



Pressmeddelande

2015-05-21

Samtal och svinn – vinnare av årets sociala företagsidé

För fjärde året i rad har Ben & Jerry's och Ashoka finkammat Europa för att hitta nästa generations bästa sociala entreprenörer i tävlingen Join Our Core. De svenska vinnarna, tillika nästa generations entreprenörer av värdestyrda företag, heter Kent Ngo och Gerald Marin från FoPo och Josefine Wahlberg från Jiddr. FoPo strävar efter att minska matsvinnet medan Jiddr ger samtalsstöd för unga.

Den internationella entreprenörstävlingen Join Our Core är tillbaka i ny tappning, i år med crowdfunding i fokus. Årets vinnare har lanserat varsin crowdfunding-kampanj som Ben & Jerry's kommer att gå in och stödja med 20 % av deras crowdfunding-mål (upp till 10 000 euro per vinnare). Årets vinnare är samtidsnära och fokuserade på två konkreta samhällsproblem; matsvinn och bristen på samtalsstöd för unga. Att sträcka ut en hand är ingenting nytt för Ben & Jerry's då de själva hade ett stort stöd av dedikerade fans när de startade för snart 37 år sedan. Ben Cohen och Jerry Greenfield gick då ut till invånarna i Vermont och bad om gåvor på en dollar för att kunna förverkliga sin iskalla affärsidé.

– Join Our Core ger oss möjlighet att hjälpa fantastiska sociala entreprenörer framåt med våra investeringar i deras crowdfunding-kampanjer men även genom rådgivning. Vi har redan haft en tränings-session i april där vi bjöd in experter inom olika områden som hjälpte våra finalister att skaffa sig så bra förutsättningar för en bra crowdfunding-kampanj som möjligt, säger Johanna Roos, Ben & Jerry's Sverige.

Den ena av de två vinnarna, Gerald och Kent från FoPo, såg en möjlighet att göra någonting åt svinnet av all frukt och grönsaker som butiker och gårdar slänger genom att göra det till pulver som portioneras upp och säljs tillbaka till butikerna i form av smaksättning till exempelvis smoothies och soppor.

– Med vår process förlänger vi hållbarheten på maten från två veckor till två år, samtidigt som vi behåller 95 procent av vitaminerna och näringen. Vi såg att vi hade en chans att göra skillnad på riktigt, samtidigt som vi bidrar till att minska matsvinnet så har vi en möjlighet att skapa arbetstillfällen, säger **Gerald Marin, en av två grundare till FoPo.**

Vinnare nummer två, Josefine Wahlberg från Jiddr, såg ett problem i att många unga inte vet vart de ska vända sig med sin oro och ångest. Lösningen blev Jiddr en digital plattform där unga kan prata med vuxna.

– Anledningen till varför vi gjorde en app är egentligen ganska enkel, det finns lite drygt en miljon unga mellan 13-19 år i Sverige och drygt 95 procent av dem har en smartphone. Målet med den här

crowdfundingen är att kunna skala upp ordentligt och vi vet att augusti och skolstarten är lika med ångest för många och därför är behovet att ha någon att prata med stort, **säger Josefine Wahlberg, grundare av Jiddr.**

I Join Our Core koras två vinnare från varje deltagande land och förutom rådgivning och en resa till Ben & Jerry's hemort Vermont i USA så får de även finansiell support genom sponsring av 20 procent av deras crowdfunding-mål (upp till 10 000 euro).

Läs mer om tävlingen på www.joinourcore.com.

För mer information, kontakta:

Ida Persson, presskontakt, Geelmuyden Kiese

Telefon: 0708-42 44 03, e-post: ida.persson@gknordic.com

Jiddr

Josefine Wahlberg, telefon: 070-889 76 53, e-post: jossan@jiddr.com, hemsida: www.jiddr.se

FoPo

Kent Ngo, telefon: 073-985 59 06, e-post: kentosaurus.ngo@gmail.com eller Gerald Marin, telefon: +39 391 356 37 57, e-post: geraldperrymarin@gmail.com

