

MEGHÍVÓ

XIII. NEMZETKÖZI TÁPLÁLKOZÁSMARKETING KONFERENCIA

„Evés ésszel vagy ész nélkül. Stratégiák a fogyasztók táplálkozási magatartásának
befolyásolására vállalati és közösségi szinten”

Szervező

Debreceni Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Marketing és Kereskedelem Intézet

Együttműködő partnerek

MTA DAB Agrártudományi Szakbizottságának Agrár- és Élelmiszeripari Marketing
Munkabizottsága

TÉT Platform Egyesület

Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége

Poznań University of Life Sciences, Faculty of Economics and Social Sciences

Időpont

2019. április 17. (szerda)

Helyszín

Nagyerdei Stadion (VIP terem)

4032 Debrecen, Nagyerdei Park 12.

Mottó

„A megőrzött egészség nagyobb kincs, mint a legyőzött betegség!”
(Szabó Nikolett kutató)

A legtöbb fogyasztó számára a „természetes” és a „funkcionális” jelzők használata, vagyis az az üzenet, hogy az általuk megvásárolt termék „természetesen egészséges”, együtt jelent értéket. Ez az összefüggés szoros kapcsolatban áll a fenntartható élelmiszerfogyasztás trendjével, amely nem csak az egészséget, hanem a környezet védelmét is fontos szempontnak tekinti.

Napjaink fogyasztói személyre szabott termékkelőnyöket keresnek, amit a technológia fejlődése hatékonyan támogat. Míg 2015-ben még „csak” 500 millió személy használt valamilyen egészséggel kapcsolatos alkalmazást, addig 2018-ban számítások szerint már több mint 1,5 milliárd személy töltött le valamilyen egészségügyi applikációt.

Már ma is számos olyan készülék és alkalmazás érhető el, amelyek segítik a tudatosabb táplálkozást. Ilyen például az élelmiszerszkenner, amely képes kimutatni az élelmiszerekben található tápanyagokat és azok speciális összetevőit, vagy az

A rendezvény az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 azonosító számú,
„Debrecen Venture Catapult” pályázat keretében valósul meg

okosvilla (HAPIfork), amely rezgéssel figyelmeztet arra, ha túl gyorsan eszünk. A Google a Novartis-szal együttműködve olyan kontaktlencsét fejleszt, amely a könny összetétele alapján néhány másodpercenként ellenőrzi a vércukorszintet. A Deadline nevű alkalmazás még ennél is tovább megy, ugyanis arról tájékoztatja a páciens, hogy jelenlegi szokásait folytatva hány évig élhet még. A példák, melyeket még sorolhatnánk, mind azt igazolják, hogy a technológia egyre magasabb szinten képes kiszolgálni a „személyre szabottság” iránti fogyasztói igényt.

Sokan vélekednek úgy, hogy a 21. század a viselkedésünk megváltoztatásának évszázada lesz. Ennek részeként változtatni fogunk étkezési szokásainkon és mozgásszegény életmódunkon, az egyén rájön, hogy ő is felelős saját egészségének alakulásáért. Míg a 20. századi orvoslás fő célja a betegségek gyógyítása volt, addig a 21. századié egyre inkább az egészségesek „továbbfejlesztése” lesz. Az Imperial College London kutatói 35 iparosodott ország lakosságának egészségügyi adatai alapján kiszámították, hogy 2030-ban hogyan alakul majd a születéskor várható élettartam az egyes országokban. Így például Dél-Koreában 2030-ban a nők születéskor várható élettartama átlagosan 90,8 év, a férfiaké 84,1 év lesz, a francia nők várhatóan átlagosan 88,6 évig, míg a svájci férfiak 84,0 évig élnek majd. Ráadásul a nemek közötti különbség lassan kezd kiegyenlítődni, mivel egyre több férfi hagy fel az egészségét károsító szokásokkal.

Annak ellenére, hogy a vásárlók számára szinte korlátlan információhalmaz áll rendelkezésre az egészséges életmóddal kapcsolatban, a helytelen életmód következtében kialakuló krónikus betegségek soha nem látott mértéket öltenek. A WHO 2016. évi adatai szerint napjainkban csak 2-es típusú cukorbetegségben közel 2,5-szer többen halnak meg, mint erőszakos cselekmények és helyi konfliktusok következtében. Az OECD (2017) felmérése szerint a felnőttek között a legtöbb túlsúlyos és elhízott az Egyesült Államokban, Mexikóban, Új-Zélandon és Magyarországon él, míg a legalacsonyabb kockázatú országok közé Japán és Dél-Korea sorolható. Magyarország Európában minden bizonnyal a „legsúlyosabb” nemzetnek számít.

