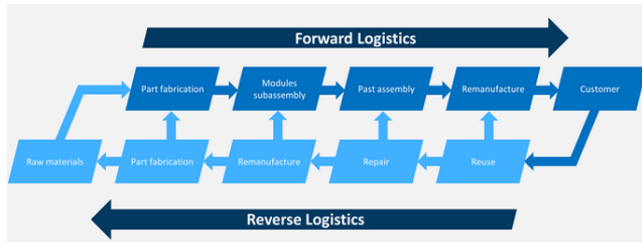


Projektkandidater, PiiA workshoppens resultat 220415:

1. En digitaliserad värdekedja för lärande och konceptbevis.

Välj en kandidatvärdekedja där vi med digitalisering skapar transparens, spårbarhet, erbjuder kommunikation för att främja konsumenternas engagemang, beräkna och rapportera hållbarhetsdata. Projektet är ett konceptbevis, plats för lärande.

2. Skapa ett konceptkoncept för *reverse logistics* som skapar kunskap och nya affärsmöjligheter i den valda värdekedjan.



3. Integrering och alignment av data för att nå det fulla potentiella värdet.

Anpassning av uppgifter, livsmedelsföretag följer lagstiftningen om mätning och datainsamling, eftersom dessa lagar och förordningar kommer till handling nya system installeras för insamling av data. Dessa system är inte integrerade, de kan vara fristående. Därför är utmaningen att alla data inte är justerade, överblick och full potential för data som vi inte har uppfyllt. Forskningsprojekt kan vara att integrera och anpassa data för att nå fullt potentiellt värde och söka möjlighet att öka beslutsfattandet. Detta kan vara en tillämpning av Data factory (sourcing av data i ett processbart format).

4. Analysera behovet av automationsgrad och i kombination med digitalisering utforska möjligheterna i beslutsfattandet och att skala upp.

Minska subjektiva beslut till förmån för digital grund för beslut. Förmågan att analysera baserat på historiska data.

5. Projekt för att utforska hur digitalisering sparar resurser och optimerar operativ planering i en värdekedja.

6. "Stressfri" delning av data

Samarbete längs värdekedjan kan hämmas eftersom data är en värdefull tillgång och det finns risker att dela, detta projekt syftar till att hitta ett sätt att dela data utan att äventyra affärssäkerheten.

7. *Digital learning communities* i hela värdekedjan för livsmedel.

Lås upp potentialen vi ser bakom sociala medieplattformar som Facebook-grupper, LinkedIn, etc. men kring kunskapsdelning kring framtidens mat.

8. Integrera AI-teknik i FoU.

I stället för att varje enskild spelare försöker "räkna ut" konsumenternas preferens kring alternativa proteiner. Vi kan bättre utnyttja den teknik som redan finns på andra marknader för vår FoU & innovation. T.ex. Det finns israeliska AI-företag som tillämpar maskininlärning på konsumenternas preferenser i smak och andra sensoriska faktorer hos produkter så att R&D & Innovation blir mer automatiserad och exakt

Sweden Food Arena hjälper till att initiera grupperingar som innoverar och forskar tillsammans, vid samverkansintresse hör av dig till: kerstin.eriksson@swedenfoodarena.se.