

AFRY

ÅF PÖYRY



Odyssé - tillbaka till framtidens mat

Sweden Food Arena

28.3.2022

PETRI VASARA/HANNELE LEHTINEN/NHI LE

OMTUMLANDE...

Revolutionen måste smaka gott

Material från Sainsbury's

Customers need our help

The infographic features five quotes from Sainsbury's customers, each accompanied by a small image: a green footprint, a blueberry, a vegetable box, a hand holding green beans, and a red beet. A long arrow points from the quotes towards the right side of the slide.

"I'd like to cut my footprint, but I have no ideas what foods are better for the planet..."

"My kids should eat more fruit and veg, but by 7pm I've given up arguing and if it goes in the bin that doesn't help anyone."

"I should eat more veg, but I don't know how to cook it!"

"I know I need to eat more healthily, but healthy food always seems so joyless."

"I know I should buy organic, but it's always so expensive."

ESG Event June 2021 25

Ett liv utan glädje?

Ja, vi vet att vi borde äta hälsosammare, mer miljövänlig kost. Men många upplever, som i Sainsbury's gallup, att "... [hälsosam] mat alltid är en så glädjelös upplevelse ...".

För att revolutionen inom mat skall lyckas, måste den smaka bra!

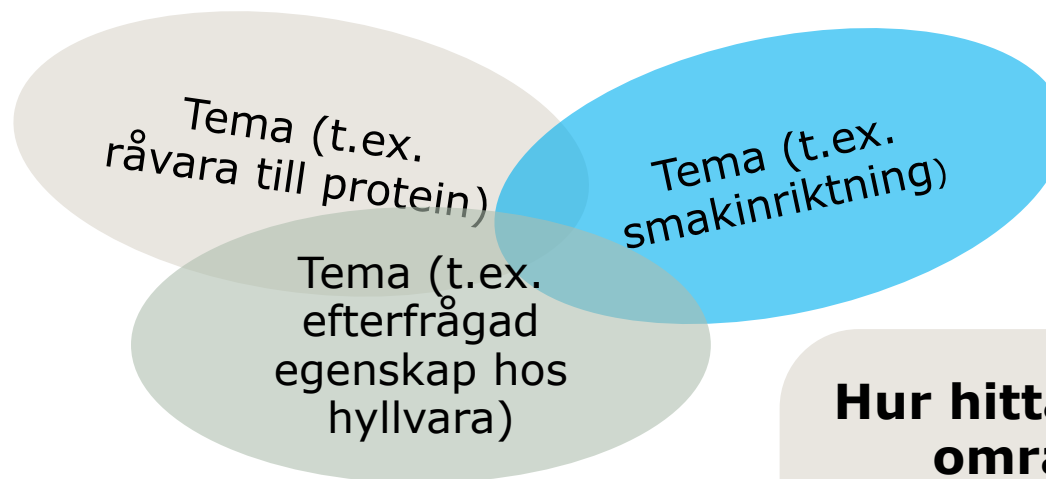
VARHÄN?

Med vem skall Sverige forska i vad? Äkta svenska smaker med artificiell intelligens?