Om FoPo

Fopo grundades 2015 av Gerald Marin, Kent Ngo och Vita Jarolimkova som träffades via studier på Lunds Universitet. Kent och Gerald såg en möjlighet att göra någonting åt svinnet av all frukt och grönsaker som butiker och gårdar slänger på grund av att de börjar närma sig utgångsdatum eller på grund av hur de ser ut. FoPo köper frukten och grönsakerna från både livsmedelsbutiker och gårdar, gör det till pulver och portionerar upp det och säljer tillbaka det till butikerna som smaksättning till smoothies, soppor och liknande. Tack vare pulveriseringsprocessen förlängs hållbarheten från två veckor till två år. Via Gerald Marin, som är född och uppvuxen på Filippinerna, fick de kontakt med de filippinska myndigheterna som såg en möjlighet att bland annat skapa arbetstillfällen. Filippinerna är hårt drabbat av olika typer av naturkatastrofer som jordbävningar och tyfoner som kan vara förödande och där behovet av näringsrik mat är stort. FoPo har även blivit inbjudna till FNs livsmedels- och jordbruksorganisation FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) och deras initiativ för att minska matsvinn *SAVE FOOD: Global Initiative on Food Loss and Waste Reduction*. Målet med crowdfunding-kampanjen är att kunna ta nästa steg för att starta upp verksamheten i Filippinerna.

Länk till FoPos crowdfunding-kampanj: <https://www.kickstarter.com/projects/fopo/fopo-food-powder-saving-almost-expiring-fruits-del>

Om Jiddr:

Jiddr grundades år 2012 av Josefine Wahlberg och Marie Altus som ett initiativ för att ge ungdomar en plattform där de kan prata med vuxna. De har utvecklat en app som fungerar som en plattform där det i dag hålls ett samtal i veckan med upp till 50 000 inloggade användare/lyssnare. För att säkerställa att användarna håller en god ton mot varandra och värden som håller i samtalet finns det även moderatorer som ser till att alla uppför sig enligt regler. Idén bakom Jiddr föddes när Josefine Wahlberg började spela dataspel för drygt sex år sedan och via de sociala delarna av spelen kom i kontakt med många ungdomar. I fyra år försökte Josefine stödja barnen och ungdomarna så gott hon kunde när hon spelade. Men Josefine ville göra mer än så. En stor del av problematiken är att många inte vet vart de ska vända sig och att de tror att de är ensamma om de här känslorna och ångesten. Många är också beredda att hjälpa Jiddr. Efter att ha skickat ut en presentation till 100 organisationer som arbetar med ungdomar för feedback fick de inte mindre än 86 svar som ville hjälpa till och hålla i ett Jiddr-samtal. Målet med crowdfunding-kampanjen är att kunna erbjuda 10 samtal i veckan med start i augusti.

Länk till Jiddrs crowdfunding-kampanj: <https://www.kickstarter.com/projects/jiddr/interactive-podcast-for-teens>

Om Join Our Core

Ben & Jerry's letar efter entreprenörer som drivs av samma värderingar (core values) som Ben & Jerry's och som utifrån sitt engagemang hittar innovativa lösningar på samhälls- och miljöproblem. Join Our Core är öppen för sociala entreprenörer som driver en egen verksamhet, vinstdrivande eller ideell i Ben & Jerry's anda. Tävligen arrangerades första gången 2012 och i år hålls tävligen i Storbritannien, Frankrike, Tyskland, Nederländerna och Sverige. Totalt togs 24 vinnare ut av representanter från sociala entreprenörer och experter som Ashoka, världens största organisation för socialt entreprenörskap. Vinnarna i de fem länderna och fick genomgå en intensiv två-dagarsträning med inför sina crowdfunding-kampanjer. Därefter utsågs två vinnare från varje land som belönas med 20 % backning av deras crowdfunding-kampanj (upp till 10 000 euro per vinnare), mentorskap från Unilever, marknadsföring via Ben & Jerry's digitala och sociala medier och en resa till Vermont där Ben & Jerry's startade 1978 (fullständiga villkor för Join Our Core 2015 hittas [här](#)).

Om Ben & Jerry's

Redan 1978 öppnade barndomsvännerna Ben Cohen och Jerry Greenfield sin första glassbar i en nedlagd bensinstation i Vermont. Målet är (och har alltid varit) att producera en så bra glass som möjligt på schysstast möjliga sätt. I Sverige har Ben & Jerry's funnits sedan 2004.

Ben & Jerry's mission sammanfattas i frasen Peace, Love & Fairtrade Ice Cream. Den innebär att alla delar av verksamheten, de produktmässiga, de ekonomiska och de sociala, måste utvecklas med respekt för människan, planeten och djuren, både inom och utanför vår verksamhet. Ben & Jerry's använder endast naturliga ingredienser i glassen, alla ägg kommer från frigående höns och företaget betalar ett prispremium för grädden för att korna ska vara glada. Ben & Jerry's främjar affärsmetoder som visar respekt för jorden och dess invånare, och verksamheten drivs med utgångspunkt i ett hållbart samhälle, en hållbar ekonomi och en lönsam tillväxt. Sammanlagt har Ben & Jerry's de senaste fem åren satsat 2,4 miljoner euro i kampen mot klimatförändringarna. Läs mer på www.benjerry.se.