

ТАЙМИНГ	РАЗДЕЛ	Описание проблемы	ЗВУК	КАРТИНКА	ПРИМЕЧАНИЯ
0 -20 сек	I. ВСТУПЛЕНИЕ	<p>Глобализация рынка пищевых продуктов</p> <p>Стремительное развитие пищевой промышленности</p> <p>Формирование множества новых наук и отраслей (Рис 1)</p>	<p>Идет повествование о новых направлениях науки о питании, о глобальных перспективах (см. Доклад), современных возможностях</p> <p><b>Эпическая музыка</b></p>	<p>Идут картинки и спецэффекты с новыми технологиями, земным шаром, графиками, лабораториями, 3D печатью пищевых продуктов</p>	
20 – 40 сек	ПРОБЛЕМА	<p>Несмотря на успехи науки в питании глобальное бремя алиментарной зависимых заболеваний (Рис. 2) и эпидемия ожирения (рис. 3,4)</p>	<p>Идет повествовании о важности питания для здоровья, благополучия, внешнего вида</p> <p><b>Напряженная музыка</b></p>	<p>Напряженный видеоряд с демонстрацией последствий неправильного питания, ожирения и др</p>	
20 – 80 сек	ПОЧЕМУ ТАК	<p>- Перенасыщение информации, в которой в которой потребителю сложно разобраться, отличить правду от мифа</p> <p>- Заинтересованность производителя вызывать у потребителей зависимость от нездоровой пищи для увеличения прибыли по средствам рекламы, создания стимулов к потреблению основанных на последних достижениях</p>	<p><b>Напряженная музыка</b></p> <p>-Идет повествовании о недобросовестных представителях пищевой промышленности, которые используют технологии рекламы и психологии покупателей в целях наживы, не заботятся о здоровье и благополучии потребителей</p> <p>-О переизбытке информации о питании в которой потребитель теряется</p>	<p>Картинки как привлекают плохими продуктами, о переизбытке информации отовсюду,</p> <p>Картинки таблеток, порошков – БАД</p> <p>Производство вредных продуктов</p> <p>Графики продаж вредных продуктов, выгода</p>	

		<p>изучения мозга человека, получения им удовольствия (гастрофизика рис 5)</p> <p>- С другой стороны индустрия здорового питания перенасыщена бесполезными БАДами и мифами о здоровом питании</p>	<p><i>«Если говорить о сенсорном анализе, то вопросы восприятия потребителем пищевых продуктов, возникновения чувства насыщения, связи «сенсорное восприятие пищи – когнитивные функции – реакция», мотивации к пищевому выбору, это новое, мало исследованное и перспективное направление</i></p>		
80 – 90 с	ВОЗМОЖНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ	<p>Разъяснение о формировании корзины потребителя, о важности цены и др.</p>	<p><b>Музыка размышлений</b></p> <p>Идет повествования о том как обычно потребитель выбирает продукты, как цены влияют на выбор. Что такое потребительская корзина, что в ней и за какие деньги (РИС 6)</p>	<p>Показать магазин, корзины с продуктами, задумчивых покупателей и тп.</p>	
90 - 120	РЕШЕНИЕ	<p>Современные научные исследования способствуют интеграции в науки о питании современных цифровых технологий для формирования</p>	<p><b>Торжественная музыка</b></p> <p>Повествование об использовании технологий искусственного интеллекта (ИИ), больших данных (big data) для формирования самой актуальной и проверенной информации о питании и формирования персонального рациона (РИС 7)</p>	<p>Картинки с компьютерами, потоками цифр. Вставки из фильма МАТРИЦА. Серверы, ученые и программисты за работой</p> <p>Демонстрация работы НИИ НУтрициологии</p>	