Vem och vad

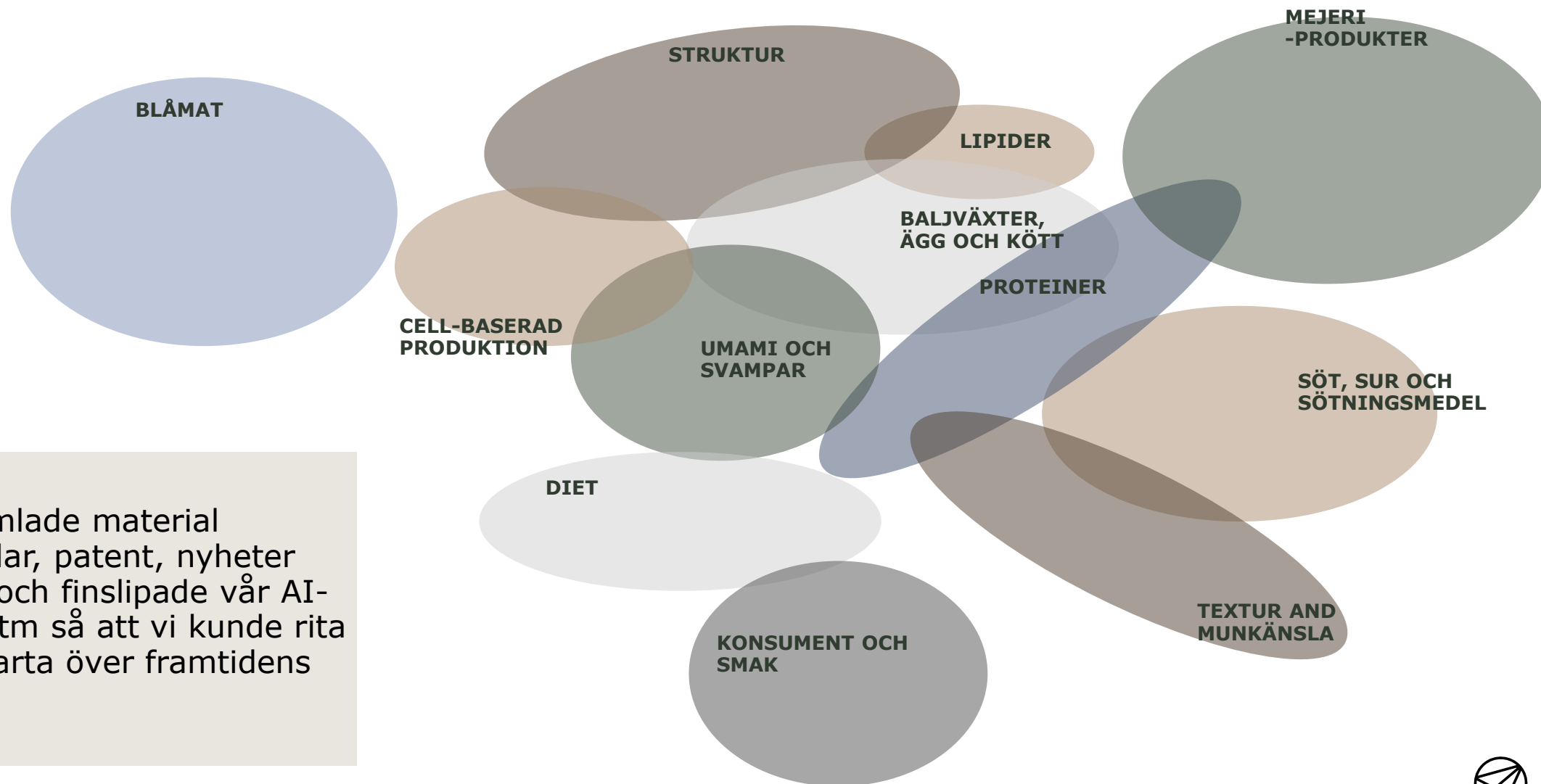
Var och hur hittar vi exempel på världstoppar till samarbetspartners:

- rätt tema
- rätta partners
- rätt tid



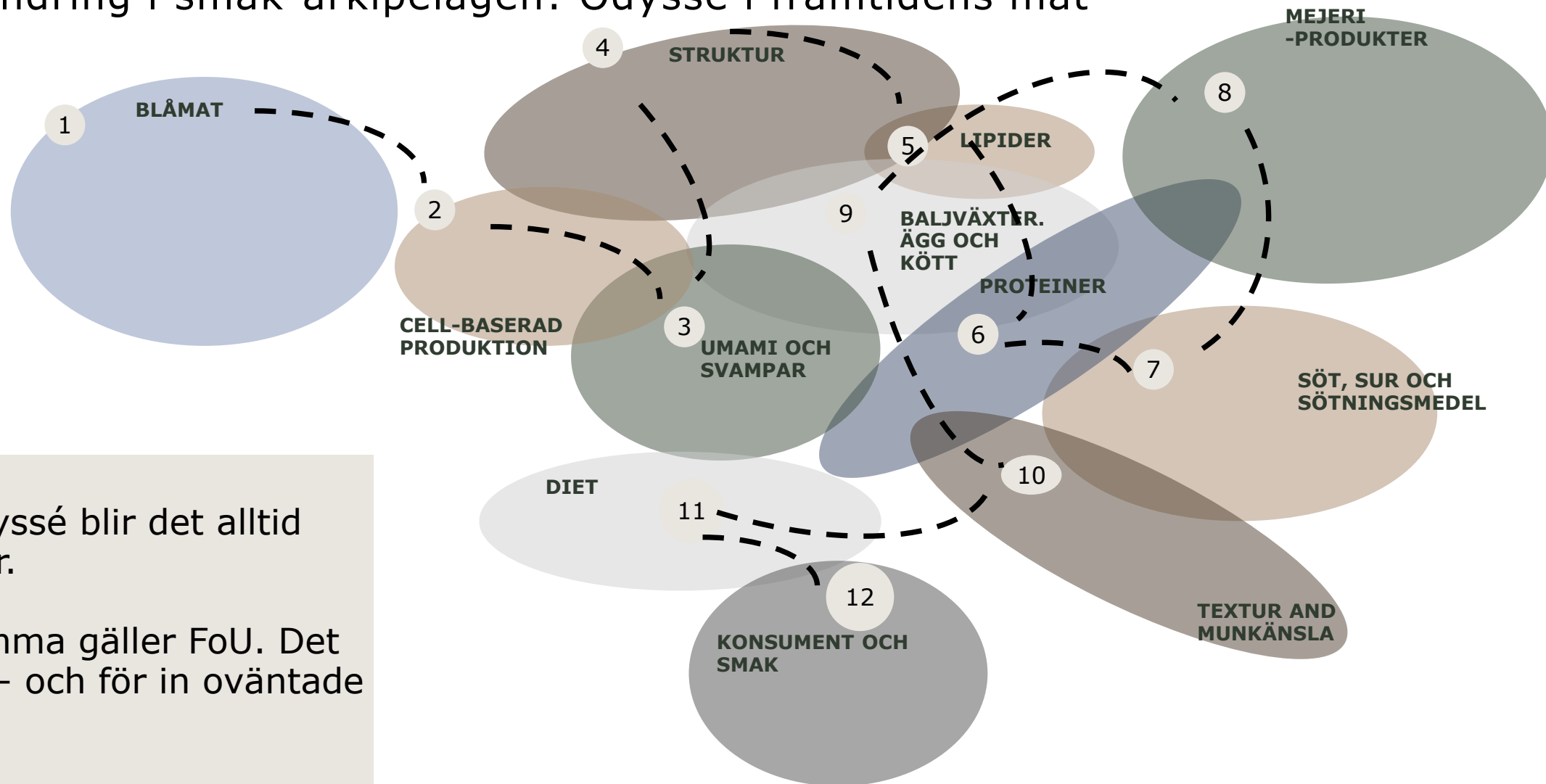
Hur hittar vi, t.ex. i områden av överlapp, möjligheter (vad, med vem, med vilken inriktning) för svensk FoU?

