

Forskergruppen har i det forgangne år været fordybet i udgivelsen af bogen om vildledningsscenarier på det danske fødevarermarked, se nedenfor, i skrivning af artikler, tilrettelæggelse og gennemførelse af eksperimenter, samt deltagelse i konferencer.

I 2010 fortsættes arbejdet med målrettede eksperimentelle tests af udvalgte vildledningsrisici og potentielt mere fair alternativer samt tilhørende teoriudvikling. Resultater indsendes efterhånden som de foreligger til internationale nøgletidsskrifter på de relevante forskningsfelter med henblik på at underbygge den samlede forskningsindsats med solid, internationalt anerkendt evidens. En første "hvidbog", som sammenfatter resultaterne i praksisorienteret form til brug for områdets aktører forventes udarbejdet ultimo 2010 i dialog med disse.

Publikationer

Fair Speak: Scenarier for vildledning på det danske fødevarermarked

Viktor Smith, Mette Ohm Søndergaard, Jesper Clement, Peter Møgelvang Hansen, Henrik Selsøe Sørensen og Gorm Gabrielsen (191 sider).

Se i øvrigt publikationsliste:

<http://www.fairspeak.org/Publikationer/praesentationer.html>.

Nye publikationer på vej

1. Efter deltagelse i the 8th Pangborn Sensory Science Symposium er en artikel med titlen "**What do consumers actually see and understand?**" indsendt til *Food Quality and Preference* til review (Jesper Clement, Henrik Selsøe Sørensen og Gorm Gabrielsen). Artiklen beskriver et eksperiment, hvor vi undersøgte sammenhængen mellem en forbrugers vidensniveau og de elementer på etiketten, der kigges på. En sådan sammenhæng blev fundet for forbrugere på den ene side med høj grad af faktisk viden om fødevarer og sundhed og på den anden side med høj grad af viden om mærkningsordninger.

2. Efter deltagelse i the 8th Pangborn Sensory Science Symposium er en artikel med titlen "**Spin versus fair speak in food labelling – a matter of taste?**" indsendt til *Food Quality and Preference* til review (Viktor Smith, Peter Møgelvang Hansen og Grethe Hyldig). Artiklen kortlægger den rolle, som det sensoriske element spiller i 821 danske forbrugerklager over vildledning, med fokus på selve varens fysiske/sensoriske fremtoning som mulig vildledningsparameter samt sensoriske vs. faktuelle produktgenskabers rolle ved afstemningen af "smertegrænsen" for

produktudvikling ifm. indarbejdede varettyper og betegnelser (fx fedtreduceret rullepølse).

3. Artikel om **"The Informed Consumer"** (Henrik Selsøe Sørensen, Viktor Smith, Peter Møgelvang Hansen og Lotte Holm) er under færdigredigering på baggrund af endelig bearbejdning af data fra tilhørende spørgeskema.

4. Artikel med arbejdstitlen **"Beyond untruthfulness and plain deception: Assessing the misleading potential of true numerical information and product-unrelated illustrations on food labels"** (Jesper Clement, Viktor Smith, Jordan Zlatev og Kerstin Vikström fra Lunds Universitet). Ved brug af eyetrack og interview vil vi forsøge at dokumentere, at særlige designelementer på emballagen kan have en potentiel vildledende effekt. Eksperimentet afsluttes med udgangen af 2009 og artiklen indsendes til review medio marts 2010.

4. Artikel om **"Noun-noun compounds for fictive food products"** om forbrugeres spontane afkodning af ukendte sammensatte fødevarerbetegnelser (Viktor Smith, Jordan Zlatev og Joost van de Weijer) optaget til publicering i *Journal of Pragmatics*.

6. Artiklen **"Interpreting Place-Food compound names on plain paper and on food labels"** om vildledningspotentialitet i nye varebetegnelser, der spiller på oprindelse, præsenteret isoleret hhv. på fødevareremballager (Viktor Smith, Jordan Zlatev og Daniel Barratt). Eksperiment 1 er netop afsluttet, og eksperiment 2 i gang.

7. Artikel om **effekten af naturalistiske hhv. stiliserede ingrediens-illustrationer på forbrugeres forventninger til naturlig/kunstig smag**. Pilottest gennemført. Endelig test forventes gennemført i samarbejde med SuperGros medio januar 2010. (Viktor Smith, Daniel Barratt, Henrik Selsøe Sørensen).

8. Detailanalyse af de klagesager, hvor designelementers **visuelle prominens** har været problemet (Viktor og forskningsassistent) mhp. indarbejdelse i igangværende/planlagte artikler.

