**OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA**

**EIT FOOD DadyGo 2021**

**Część nr 1)**

* badanie potencjału nowych produktów spożywczych - alternatywnych napojów mlecznych oraz jogurtów na bazie rzepaku we Francji

**Informacje ogólne o badaniu we Francji:**

**Opis badania:** Tematem badania jest potencjał nowych produktów spożywczych na bazie rzepaku. Badanie powinno zostać przeprowadzone metodą FGI (Focus Group Interview) za pośrednictwem platformy online. Respondenci do badania powinni zostać zrekrutowani zgodnie z kwestionariuszem rekrutacyjnym dostarczonym przez UW. Badanie zostanie przeprowadzone w oparciu o scenariusz przygotowany przez UW. W ramach zlecenia usługobiorca jest zobowiązany do:

* Rekrutacji uczestników badania
* Koordynacji procesu rekrutacji
* Weryfikacji telefonicznej respondentów
* Obsługi technicznej grup fokusowych
* Wypłacenia wynagrodzenia respondentom (wraz z należnym podatkiem dochodowym) za udział w badaniu w tym obsługę księgową (przygotowanie, wypłata, rozliczenie)
* Przeprowadzenia wywiadów (moderacja)
* Zapewnienia platformy do spotkań
* Przygotowania transkrypcji z wywiadów w formacie Word (w języku francuskim)
* Przetłumaczenia transkrypcji z wywiadów na język angielski

Badanie jest nadzorowane przez pracowników Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego.

**Miejsce badania:** Badanie powinno odbyć się na platformie internetowej umożliwiającej prowadzenie dyskusji grupowej. Respondenci powinni mieszkać na terenie Francji (zróżnicowane wielkości miejsca zamieszkania: duże, średnie i małe miasta)

**Uczestnicy:** Wielkość próby badawczej: N=8 FGI (po 6 uczestników na każdym wywiadzie)

Kryteria rekrutacji dla wszystkich uczestników:

* Konsumenci, którzy samodzielnie podejmują własne decyzje żywieniowe (jak również dzieci w przypadku grupy matek) i interesują się tematyką żywieniową (nowe produkty, nowe diety, zdrowe żywienie itp.).
* Wszyscy muszą być otwarci na nowości, poszukujący nowych rozwiązań żywieniowych, gotowi do zmiany diety.
* Wszyscy powinni być otwarci na ograniczenie produktów pochodzenia zwierzęcego w swojej diecie (lub już ograniczający takie produkty w diecie swojej/rodziny)
* Wykształcenie średnie +
* Posiadanie dostępu do Internetu przez komputer (nie telefon) i możliwość udziału w badaniu internetowym przez wskazaną platformę (Zoom)

Kryteria różnicujące grupy:

* typ 1 (2 FGI): Osoby, które starają się ograniczyć w swojej diecie mięso i produkty pochodzenia zwierzęcego, ale nie są wegetarianami ani weganami (są fleksitarianami - nawet jeśli sami tak się nie nazywają), wiek 25-45 lat
  + 1 grupa kobiety
  + 1 grupa mężczyźni
* typ 2 (2 FGI): Osoby, które zwracają uwagę na swoje zdrowie – są świadome swojej diety, ale także zwracają uwagę na codzienny sport i ćwiczenia, wiek 25-45 lat
  + 1 grupa kobiety
  + 1 grupa mężczyźni
* typ 3 (2 FGI): Matki odpowiedzialne za kupowanie i przygotowywanie jedzenia dla rodziny
  + 1 grupa: matki dzieci 1-6 lat
  + 1 grupa: matki dzieci 7-12 lat
* typ 4 (2 FGI): Seniorzy (55+), którzy w ramach zdrowej diety starają się ograniczyć ilość mięsa i nabiału
  + 1 grupa kobiety
  + 1 grupa mężczyźni

