

Blippit utmanar kortjättar



FÖRST UT. Swish är först med att använda den nya tekniken, men systemet öppnar för fler appar.

FOTO: LARS WELIN

Nu lanserar handeln enkel mobilbetalning

Handelns egna aktörer tar nu ett rejält kliv in i betalmarknaden och utmanar kortjättarna.

Med nya Blippit blir mobilbetalningar enkla och kostnaderna lägre för butikerna.

- Detta gynnar handeln, säger Pontus Ellefsson, vd för delägaren Clearon.

Grundarna av Blippit pratar om en revolution när det gäller kontantfria betalningar i handeln.

Bakom uppfinningen står Clearon, som har lång erfarenhet av att hantera kupongtransaktioner i handeln, och tech-företaget Crunchfish som jobbar med lösningar för mobil handel och så kallad förstärkt verklighet (AR).

- Detta kommer att ändra sättet vi ser på betalningar i butik, säger Joachim Samuelsson, vd för det nybildade bolaget Blippit.

Den tekniska lösningen bygger på en egenutvecklad appterminal som ansluts till kassasystemet. I grunden finns Clearons mångåriga system som i realtid kontrollerar och hanterar ett stort antal



NYSTART. Blippits grundare Pontus Ellefsson och Joachim Samuelsson tror att betalningen kommer att gynna handeln.

FOTO: LARS WELIN

transaktioner, bland annat för rabattkuponger.

Först ut att använda tekniken är Swish, men systemet öppnar för fler betalappar, och inte minst kedjornas egna system och appar.

- Vi på Clearon har jobbat med online-clearing i 14 år i ett system som fungerat prickfritt och utan avbrott. Nu adderar vi ytterligare

Detta kommer att ändra sättet vi ser på betalningar i butik.

Joachim Samuelsson, vd, Blippit

en tjänst, säger Pontus Ellefsson.

För butikerna handlar det om lägre kostnader.

Vad handlar det om för kostnader?
- Det är en mycket låg kostnad, kanske en årsavgift som motsvarar en månadsavgift i dag för en traditionell kortterminal.

Blippit lanserades i veckan på DLF:s vårmöte Innoday. I andra kvartalet räknar ledningen med skarpa pilottester i handeln och målet är att rulla ut systemet i höst.

Blippit ägs till 50 procent av Clearon som i sin tur ägs av DLF, Dagligvaruleverantörers Förbund, och till 50 procent av Crunchfish Proximity som i sin tur är ett helägt dotterbolag till börsnoterade Crunchfish.

Lars Welin

Food Tech 2019



FOTO: JESPER ERINSSON/ALFRED NOBEL SCIENCE PARK

HÅLLBART. Mia Brunell Livfors, vd och koncernchef på Axel Johnson, talade på Food Tech 2019, bland annat om att matbranschen måste förändras för att kunna möta kundernas önskan om att äta hållbart.

"Vi måste utveckla för att inte tappa vår del av kakan"

I en uppkopplad framtid räcker det kanske att säga "jag är hungrig" till sin digitala assistent för att få maten hemlevererad och skräddarsydd efter just dina behov och preferenser.

Det är bland annat detta som food tech handlar om.

I måndags möttes innovativa food tech-bolag, forskare, investerare och aktörer inom livsmedelsbranschen på konserthuset i Örebro för att tillsammans glänta på dörren till nya digitala lösningar i matbranschen.

Det handlar om eventet Food Tech2019 - ett framtidsorienterat samarbete mellan Alfred Nobel Science Park och Di Digital.

Johan Jörgensen från Sweden Food Tech var en av talarna.

- Att lösa frågan om hur man på ett hälsosamt och hållbart sätt kan föda en växande befolkning - där vi snart kommer att vara



Johan Jörgensen

Matbranschen är väldigt lite digitaliserad trots att det är en stor marknad.

Mia Brunell Livfors, vd, Axel Johnson

tio miljarder invånare - kräver all den innovation vi kan producera inom det här området, säger han.

Mia Brunell Livfors, vd och koncernchef på Axel Johnson, talade bland annat om hur matbranschen behöver förändras för att möta en framtid där allt fler konsumenter vill äta hållbart och handla bekvämt samtidigt som restaurangmat och take away växer på bekostnad av mat i butik.

- Matbranschen är väldigt lite digitaliserad trots att det är en stor marknad. Vi måste både investera och utveckla själva för att inte tappa vår del av kakan, säger hon.

Vad tar du med dig från den här konferensen?

- Jag tycker att det var spännande med presentationerna från alla start-ups. Inom dagligvaruhandeln behöver vi bli bättre på allt från att förstå kundernas behov till att minska svinn, och där tycker jag att de hade mycket att komma med.

Några av de food tech-företag som tävlade med sina idéer var Meal makers, som erbjuder livsmedelsauktioner på nätet, och Picky eating, som skräddarsyr personliga matval och preferenser med hjälp av en app.

Agneta Renmark

Ny produkt från Icanyheter - nu till rabatterat pris!

333 tips för dig som arbetar i butik

Beställ ditt exemplar för bara 495 kr ex moms på www.icanyheter.se/webbshop