		ПЕРСОНИФИЦИРОВАННОГО ПИТАНИЯ	Персонализация питания – постоянная задача нутрициологии, чем больше мы узнаем о роли питания, компонентов пищевых продуктов тем точнее будет персонифицированный рацион.	Демонстрация картинок из программы «ОПТИМАЛЬНЫ РАЦИОН 5.0» - как нажатием кнопки происходит пересчет и оптимизация под потребителя – наша технология	
		Мониторинг питания и интеграция его результатов с показателями пищевого статуса	«Что касается мониторинга питания, то он у нас проводится и, несомненно, будет модифицироваться, потому что структура нашего питания меняется постоянно. Это зависит от социальных причин, от нашей корзины, от образованности нашего населения. Усилится интеграция с другими показателями, а именно с показателями здоровья» А.В. Погожева, ФГБУН «ФИЦ питания и биотехнологии»	Фото и видео индивидуальных тестов: измерение состава тела, оценка рациона в приложении, другие анализы – что - то инновационное	
		ИЗЮМИНКА ДОКЛАДА – ДЕМОНСТРАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ В СОСТАВЛЕНИИ <b>ЗДОРОВОГО</b> РАЦИОНА ПОД ПОКУПАТЕЛЬСКИЕ СПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ	Рассказать как современные цифровые технологии оперируют переменными стоимости, качества и ценности продуктов питания для формирования персональных, дешевых рационов (корзин продуктов)	Демонстрация дорогих и дешевых корзин с одинаковой полезностью	