**Czas trwania:** Czas realizacji jednego wywiadu grupowego: ok 2 godzin.

**EIT FOOD DadyGo 2021**

**Część nr 2)**

* badanie konsumenckie dotyczące wykorzystania różnych źródeł białka jako zastępnika nabiału odzwierzęcego w Niemczech

**Informacje ogólne o badaniu w Niemczech:**

**Opis badania:** Tematem badania jest wykorzystanie różnych źródeł białka jako zastępnika nabiału z perspektywy konsumentów niemieckich. Badanie powinno zostać przeprowadzone metodą FGI (Focus Group Interview) za pośrednictwem platformy online. Respondenci do badania powinni zostać zrekrutowani zgodnie z kwestionariuszem rekrutacyjnym dostarczonym przez UW. Badanie zostanie przeprowadzone w oparciu o scenariusz przygotowany przez UW. W ramach zlecenia usługobiorca jest zobowiązany do:

* Rekrutacji uczestników badania
* Koordynacji procesu rekrutacji
* Weryfikacji telefonicznej respondentów
* Obsługi technicznej grup fokusowych
* Wypłacenia wynagrodzenia respondentom (wraz z należnym podatkiem dochodowym) za udział w badaniu w tym obsługę księgową (przygotowanie, wypłata, rozliczenie)
* Przygotowania transkrypcji z wywiadów w formacie Word (w języku niemieckim)
* Przetłumaczenie transkrypcji z wywiadów na język angielski

Badanie jest nadzorowane przez pracowników Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego. Część projektu związaną z moderowaniem wywiadów przeprowadzą badacze z Wydziału Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego.

**Miejsce badania:** Badanie powinno odbyć się na platformie internetowej umożliwiającej prowadzenie dyskusji grupowej. Respondenci powinni mieszkać na terenie Niemiec (zróżnicowane wielkości miejsca zamieszkania: duże, średnie i małe miasta)

**Uczestnicy:** Wielkość próby badawczej: N=8 FGI (po 6 uczestników na każdym wywiadzie)

Kryteria rekrutacji dla wszystkich uczestników:

* Konsumenci, którzy samodzielnie podejmują własne decyzje żywieniowe (jak również dzieci w przypadku grupy matek) i interesują się tematyką żywieniową (nowe produkty, nowe diety, zdrowe żywienie itp.).
* Wszyscy muszą być otwarci na nowości, poszukujący nowych rozwiązań żywieniowych, gotowi do zmiany diety.
* Wszyscy powinni być otwarci na ograniczenie produktów pochodzenia zwierzęcego w swojej diecie (lub już ograniczający takie produkty w diecie swojej/rodziny)
* Wykształcenie średnie +
* Posiadanie dostępu do Internetu przez komputer (nie telefon) i możliwość udziału w badaniu internetowym przez wskazaną platformę (Zoom)

Kryteria różnicujące grupy:

* typ 1 (2 FGI): Osoby, które starają się ograniczyć w swojej diecie mięso i produkty pochodzenia zwierzęcego, ale nie są wegetarianami ani weganami (są fleksitarianami - nawet jeśli sami tak się nie nazywają), wiek 25-45 lat
  + 1 grupa kobiety
  + 1 grupa mężczyźni
* typ 2 (2 FGI): Osoby, które zwracają uwagę na swoje zdrowie – są świadome swojej diety, ale także zwracają uwagę na codzienny sport i ćwiczenia, wiek 25-45 lat
  + 1 grupa kobiety
  + 1 grupa mężczyźni
* typ 3 (2 FGI): Matki odpowiedzialne za kupowanie i przygotowywanie jedzenia dla rodziny
  + 1 grupa: matki dzieci 1-6 lat
  + 1 grupa: matki dzieci 7-12 lat
* typ 4 (2 FGI): Seniorzy (55+), którzy w ramach zdrowej diety starają się ograniczyć ilość mięsa i nabiału
  + 1 grupa kobiety
  + 1 grupa mężczyźni

**Czas trwania:** Czas realizacji jednego wywiadu grupowego: ok 2 godzin.