VAD: Att göra en odysseé genom möjligheter i framtiden mat



Vi samlade material (artiklar, patent, nyheter o.a.) och finslipade vår AI-algoritm så att vi kunde rita en "karta över framtidens mat"

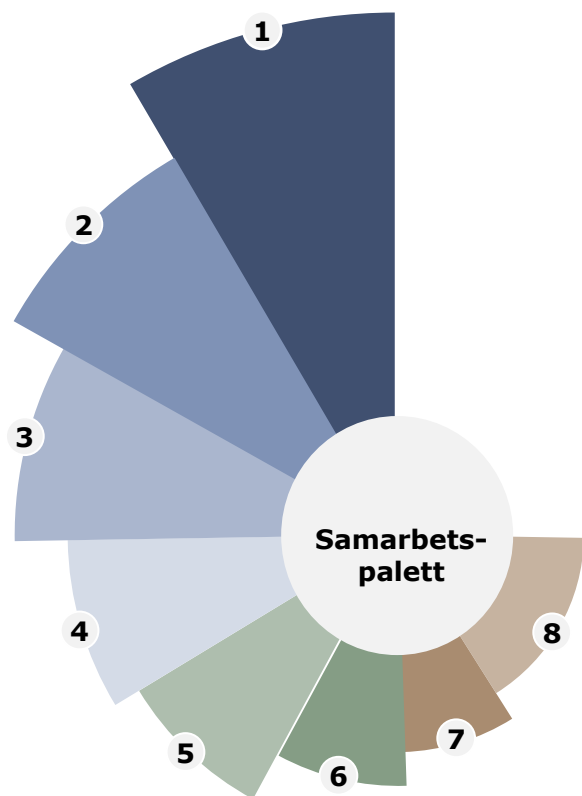
Rundvandring i smak-arkipelagen: Odysseé i framtidens mat



I en odysseé blir det alltid irrfärder.

Det samma gäller FoU. Det hör till – och för in oväntade insikter.

VEM: exempel på toppartners på olika områden



1 Konsumentens smakorientering

- Motif FoodWorks och King's College London
- Givaudan och UC Berkeley

2 Sensorik och smakprognoser

- DSM och Singapore Institute of Technology
- University of Copenhagen: Future consumer lab

3 Umami

- Kikkoman och Wageningen University
- University of Copenhagen
- Maggi (brand inom Nestlé)

4 Söt smak

- Nestle och Technische Universität München

5 Munkänsla och textur

- The Kraft Heinz Company, APC Microbiome Ireland och University College Cork

6 Produktorientering

- Technion, Aleph Farms och Israel Institute of Technology

7 Proteins

- University of California
- Harvard College

8 Lipids

- Motif FoodWorks och University of Guelph
- National University of Food Technologies, Ukraine

HEM TILL VÄRLDEN!

För Odysseus slutade odysseen med grekisk olivolja. För Sverige är svenska råvaror ett globalt trumfkort.



Olivolja

+

blåstång

=

?



Making Future