



Pressmeddelande
21.06.2017

Fazer belönar två designkoncept som stöder aktivt åldrande vid RSA Student Design Awards

Fazer belönar ett app-koncept för personliga och hälsofrämjande inköp av livsmedel samt projektet 'Memory Bus' med interaktiva aktiviteter för äldre inom ramen för Agile Ageing Challenge vid RSA Student Design Awards.

Den allt äldre befolkningen och hur förändringen påverkar samhället är av intresse för Fazer. Företaget serverar hundratusentals måltider till människor i alla åldersgrupper, varav seniorer utgör en betydande andel. I årets Royal Society of Arts (RSA) Student Design Awards låg fokus på åldrande befolkningar som en viktig, identifierad megatrend. Fazer har tillsammans med RSA-teamet gjort en sammanställning om aktivt åldrande med utgångspunkt i programmet Fazer Brainhow, där effekten av mat och andra livsstilsfaktorer på de kognitiva förmågorna och hjärnans tillstånd studeras. Fazers utmaning till studenterna var att komma på metoder för att öka och bibehålla den mentala spänsten och hjärnkapaciteten hos äldre människor.

Bakom RSA Student Design Awards, som redan är inne på sitt 93:e år, ligger en vilja att möjliggöra, stödja och belöna design som har en positiv inverkan på världen. De uppmuntrar studenter, blivande designers och aktörer inom industrin att samverka för att lösa viktiga, globala problem med smarta metoder.

"På Fazer tror vi att bra designidéer kan vara viktiga redskap för att finna innovativa och praktiska lösningar på sociala problem. Vi tror också att en öppenhet för innovationer gör att vi kan få fram nya produkter och tjänster som bidrar till allas hälsa och välmående. Dessa två viktiga aspekter förenas i RSA Student Design Awards, där vi uppmanar studenter att hitta lösningar på viktiga samhällsproblem", säger Päivi Juolahti, chef för förnyelseteamet på Fazer-koncernen.

Årets tema om aktivt åldrande gav upphov till 92 bidrag från 45 olika universitet över hela världen, med deltagare från vitt skilda bakgrunder från produktdesign till datavetenskap. Nio av dessa bidrag gick vidare till slutgranskningen, tre rekommenderades och två av dessa fick dela Fazer-priset. Idag, den 21 juni, fick ett team från Singapore och en tävlingsdeltagare från Storbritannien sina pris för två intressanta designkoncept vid RSA Award-ceremonin för 2017 - "Designing Our Futures".



Teamet, bestående av tre studenter från Singapore med inriktning på design och kommunikation, hade tagit fram ett app-koncept där användarna kan handla mat baserat på medicinsk status och/eller behov av diet, vilket hjälper dem att äta sådant som förbättrar deras allmänhälsa. I app-konceptet kan användarna också få poäng när de köper "rätt" varor och på så sätt påverkas framtida köp. Det andra bidraget som belönades kom från en student som studerar grafisk design i Storbritannien. Deltagarens idé var en minnesbuss, eller en slags busslinje, där passagerarna har möjlighet att spela spel och lösa gåtor, delta i olika aktiviteter och umgås spontant i syfte att öka och bibehålla de kognitiva funktionerna och minska ensamheten.

Ytterligare information:

www.fazergroup.com/brainhow

Päivi Juolahti, Chef för Förnyelseteamet, Fazer-koncernen, tel.: +358 40 7033 480

Leena Majamäki, VP, Kommunikation, Fazer-koncernen, tel.: +358 40 585 1585

Fazers medietelefon är öppen för medierna måndag–fredag kl. 8–16, tel.: +358 40 668 2998

E-postadresserna har formen fornamn.efternamn@fazer.com

#fazerbrainhow

Fazer-koncernen

Fazer är ett internationellt familjeägt företag som erbjuder bageri-, konfektyr-, kex- och spannmålsprodukter samt måltids- och café-tjänster av hög kvalitet. Koncernen har egen verksamhet i åtta länder och export till cirka 40 länder. Fazers mission är att skapa smakupplevelser. Fazers framgång har sedan etableringen 1891 grundats på bästa kvalitet i produkter och tjänster, populära varumärken, kunniga medarbetares engagemang och företagets ansvarsfulla sätt att arbeta. Fazer-koncernens omsättning 2016 uppgick till 1,6 miljarder euro och antalet anställda till närmare 15 000. Fazers verksamhet följer etiska principer som baserar sig på koncernens värderingar och FN:s Global Compact.

Vi skapar smakupplevelser