



*Veldig mye data  
– likevel –  
både tilbaketrekking og verdiskaping?*

*Geir Myrold, leder Nordisk Region, TraceTracker*



# Agenda

---

- Utfordringen
- Løsningen
- Fremtiden



***Om***  
***TraceTracker***

**“We create value  
from traceability”**



# ***Utfordringen***

## Med så mye data....; hvordan få til

---

**”..... en elektronisk  
infrastruktur for effektiv  
utveksling.....”**

**(Fra eSporing ambisjonen)**

# Er det så mye data, da?

---

- **Ja!**
- **Er de samordnet?**
- **Nei!**
- **Hvordan knytte relevant informasjon til matvarene våre?**
  - Kan teknologi løse dette?
    - ✓ Jernbanenettet – reise fritt
    - ✓ Telefonsystemet – snakke fritt
    - ✓ Minibanker – fri tilgang på penger
    - ✓ Internett – fri tilgang til informasjon

# Og mer data blir det....

---

- **Fremtidens automatiske datafangst**
  - (RFID, sensorer etc)
- **Mange informasjonsbærere/-kanaler mot ulike målgrupper**

# Utfordring 1: Forbrukerne vil vite

Er det sunt?

***Fremtidens  
forbrukere er informerte  
og interesserte.***

Kunne jeg kjøpt  
denne billigere på  
Internett?

Inneholder det  
nøtter eller andre  
allergener?

Er denne dyrket  
organisk?



Tester de  
produktene  
sine på dyr?

Er emballasjen  
gjenvinnbar?

***De spør seg mange spørsmål før de  
gjør et kjøp.***

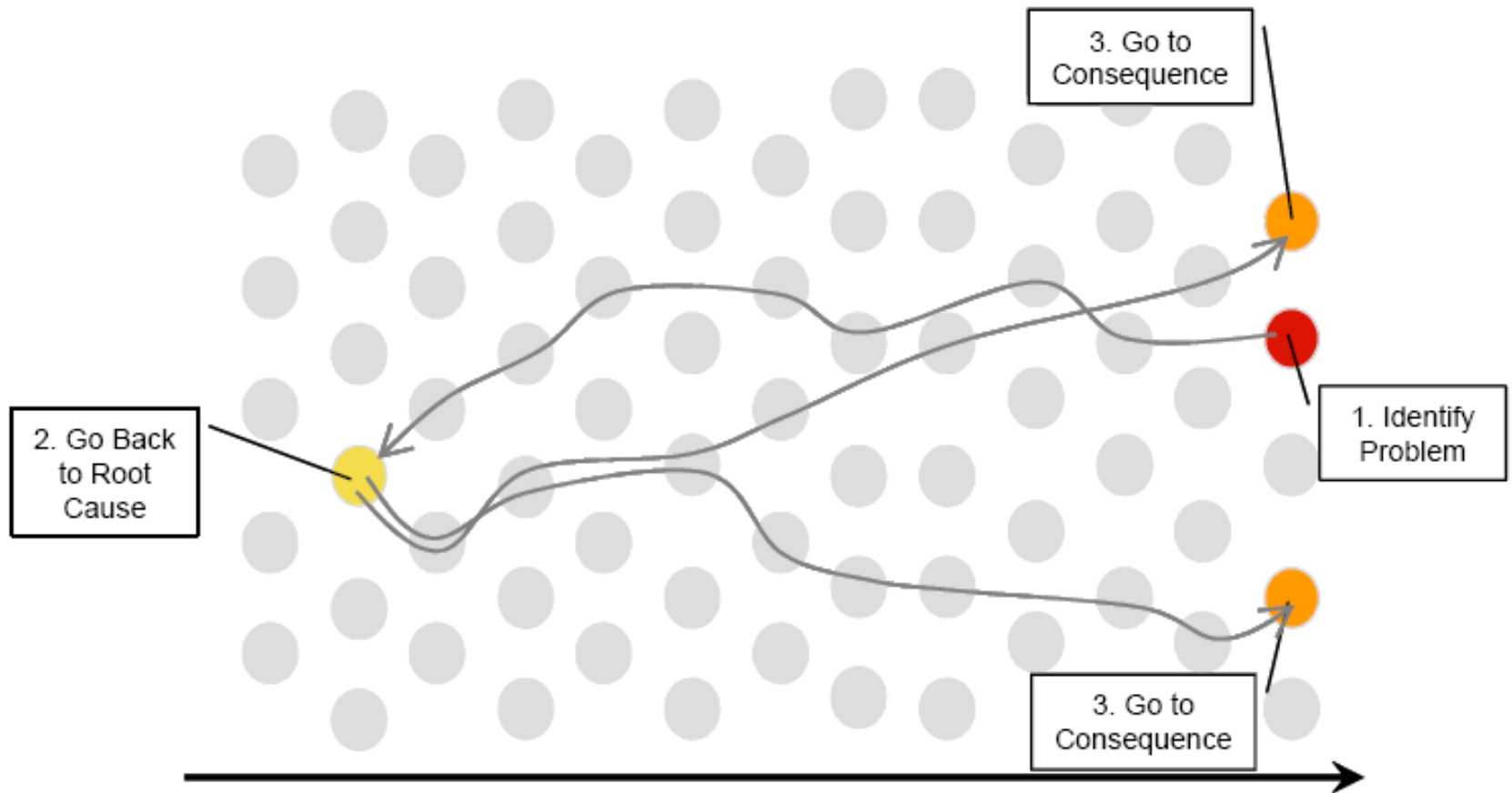
Opptrer dette  
selskapet  
ansvarlig?