РИСУНОК 1



РИСУНОК 2

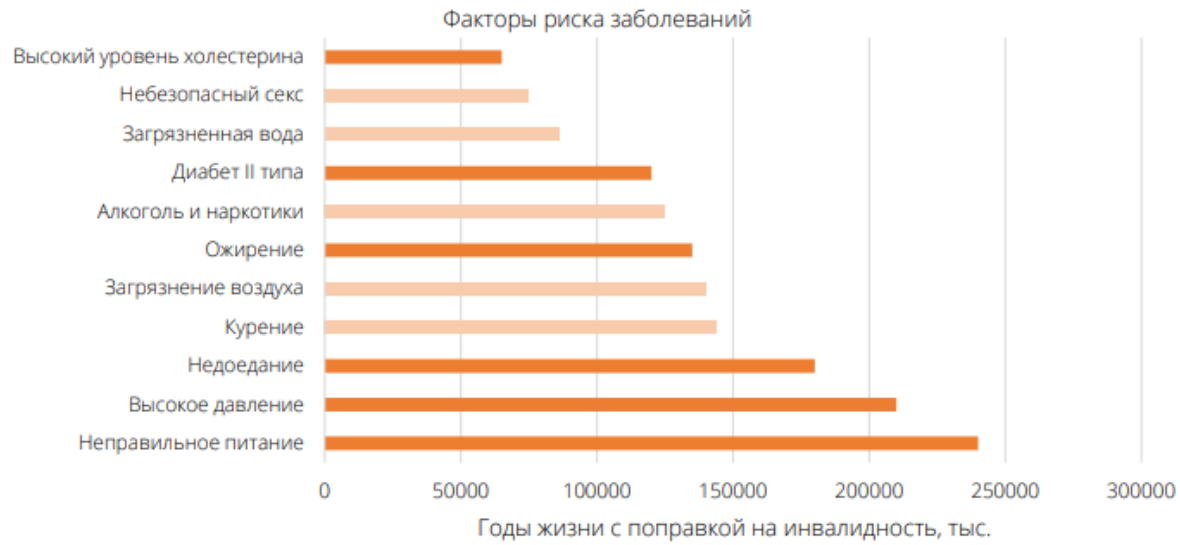


РИСУНОК 3

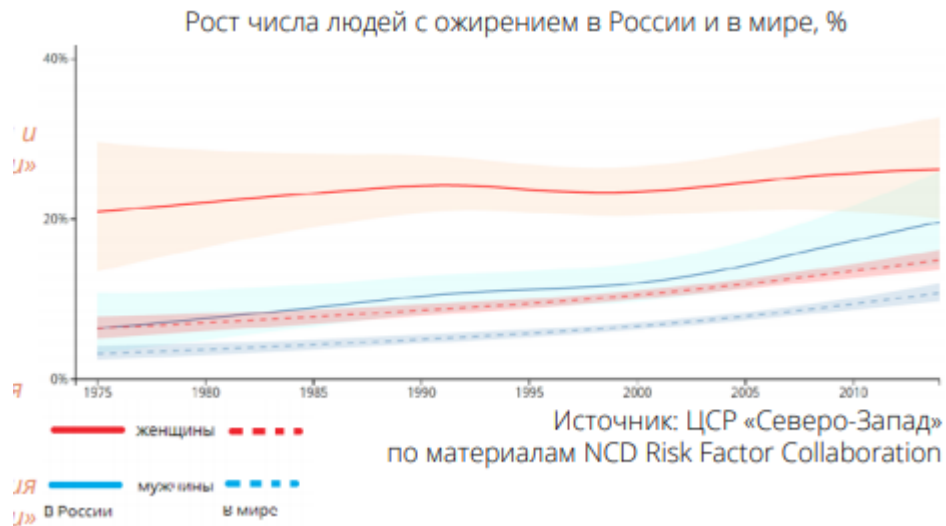
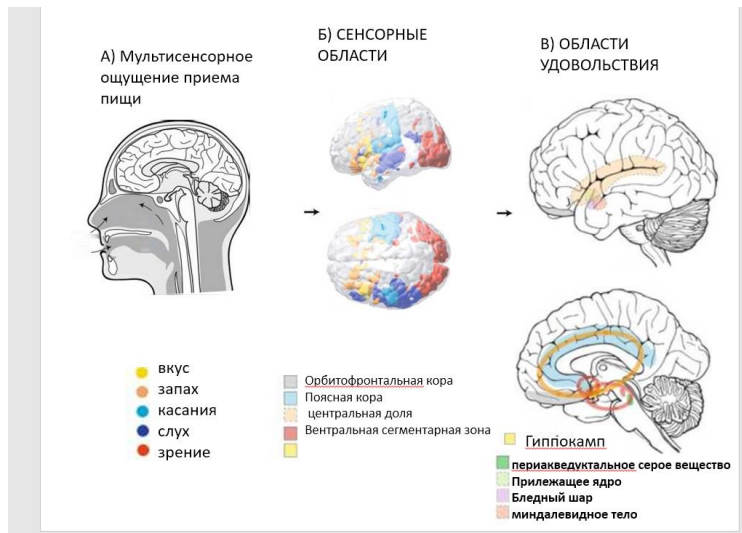


РИСУНОК 4



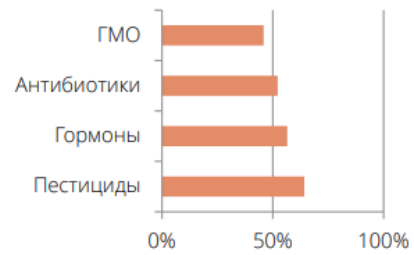
РИСУНОК 5



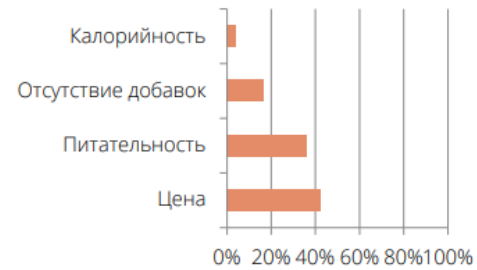
## РИСУНОК 6

Результаты опроса Fortune о покупке продуктов питания

Для покупателей является очень важным знать о наличии в продукте, % от опрошенных



Наиболее важный фактор при выборе продуктов, % от опрошенных



Источник: ЦСР «Северо-Запад» по материалам Fortune

РИСУНОК 7