Kutatások szerint az elhízás világméretű terjedésében az elsődleges rizikófaktor a helytelen táplálkozás, habár a fizikai aktivitás hiánya is meghatározó szerepet játszik. Ennek ellenére viszonylag keveset tudunk arról, hogy a külső környezeti ingerek miként befolyásolják az elfogyasztott élelmiszerek kiválasztását és az elfogyasztott ételmennyiséget. Ilyen külső ingerek közé sorolható az élénk táru előételválaszték, vagy étkezés során a társaság evési magatartása, ami referenciapontként szolgál arra vonatkozóan, hogy mennyit együnk vagy igyunk. Ehhez hasonlóan a nagyobb csomagolások, tálak és tányérok, az éléskamra berendezése mind megnevelheti az elfogyasztott étel mennyiségét, akár 10-45%-kal.

Az étkezési szokások megváltoztatására alapvetően két stratégia áll rendelkezésünkre. Beszélhetünk hagyományos viselkedésváltoztatási stratégiákról, amelyek alapvetően állami, ágazati, továbbá civil szervezeti szintű irányelvek mentén történő beavatkozást jelentenek. A másik csoportot az újszerű magatartásváltoztatási stratégiák képezik, amelyek inkább vállalati vagy egyéni szintű megvalósítást képviselnek. A hagyományos viselkedésváltoztatási stratégiák közé a következő eszközcsoportok sorolhatók: szemléletformálás („edukáció”), gazdasági ösztönzők vagy tiltások, címkézés és jelölések.

Számos kutatás hívja fel a figyelmet arra, hogy a hagyományos viselkedésváltoztatási stratégiák (és eszközök) használata alacsony hatékonyságú, vagyis alkalmazásukkal eddig csak kis mértékben sikerült javítani a lakosság egészségi állapotát, illetve csökkenteni a „kevésbé hasznos” élelmiszerek fogyasztását. Ez pedig felhívja a figyelmet arra, hogy paradigmaváltásra van szükség a stratégiák alkalmazása terén is. Az újszerű viselkedésváltoztatási megoldások közé egyrészt a tudatosságra építő, önszabályozó stratégiák tartoznak, amelyek az egészségorientált fogyasztók számára jelenthetnek megoldást. Ugyanakkor a kevésbé egészségtudatos érzelmi vagy impulzusevőket elsősorban az élelmiszerek érzékszervi tulajdonságai befolyásolják, ezért rájuk inkább az érzékelésen és az észlelésen keresztül tudunk hatni.

A konferencia legfontosabb célkitűzése egy asztalhoz ültetni az egészségipar szereplőit, a kutatókat, az élelmiszeripar és -kereskedelem képviselőit, a döntéshozókat, a táplálkozással és a gasztronómiával foglalkozó szakembereket. Együtt, több oldalról megvilágítva a témakört, talán jobban megérthetjük napjaink fogyasztóit, így hatékonyabban és hatásosabban léphetünk fel a lakosság egészségnevelése érdekében.

(A felhasznált szakirodalmi források a szervezőknél elérhetőek.)

A konferencia a következő fontosabb kérdésekre keresi a választ:

- Milyen új technológiák és trendek formálják az élelmiszerfogyasztói magatartást?
- Milyen új technológiai megoldások segítik a személyre szabott táplálkozás elterjedését?
- Milyen szerepet játszik a mesterséges intelligencia a tudatos táplálkozás formálásában?
- Milyen környezeti tényezők hatnak az étkezési viselkedésre?
- Milyen eszközökkel tudjuk befolyásolni az érzelmi és impulzusevőket?
- Mit tehetnek ezen a téren a vállalatok és a közösségi szervezetek?
- Hogyan célozzuk meg a fiatalokat, akiknél az étkezési magatartás még formálható?
- Milyen szerepe van a rendszeres fizikai aktivitásnak az egészség megőrzésében?
- Milyen esélyei vannak a fenntartható élelmiszerfogyasztásnak?
- Hogyan adjunk el sikeresen a digitális élelmiszer-gazdaságban?

A program teljes ideje alatt lehetőség van **elektronikus poszter** megjelentetésére (fekvő tájolású, 135 cm hosszú, 80 cm magas méretű) a konferencia témakörében. (Az április 12. után beküldött posztereket nem tudjuk megjelentetni!) Az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 pályázat kedvezményezettjei figyelmét kiemelten felhívjuk a publikációs lehetőségre.

A rendezvény alatt folyamatos program az **élelmiszeripari kiállítók termékeinek kóstoltatása** a kijelölt standokon, amelyre **2019. április 12-ig** várjuk a kiállítók jelentkezését.

A konferencián történő részvétel **a hallgatóság és a kiállítók számára is díjtalan, de regisztrációhoz kötött!** Regisztrálni kizárólag az alábbi linken lehet (2019. április 12-ig)!