Behandles og  
lønnes  
medarbeiderne bra?

Gjøres landbruket og fiskeriet på  
en bærekraftig måte?

# Utfordring 2: Vi trenger tilbaketrekkingverktøy!

Figure 2. Tracing the Problem Backward and Forward



Source: Gartner (June 2007)

## Utfordring 3: Gir det verdi for bedriften?

# Sporbarhet

**Produkt/merke verdi**

**Produkt/merke karakteristika**

**Smak**  
**Fremtoning**  
**Innpakning**

**Frø**  
**dyrket**

**Helkorn**  
**Lavere kolesterol**  
**Ikke farlig fett**

**Produkt/merke beskyttelse**

**Nett: beredskap og tilbaketrekkingssystemer**

**Produkt/merke compliance**

**Lovmessige og kommersielle krav for markedsadgang**

**Hvis ikke; ingen eSporing.....**



***Løsningen***

## Løsningen:

# Hva opplever jeg at det er enighet om?

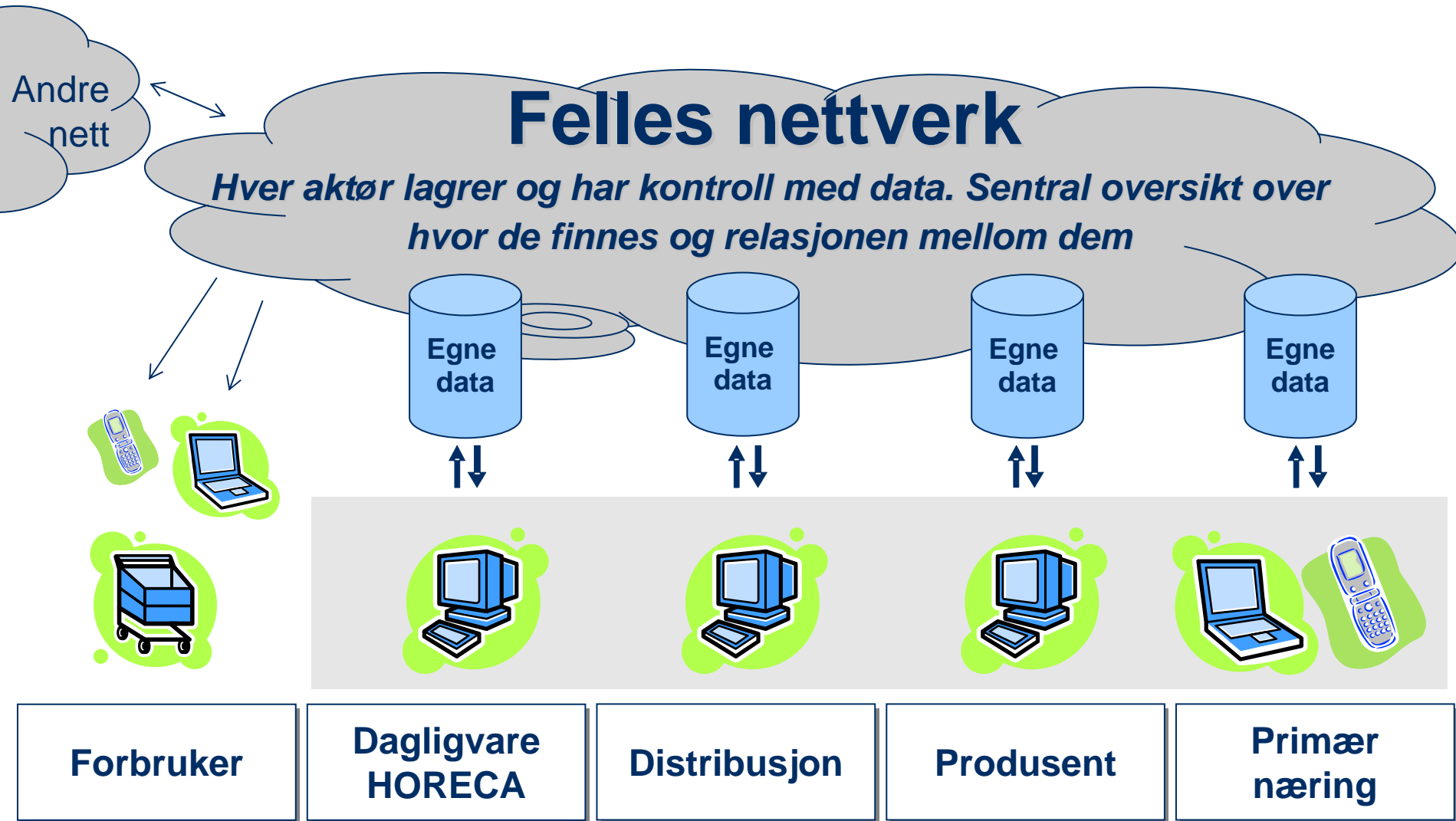
---

- ✓ Unik identifisering på handelsenheter
- ✓ Global støtte (pga import, eksport)
- ✓ Bruk av standarder
- ✓ Omfatter alle typer mat
- ✓ Må kunne brukes av både store og små aktører; og både oppstrøms og nedstrøms
- ✓ Vi må kunne stole på dataene ("en -1 sannhet")
- ✓ Informasjon må være enkelt og raskt tilgjengelig
- ✓ Aktør må eie egne data
- ✓ Connect once, connect to all!

# Hvordan tilnærme seg dette i praksis?

---

# Etablere en nettbasert infrastruktur



# Viktige egenskaper

---

- **Distribuert arkitektur**
- **Data blir værende hvor de ble fanget**
- **Ingen eier systemet, alle eier systemet**
- **Data kommuniseres til autoriserte mottakere og kun som forespurt og avtalt**
- **Data er beskyttet via autentisering, kryptering og sikker overførsel**



