-01-31

## **Efterfrågan på fullkornsprodukter är större än någonsin**

**Försäljning och efterfrågan efter bröd med fullkorn ökar och nu även i länder där fullkorn traditionellt inte funnits på menyn. Förutom den växande efterfrågan på fullkorn utmanar också konsumenterna brödbranschen att lansera nya, sunda och goda produkter.**

Under flera år har ökat fokus på hälsa gjort att fullkorn blivit en av de starkaste trenderna på den internationella brödmarknaden och enligt internationella marknadsundersökningar visar trenden inga tecken på att försvagas under de kommande åren. Marknaden för fullkornsprodukter växer i takt med att konsumenterna blir allt mer medvetna om de näringsmässiga fördelarna med fullkorn. För Lantmännen Unibake har den ökade efterfrågan på fullkorn inte passerat obemärkt förbi.

- Vi ser en tydlig trend mot hälsosamma brödtyper med fullkorn. Men samtidigt uppger våra konsumenter att smak och konsistens är mycket viktiga, vilket ger oss en utmaning att hela tiden utveckla produkter som är både hälsosamma och goda och tilltalar ett stort antal konsumenter, säger Lars Olander, Marknadschef på Lantmännen Unibake.

### **Fokus på naturlig hälsa och smak**

Som ett av de ledande bagerierna i Europa med produktion i 11 länder arbetar Lantmännen Unibake hårt för att utveckla nya varianter av fullkornsbröd som tilltalar konsumenterna.

- Fullkorn kan innebära olika saker. Vi utvecklar hela tiden nya brödtyper, som aldrig skulle ha betraktats som fullkorn för bara några år sedan. Vi klarar detta eftersom vi har en hög kompetens när det gäller att kombinera råvarorna så att brödet får rätt näringsmässig balans, samtidigt som man behåller den fina smaken, förklarar Lars Olander

Lantmännen Unibake samarbetar med olika kvarnföretag för att utveckla nya sätt att mala spannmål och skapa nya kombinationer av olika sädeslag.

- Traditionellt görs fullkornsbröd på vete och råg, men vi tittar också på korn, som har lovande egenskaper när det blandas med andra sädeslag. Det gäller att hitta rätt balans och alltid behålla den goda smaken och det naturligt hälsosamma som grundkomponenter, säger Lars Olander

### **Fullkorn finns inte längre bara i Skandinavien**

Marknadsanalyser från Lantmännen Unibake visar också att fullkornstrenden sprider sig till andra marknader, där fullkorn traditionellt inte funnits på menyn. Enligt Lars Olander beror fullkornets ökande popularitet på att bagerierna arbetar hårt för att göra fullkornsprodukter mer tilltalande för konsumenter i länder som ännu inte har en tradition av att äta bröd med hela korn och det röda, lätt bittra vete som ofta används i Skandinavien.

- Vi provar hela tiden olika mjölkombinationer och flyttar fram gränserna för hur mycket fullkorn vi kan använda i brödet och samtidigt behålla den goda smaken. Idag kan vi baka fullkornsbröd som har nästan samma smak och konsistens som traditionellt vitt bröd. Vårt *Levebrød Fuldkorn* från Lantmännen Schulstad innehåller exempelvis 45 % fullkorn, vilket är mer än de flesta rågbröd. Samtidigt har det den karakteristiska milda smaken och det vita innanmäte som konsumenterna uppskattar hos ett vetebröd, säger Lars Olander

**Om Lantmännen Unibake**

Lantmännen Unibake är en av Europas ledande bagerikoncerner inom frysta och färska bageriprodukter för storkök och detaljhandel. Vi antar morgondagens utmaningar på bageriområdet och sätter nya standarder för brödets möjligheter.

Med starka varumärken som Korvbrödsbagarn, Hatting, Pastridor och Schulstad omsätter vi 727 miljoner euro och har 4 000 anställda i 19 länder.

Lantmännen Unibake ägs av svenska lantbrukare genom Lantmännen-koncernen, som ansvarar för livsmedelsproduktion från jord till bord.

**Om du vill ha mer information kontaktar du:**

Presschef

Jesper Skovlund

+45 2368 5148

[jesper.skovlund@lantmannen.com](mailto:jesper.skovlund@lantmannen.com)