9. **Sensorik-artikel ("Pangborn II")** om grænser for forbrugeraccept af indarbejdede varebetegnelser som led i produktudvikling, baseret på sensoriske eksperimenter så vidt muligt udviklet i samarbejde med partnervirksomheder bl.a. Rynkeby (Viktor Smith, Grethe Hyldig og Peter Møgelvang-Hansen). Udspil fra Viktor kort efter jul med henblik udnyttelse af DTU-faciliteter til eksperimenter i februar 2010.

10. Artikel med titlen **"Assessing in-store food-to-consumer communication from a fairness perspective: Towards an integrated framework"** (Viktor Smith, Jesper Clement, Peter Møgelvang Hansen og Henrik Selsøe Sørensen), som præsenterer og videreudvikler forskningsindsatsens teoretiske fundament med sigte på et internationalt publikum i forlængelse af "Fair Speak: Scenarier for vildledning på det danske fødevarermarked". Et sammendrag forventes præsenteret på et symposium i Paris i februar 2010 om sundhedspåstande og forbrugeropfattelse af disse.

The 8th Pangborn Sensory Science Conference

FairSpeak-gruppen havde to indlæg på konferencen (jf. ovenfor under publikationer), der blev afholdt i Firenze og havde ca. 1000 deltager fra hele verden.

EUI Workshop on unfair and misleading commercial practices – challenges in consumer protection

Workshoppen blev holdt på EUI (European University Institute) i Firenze i et samarbejde mellem professor Hans-Wolfgang Micklitz, arbejdsgruppen European Private Law, og FairSpeak-gruppen. Hovedemnet var udfordringer i beskyttelsen af forbrugerne mod urimelig og vildledende reklame, særligt når det gælder fødevarer. Metoder til regulering blev behandlet både set fra lovgivers synspunkt og i en bredere tværfaglig sammenhæng.

Artikler baseret på indlæggene fra workshoppen udgives i 2010 i EUI-serien i LAW Working Papers.

Igangværende eksperimenter (december 2009)

1. Test af forbrugeropfattelsen af sammensatte og potentielt vildledende oprindelsesbetegnelser.
2. Test af numerisk informations og billeders påvirkning af forbrugerbeslutninger.
3. Test af indflydelsen af tegninger/fotos på forbrugerforventninger om ingredienser.
4. Test af forbrugerviden. Alle deltagere i øvrige eksperimenter udfylder et spørgeskema med 45 paratvidensspørgsmål og 15 spørgsmål om mærkekendskab samt demografiske oplysninger (alder køn, indkøbsvaner etc.).

CogLab

Med FairSpeak som drivkraft har FairSpeak i samarbejde med LaCoMe (http://www.cbs.dk/forskning/institutter_centre/institutter/lacome), IKK og ISV indrettet et laboratorium på Dalgas Have 15, hvor en SMI-eyetracker og andet udstyr til brug ved kognitive eksperimenter er anbragt, og hvor de igangværende forsøg finder sted. Det er tanken, at laboratoriet på længere sigt også skal kunne lejes af virksomheder ifm. gennemførelse af egne tests.

Hjemmeside

Se <http://www.fairspeak.org>.

SMV-projektet

Der er tale om et 1-årigt projekt, som tager sigte på at afdække, hvorledes fairness tilgodeses i kommunikationen mellem fødevarereproducerende SMV'er og deres reklamebureau i forbindelse med udvikling af nye fødevareretiketter (Henrik Selsø Sørensen, Jesper Clement og Viktor Smith). Projektet har selvstændig finansiering og afsluttedes den 7. december 2009 med et seminar på CBS. Her blev projektets resultat og tilhørende rapport præsenteret. Rapporten bliver nu gjort færdig og udgives ultimo januar 2010.

Personalenyt

PhD i cognitive experimental psychology Daniel Barratt er tilknyttet gruppen som post doc for hele 2010, blandt andet mhp. undersøgelse af forbrugeres emotionelle respons på emballager og potentiel vildledning gennem eyetracking.

Laila Asif er tilknyttet gruppen som forskningsassistent frem til juni 2010. Der arbejdes på etablering af et PhD-stipendium ved CBS/IKK til Laila.

Gruppens studenterassistenter hedder Kristina Skydsgaard og David de la Puente. De yder dagligt en stor og kompetent indsats med databearbejdning og praktisk gennemførelse af eksperimenter.

Næste fællesmøde for alle projektdeltagere

Torsdag den 18. marts.

Kontakt: Projektkoordinator Françoise Qvistgaard, fq.ikk@cbs.dk

På FairSpeak-Gruppens vegne

Viktor Smith, Projektleder