***Fremtiden***



*Information from Young's*

## **Our policy on transparency of information**

Young's is a modern, forward thinking company which believes in doing things right.

It is therefore a fundamental principle of our business that we can demonstrate full traceability of all our products, 'from boat (or farm) to plate.' This is to ensure legality, product integrity and consumer choice.

In the same way, we are committed to openly publishing information about how and where our products are made, in addition to the provenance of their ingredients.

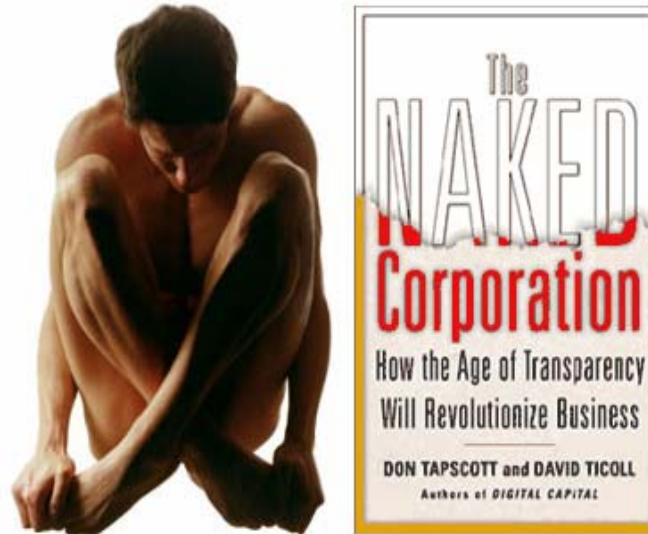
We therefore intend that all such information will be freely available, either on-pack, through our website or by direct enquiry to our Consumer Care team. We will never knowingly withhold such information, except that we reserve the right to occasionally withhold commercially sensitive details which might otherwise lend advantage to our competitors.

In line with our policy on engagement we also welcome dialogue with all parties, such as fish producers, governments, trade associations, NGO's and retailers - wherever this can contribute to long term improvement and development in the seafood industry.

[www.youngsseafood.co.uk/](http://www.youngsseafood.co.uk/)

# Fremtiden

---



[www.nakedcorporation.com](http://www.nakedcorporation.com)

- *Transparency and corporate values enhance market value*
- *Transparency has an organizational form*
- *Transparency brings a power shift to employees*
- *Transparency is critical to business partnerships*

-Tapscott and Ticoll

# Blir løsningene attraktive?

