

Woensdag

7 okt  
2015

09.00 -  
18.00 uur

symposium

# Tickle Your Senses

een inspirerende reis langs de zintuigen

Wat kunnen we de komende 5 jaar verwachten op het gebied van 'sensory and consumer science'?

Met een speciale  
lunch van Pierre Wind,  
Kok des Vaderlands!



Media  
Plaza  
Utrecht

onderdeel  
Jaarbeurs



Op een zintuig-prikkelende locatie

**Consumenten- en sensorisch onderzoekers,  
productontwikkelaars, fooddesigners en marketeers**

Van de makers van het boek 'Proeven van succes'.

**MOA**  
Center for Information Based  
Decision Making & Marketing Research

**Essensor**  
Sensory analysis | Consumer research | Training and consultancy

**OP2P**  
PRODUCT RESEARCH

**EyeQuestion**

**iholland**  
hogeschool

symposium

# Tickle Your Senses

## Wat kunnen we de komende vijf jaar verwachten op het gebied van 'sensory en consumer science'?

Welk dieet is het beste als ik snel 20 kilo wil afvallen? Lukt het straks echt om een spruitje te printen? Wat leert design thinking ons over consumer insight? En wat ziet de trendwatcher in haar glazen bol?

Het symposium Tickle Your Senses, dat plaatsvindt op woensdag 7 oktober in het Media Plaza te Utrecht, biedt een zoektocht door de zintuigen, van techniek naar filosofie, van uitgewerkte methodiek naar net ontstaan idee. Een boeiende dag waarin je zintuigen worden geprikkeld vanuit verschillende invalshoeken.

Met speciaal uit Amerika overgevlogen Herve Abdi (Professor in Statistics, University of Texas), Jaap Seidell (voedingsexpert VU) en Anneke Ammerlaan (vision on food/foodrebel). Als hoogtepunt verzorgt Pierre Wind een lunch met dé ingrediënten voor het ideale gerecht: **50 gram emotie, 10 gram zien, 10 gram horen, 10 gram voelen, 10 gram ruiken en 10 gram smaak!**

Dit alles onder de bezielende begeleiding van Professor Hans van Trijp, Hoogleraar Marketing & Consumentengedrag aan de Wageningen Universiteit.

Kom ook en ervaar de geur, tast, gehoor, zicht en smaak in een zinnenprikkelende omgeving! Kijk voor meer informatie en het up to date programma op **[www.tickleyoursenses.nl](http://www.tickleyoursenses.nl)**.

## Kosten entree (excl. BTW):

Met early bird*	€ 315,-
Regulier	€ 395,-
Studenten	€ 95,-

Uniek aanbod: alle inschrijvers van dit symposium kunnen het enige Nederlandstalige boek voor sensorisch onderzoek 'Proeven van succes' bestellen voor € 59,- ipv € 99,- (geef je interesse aan via [info@tickleyoursenses.nl](mailto:info@tickleyoursenses.nl) o.v.v boek/symposium)

\* Inschrijven voor uiterlijk 25 september 2015.  
Daarna betaal je het reguliere tarief van € 395,-

Schrijf  
je in voor  
25 september  
en ontvang  
**20%**  
korting!



