

# CRUNCHFISH MINSKAR MATSVINNET, VILL DU VARA MED?

En tredjedel av all mat som produceras slängs och det är kostsamt för både samhället och miljön. Techbolaget Crunchfish har uppfunnit ett sätt som räddar maten genom att ge konsumenter belöning direkt i kassan. Detta förändrar köpbeteenden i grunden och kommer att bidra till en drastisk minskning av matsvinn i handeln.

Hållbar utveckling tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina. FN har en ambitiös agenda med de 17 globala målen för en ekonomiskt, socialt och miljömässigt hållbar utveckling. Matsvinnet skall halveras till 2030 i alla led från jord till bord.

– Intresset finns hos samtliga aktörer att hitta lösningar på det här problemet, säger Linda Kronby, Senior Business Developer på Crunchfish. Det ligger inte bara an på konsumenten att förändra sitt beteende, utan även företagen behöver se vad de kan göra för att ta sitt ansvar samt engagera konsumenten till att göra miljömedvetna val.

För att rädda maten har Crunchfish utvecklat ett koncept för dynamisk prissättning av varor, baserat på varans individuella egenskaper, som bäst-före-datum eller batchnummer.

– Konsumenter väljer i regel den förpackning med längst hållbarhet i varuhyllan, vilket leder till att äldre varor tenderar att bli kvar och slutligen måste kasseras. Med en unik produktmärkning enligt nya GS1 Digital Link-standarden, där varans randiga streckkod ersätts med en rutig QR-kod, kan kunden få belönas direkt i kassan för klimatsmarta val. Rabatten kan lätt programmeras att öka ju närmare bäst-före-datumet varan är, fortsätter Linda Kronby.

Crunchfish lösning möjliggör för leverantörer och handlare att engagera konsumenter att handla mer hållbart. Fördelen med GS1 Digital Link-standarden är att en tvådimensionell kod, implementerad som QR eller DataMatrix, kan bära mer och även individuell information om produkten, till exempel bäst-före-datum, information om dess ursprung, men även ge konsumenten detaljerad produktinformation.

– Lösningen är inte begränsad till bäst-före-datum, utan det kan handla om att leverantörerna eller handlarna vill trigga igång försäljningen av andra anledningar. Det här är ett

väldigt spännande område som dagligvaruhandeln kommer att satsa på och även följas av fler branscher på sikt. Just nu söker vi klimatsmarta leverantörer som vill vara med från början och driva på utvecklingen mot ett hållbart samhälle, avslutar Linda Kronby.

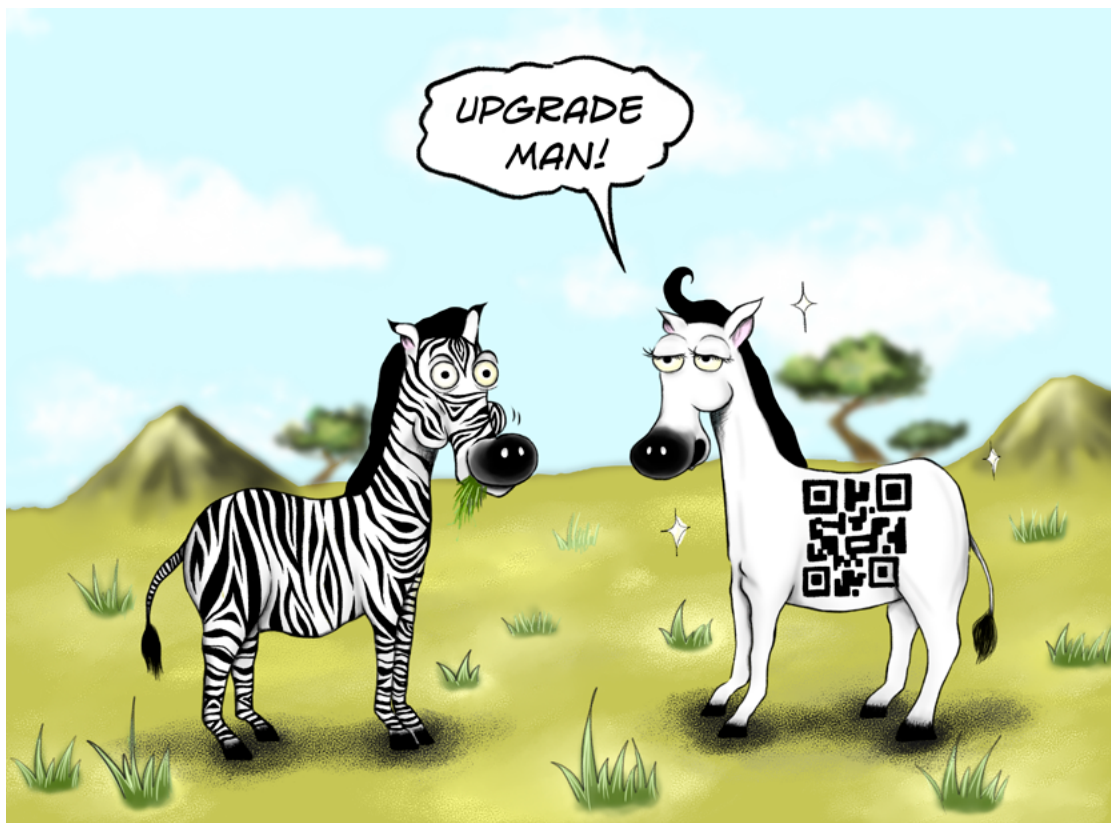


Linda Kronby, Senior Business Developer på Crunchfish

## FAKTA OM CRUNCHFISH

Crunchfish är ett techbolag med patentsökta lösningar för digitala kontanter som kan integreras både med betalningsrälsen eller mobila plånböcker. Lösningarna är globalt skalbara och gör digitala betalningar mer robusta eftersom riskerna med störningar och driftstopp elimineras. Vi har också utvecklat Blippit, en appterminal som ansluts till kassasystem för både online- och offlinebetalningar och har en patentsökt lösning för att minska matsvinnet. Crunchfish utvecklar även geststyrning av smarta AR-glasögon till konsumentmarknaden. Crunchfish är sedan 2016 noterade på Nasdaq First North Growth Market med huvudkontor i Malmö och med representation i Indien.

Läs mer på [crunchfish.com/foodwaste](https://crunchfish.com/foodwaste)



I framtiden kommer produktmärkingen vara rutig istället för randig eftersom en QR-kod även kan innehålla individuell information om varan som dess bäst-före-datum eller batchnummer.