<http://taplalkozasmarketing.hu/konferenciak/xiii-nemzetkozi-taplalkozasmarketing-konferencia-0>

A rendezvénnyel kapcsolatban felmerülő kérdéseit várja

Bakosné Kiss Virág Ágnes és Dr. Soós Mihály.

E-mail: kiss.virag.agnes@econ.unideb.hu,

soos.mihaly@econ.unideb.hu,

Tel: (20) 226-9068, (20) 299-8310

Program

9⁰⁰ – 10⁰⁰ **Regisztráció**

10⁰⁰ – 10²⁰ **Megnyitó**

Plenáris előadások

Levezető elnök: Prof. Dr. Lehota József (SZIE)

10²⁰ – 10⁴⁰ **Prof. Dr. Szakály Zoltán (DE):** Evés ésszel vagy ész nélkül. Hogyan vélekednek a hazai fogyasztók?

10⁴⁰ – 11⁰⁰ **Prof. Dr. Bánáti Diána (DE Táplálkozástudományi Intézet):** Táplálkozásunk a jövőnk

11⁰⁰ – 11²⁰ **Kubányi Jolán (MDOSZ):** Egészségprogram különböző generációknak

11²⁰ – 11⁴⁰ **Antal Emese (TÉT Platform):** Nasi? Kütyü? Trendi diéták? Ilyen a magyar fiatalok életmódja

11⁴⁰ – 12⁰⁰ **Dr. Fehér András (DE), Dr. Anna Wielicka-Regulska (PULS):** Digitális technológiák az élelmiszer-fogyasztásban és -vásárlásban

12⁰⁰ – 13⁴⁰ **Ebéd**

13⁴⁰ – 13⁵⁰ **Szakály Sándor Innovációs Díj átadása**

13⁵⁰ – 14¹⁰ **Dr. Tompa Gábor (Nestlé Hungária):** Mit kíván az élelmiszeripar? Létező jó gyakorlatok és jövőbeli lehetőségek a magyar fogyasztók táplálkozási szokásainak megismeréséhez

Táplálkozásmarketing a tudomány oldaláról

Levezető elnök: Dr. Totth Gedeon (BGE)

14¹⁰ – 14²⁵ **Kiss Virág (DE):** Kik érdekelt a fenntarthatóság? A fenntartható élelmiszerfogyasztás esélyei

14²⁵ – 14⁴⁰ **Balsa-Budai Nikolett, Dr. Kontor Enikő (DE):** Intelligens csomagolási megoldások az egészség- és környezettudatosság jegyében

14⁴⁰ – 14⁵⁵ **Nábrádi Zsófia, Madarász Tamás (DE):** Sportfogyasztói attitűdök és az egészséges táplálkozás kapcsolata

14⁵⁵ – 15¹⁰ **Dr. Lányi Beatrix, Prof. Dr. Törőcsik Mária (PTE):** Az e-egészségügyi technológiai innovációk fogyasztói elfogadásának vizsgálata

15¹⁰ – 15³⁰ **Szünet**

Táplálkozásmarketing a gyakorlat oldaláról

Levezető elnök: **Dr. Tompa Gábor (Nestlé Hungária)**

- 15³⁰ – 15⁴⁵ **Bódi Krisztina (Menteshelyek.hu):** Mentesen enni kényelmesen
- 15⁴⁵ – 16⁰⁰ **Gál Helga (KKM):** A magyar bor és gasztronómia megjelenése az ország marketingben
- 16⁰⁰ – 16¹⁵ **Kertész Balázs (Szinapszis):** Egészséges táplálkozás a világ körül – egy nemzetközi online kvalitatív kutatás tanulságai
- 16¹⁵ – 16³⁰ **Molnár Éva, Gila Éva (Gyulahús):** Mentés vagy nem mentés? Egy gyártó küzdelmei az E-mentes piacon
- 16³⁰ – 17⁰⁰ **Kerekasztal-beszélgetés Moderátor: Dr. Berke Szilárd (KE)**

A Konferencia zárása

TUDOMÁNYOS BIZOTTSÁG

ELNÖK

Prof. Dr. Szakály Zoltán

TITKÁROK

Bakosné Kiss Virág Ágnes

Dr. Soós Mihály

TAGOK

Balsa-Budai Nikoletta

Dr. Fehér András

Michał Gazdecki, PhD

Elżbieta Goryńska-Goldmann, PhD

Dr. Kiss Marietta

Dr. Kontor Enikő

Dr. Lányi Beatrix

Prof. Dr. Lehota József

Nábrádi Zsófia

Dr. Polereczki Zsolt

Dr. Popovics Péter

Dr. Totth Gedeon

Anna Wielicka-Regulska, PhD

Monika Wojcieszak, PhD