



Mediameddelande
3.11 2016

Mat bra för hjärnan: Fazer utforskar nya idéer i hack-evenemang

Evenemanget Fazer Brainfood Hack hölls den 28–30 oktober 2016. Internationella team forskare, utvecklare och designers, inbjudna av Fazer, samlades för att söka nya sätt att svara på den ökande efterfrågan på kognitiv kapacitet i det dagliga livet. Den vinnande lösningen använder teknologi och servicedesign för att förändra människors kostvanor.

En mångsidig samling team använde helgen till att utforska och arbeta fram idéer med potential för vidareutveckling. Medlemmarna i de tio teamen hade över fem nationaliteter och kom från startup-företag, IT-företag, Aalto-universitetet och Helsingfors Universitet.

Den vinnande lösningen i Fazer Brainfood Hack använder teknologi och servicedesign för att stödja människor att välja måltider som ökar den kognitiva kapaciteten. Team "Irtokarkit" vill ge människor en mild knuff i rätt riktning vid flera tillfällen under restaurangupplevelsen. Juryn berömde dem speciellt för att ha skapat en innovativ och reell lösning som kan förändra människors kostvanor.

Två andra förslag belönades. Team Simplate använde design för att skapa en fysisk tallriksmodell, som vägleder människor att göra bra val i deras dagliga liv. Team Alfresco skapade ett semantiskt analysverktyg med många framtida användningsmöjligheter inom konsumentinsikt.

"Fazer Brainfood Hack var ett inspirerande evenemang, som resulterade i många nya idéer för att hjälpa människor att komma ihåg kostens betydelse. Vad vi äter har verkligen betydelse, då näringen är en elementär del av hjärnans hälsa och förmåga. Människor presterar inte alltid på sin kognitiva topp, och kostvalet är en av nyckelfaktorerna för att hållas alert", säger Kiti Müller, som leder den kliniska forskningen vid Digital Health Lab, Nokia Technologies.

"Baserat på vår insikt i vardagslivet i alla åldersgrupper kan vi se en tydlig efterfrågan på att stöda hjärnans kapacitet. Matindustrins fokus har legat mer på fysisk kapacitet än på kognitiv kapacitet. Fazer vill kombinera sin expertis inom mat och näring med andra nyckelområden inom hjärnkapacitet: sömn samt fysisk och mental träning", säger Heli Arantola, SVP, strategi och



förnyelse på Fazer.

Fazer Brainfood är ett forsknings- och affärsutvecklingsprogram som utforskar kopplingen mellan mat och kognitiv kapacitet. Programmet kombinerar matvetenskap, teknologi och kundupplevelsedesign till nya sätt att stöda den kognitiva kapaciteten. Genom att sammanföra universitet och studenter med väletablerade företag och startup-företag bygger Fazer ett ekosystem för denna utveckling.

I och med sin roll i konsumenternas vardagsliv har Fazer ett stort ansvar, och stora möjligheter, att utforska och främja hälsosamma kostvanor. Bara Fazer Food Services har drygt 1 200 restauranger, där hundratusentals gäster äter varje dag.

“Fazer är ett familjeägt företag som har företagandet i sitt DNA. Vi är speciellt intresserade av att utveckla idéer tillsammans med startup-företag och kommande företagare. Fazer kan också stöda i det första skedet, då man ska få affärerna att löpa, genom att vara den första kunden eller sparringpartnern. I detta hackathon hade vi rollen som facilitator för att utveckla den första idén till ett koncept”, säger Heli Arantola, som ser möjligheter för Fazer och unga talanger att arbeta tillsammans för att lösa viktiga frågor med hjälp av teknologi i världsklass.

Juryn

Christoph Vitzthum, koncernchef, Fazer

Dr. Heli Arantola, SVP, strategi och förnyelse, Fazer-koncernen

Simon Panelius, VP, verksamhetsutveckling, Fazer Food Services

Dr. Kiti Müller, chef för den kliniska forskningen vid Digital Health Lab, Nokia Technologies

Ytterligare information

Heli Arantola, SVP, strategi och förnyelse, Fazer-koncernen, tel.: +358 500 505 762

Leena Majamäki, Kommunikationsdirektör, Fazer-koncernen och Finland, tel: +358 40 585 1585

Fazer-koncernen

Fazer är ett internationellt familjeägt företag som erbjuder bageri-, konfekt-, kex- och spannmålsprodukter samt måltids- och kafétjänster 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. I år firar Fazer 125-årsjubileum och att det är 150 år sedan företagets grundare Karl Fazer föddes. Fazer-koncernens omsättning 2015 uppgick till mer än 1,5 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