# Programma

Dagvoorzitter: **Professor Hans van Trijp**

Hoogleraar Marketing & Consumentengedrag aan de Wageningen Universiteit

9.00 - 9.30	Ontvangst Media Plaza, Utrecht	
9.30 - 9.45	Plenaire opening door dagvoorzitter <b>Prof. Hans van Trijp</b>	
9.45 - 10.30	<b>Jaap Seidell</b>	Diëten door de eeuwen heen
10.30 - 11.15	<b>Kees de Graaf</b>	Vorbij het genot: de rol van smaak en reuk bij energie inname
11.15 - 11.45	Pauze	
11.45 - 12.20 Parallel sessies	<b>Pieter Desmet</b>  <b>Hans Lingeman en Stan Knoops</b>  <b>Bert Ipema</b>  <b>George van Aken</b>  Plenair	Tiny Task: How can design support people in their pursuit of happiness?  Picking up the true meaning from consumer feedback using advanced text analytics  In context smaakonderzoek met marketing als extra lens!  Out of the sensory box: exploring the physics of mouthfeel
12.20 - 12.30	Afsluiting ochtend door <b>Hans van Trijp</b> , introductie Kok Des Vaderlands Pierre Wind	
12.30 - 13.30	Lunch met <b>Pierre Wind</b>	"De ingrediënten voor het ideale gerecht: 50 gram emotie, 10 gram zien, 10 gram horen, 10 gram voelen, 10 gram ruiken en 10 gram smaak"
13.30 - 14.30	Plenair: <b>Hervi Abdi</b> , University of Texas, Dallas	Everything you always wanted to know about multivariate analysis but were afraid to ask
14.30 - 15.05 Parallel sessies	<b>Van Tiel, Punter en Nuijten</b>  <b>Thierry Worch &amp; Herve Abdi</b>  <b>Ronald Visschers</b>  <b>Sharon Klaassen</b>	Hoe eyetracking onderzoek de oogkleppen kan afzetten  Do's and don'ts in stats  3D-foodprinting: speciale maaltijden voor ouderen  Imputatie van missende data
15.05 - 15.25	Pauze	
15.25 - 16.10	Plenair: <b>Bettina Piqueras-Fiszman</b>	Wordless: the impact of sensory cues on consumer behaviour
16.10 - 16.50	<b>Anneke van Ammerlaan</b>	Welke 'prikkel's' werken in de toekomst?
16.50 - 17.00	Afsluiting	
17.00 - 18.00	Borrel	

Voor meer informatie over het programma en de sprekers, kijk op [www.tickleoursenses.nl](http://www.tickleoursenses.nl).

# Schrijf je nu in

Wil je deelnemen aan dit symposium, meld je dan nu aan via [www.tickleyoursenses.nl](http://www.tickleyoursenses.nl) onder het kopje 'inschrijven'.

Schrijf je in voor 25 september en ontvang 20% korting!

De vierde druk van het boek **Proeven van succes** van Joep Brinkman is een boek met nieuwe inzichten en visies ten aanzien van het sensorisch onderzoek. Een mooi naslagwerk voor de ervaren sensorische onderzoeker, maar ook een fantastisch leerboek voor eenieder die in zijn of haar studie met voedingsmiddelentechnologie of Food Marketing te maken krijgt.

Bij inschrijven voor 25 september 2015 ontvang je 20% korting en betaal je slechts 315 euro\*.

\* geldt op de reguliere prijs, niet geldig voor studenten

Voor meer informatie kun je bellen met de MOA, Center for Information Based Decision Making & Marketing Research, op (020) 581 07 10 of kijk op [www.tickleyoursenses.nl](http://www.tickleyoursenses.nl).



**Proeven van succes**, met ISBN-nummer 978 90 81923 30 9, is ook los te bestellen bij de MOA via [info@moaweb.nl](mailto:info@moaweb.nl) o.v.v. "boek Proeven van succes". Kosten per boek (incl. BTW en verzendkosten): € 99,-. Bij 20 of meer exemplaren per jaar ontvang je 30% korting en betaal je € 69,50 per boek.

Heb je je ingeschreven voor het symposium Tickle Your Senses? Dan kun je het boek **Proeven van succes** eenmalig bestellen voor € 59,-. Geef je interesse aan via [info@tickleyoursenses.nl](mailto:info@tickleyoursenses.nl) o.v.v. boek/symposium.



Center for Information Based  
Decision Making & Marketing Research



Vakgroep Sensorisch Onderzoek



Essensor

Sensory analysis | Consumer research | Training and consultancy



PRODUCT RESEARCH

EyeQuestion

iholland  
hogeschool