

# CONSUMERFEST-2017

13-17 березня



**Пропозиція партнерам та спонсорам:**

1. Презентація продукції власних торгових марок, в т.ч. як призів переможців VII Консумерського фестивалю
2. Розповсюдження рекламної продукції
3. Виступ спікера – представника компанії на відкритті Міжнародної студентської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми товарознавства, торговельного підприємництва та захисту прав споживачів»
4. Участь в урочистому нагородженні учасників VII Консумерського фестивалю
5. Друк логотипу на представницьких матеріалах, дипломах, сертифікатах для учасників заходу та інше.

# CONSUMERFEST-2017

13-17 березня

13.03



Енергетичні напої не мають нічого спільного з іншими тонізуючими напоями. Їх функція не втамовувати спрагу, а бадьорити. Здавалося б, просто газована вода – не містить наркотиків, піднімає настрій і покращує загальний тонус організму – що може бути поганого? Рекламні кампанії доносять до нас ідею про підвищення працездатності і стимулювання нервової системи – ось основні характеристики популярних напоїв, але ніхто, крім медиків та ЗМІ, не робить наголос на складниках цих речовин. В рамках заходів Всесвітнього дня прав споживачів планується проведення дегустації енергетичного напою та напоїв із натуральних продуктів (узвару, соку тощо) з метою порівняння їх впливу на організм людини та їх корисності.



Середньостатистична людина може розшифрувати лише 50% усієї інформації, що міститься на маркуванні товарів. Майстер-клас дозволить учасникам заглянути за грані буквених символів і відкрити світ знаків, позначень та зображень, що займають хоч і не домінуюче, але чільне місце на пакуванні товарів. Після інформування споживачі з величезною цікавістю роздивляються товари в супермаркетах з усіх сторін, привертаючи тим самим увагу інших покупців та обслуговуючого персоналу.



Набридло бути пасивним курцем? Навчись захищати свої права «на чисте повітря».

Бліц-іфо міститиме наступну інформацію: Що за вітчизняним законодавством визнається громадським місцем? Які санкції встановлено за порушення або повторне порушення правил щодо куріння в громадських місцях? Яким чином діяти в разі якщо Ви помітили, що хтось курить в громадському місці?

14.03



З фальсифікацією (тобто умисним обдурювання покупця шляхом підробки товару з корисливою метою) споживач вперше зіштовхнувся з моменту виникнення ринків, адже і зараз нам добре відома приказка: "Не обдуриш – не продаси". А чи захищений сучасний покупець від подібного роду обману? Як відрізнити якісний товар від банальної підробки? В рамках заходів Всесвітнього дня прав споживачів планується на практиці показати і навчити усіх учасників заходу експрес-методам визначення фальсифікованих продуктів, які кожен з легкістю може відтворити вдома.



Натуральний, органічний, екологічно чистий, природний – часто виробники харчових та інших товарів використовують ці слова, щоб якомога привабливіше представити свою продукцію. І споживач щиро вірить, що усі ці слова говорять про одне – продукт не містить жодних небезпечних речовин і є корисним для здоров'я, а при його виробництві збережене довкілля. Виробники нерідко вдаються до різних прийомів, аби протиснути свій товар до кошика споживача. І тут в роботу йде все – від лінгвістичних знань тонкощів синонімічних відтінків слів до банальної візуальної мімікрії органік-емблем. На майстер-класі дізнайся про органічну сертифікацію, вимоги, які висуваються до таких продуктів, а також навчись як розпізнавати справжні органічні продукти і залишатися здоровим з турботою про екологію.



Щодня ми щось купуємо або отримуємо певні послуги. Таким чином, всі ми, незалежно від віку, статі, освіти, посади, соціального статусу в суспільстві чи інших ознак, які нас відрізняють, реалізуємо себе як споживачі. Але чи знаємо ми – споживачі свої права? Чи вміємо ми захищати та відстоювати їх? На жаль, у зв'язку із слабкою обізнаністю, наші права досить часто порушуються.

На майстер-класі ми озброємо тебе Законом України «Про захист прав споживачів» та навчимо що роботи, коли твої права порушуються, як грамотно аргументувати свої вимоги та куди звертатися.

15.03



Через відсутність ефективної конкуренції на ринку фінансових послуг, споживачі не можуть зробити усвідомлений вибір. Тому ми часто зіштовхуємося з шахрайством при отриманні фінансових послуг. Дізнайся як зберегти свої заощадження та захистити свої права.



«Реклама – двигун торгівлі». це гасло, за однією з версій, почули вперше від підприємця Людвіга Метцеля майже 130 років тому. На сьогодні вже неможливо уявити собі життя без реклами. В багатьох сферах бізнесу реклама вважається найбільш дієвим засобом конкурентної боротьби. Втім, якщо вона буде відбуватись без правил, підприємці матимуть вагомий стимул конкурувати шляхом омані споживачів замість того, щоб пропонувати продукцію більш високої якості та за більш низькими цінами. Виробник знає, як зробити вибір за тебе. Навчись не попадатись «на гачок».



Психологи говорять про шопоголізм, як про залежність (хворобу). Вона створює ілюзію, що через придбання брендівих речей зникає проблема самотності і життя стає більш сповненим та цікавим. Як лікувати її симптоми і не допустити епідемії ви дізнаєтесь на бліц-іфо.

16.03



Правильно розроблений харчовий раціон сприяє збереженню здоров'я, опірності шкідливим факторам навколишнього середовища, високій фізичній й розумовій працездатності. Під час майстер-класу ви зможете оцінити власні енерговитрати та потреби організму в макро- та мікронутрієнтах. Дізнаєтесь про різноманітні концепції та теорії харчування. Спробуйте розробити збалансований харчовий раціон, який буде повністю задовольняти потреби організму та містити найбільш біологічно цінні компоненти.



В останні роки суспільство все чіткіше розділяється на два табори – вегетаріанці і противники цього способу життя. Вегетаріанці – це люди, які відмовляються від будь-якої їжі, що має тваринне походження. Є вегетаріанці, які не їдять тільки м'ясо, а є особливо суворі, які відкидають так само мед, молоко та інші продукти, у виробництві яких брали участь живі істоти. Є дуже багато «за» і «проти» такого способу життя, давайте сьогодні поговоримо про ці позитивних і негативних сторонах вегетаріанства.



Соціальна відповідальність бізнесу – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

17.03 ПІДВЕДЕННЯ ПІДСУМКІВ, КОНЦЕРТ