***Załącznik nr 1***

Opis Przedmiotu Zamówienia

Nr referencyjny nadany sprawie przez Zamawiającego: **07/KKR/04/2021 z dnia 13 kwietnia 2022 r.**

Przedmiotem zamówienia jest usługa przeprowadzenia badań dotyczących konsumpcji ryb i owoców morza **„Przedmiot zamówienia”**.

W ramach realizacji Przedmiotu zamówienia Wykonawca zobowiązany jest do:

1. Zaproponowania metodyki i przeprowadzenia badań konsumenckich realizujących następujący cel badawczy:

Rozpoznanie kryteriów wyboru produktów z ryb i owoców morza oraz czynników wpływających na wybór produktów z ryb i owoców morza wśród społeczeństwa polskiego, z uwzględnieniem grupy wiekowej 16 – 25 lat (młodzież), w tym znalezienie odpowiedzi na poniższe pytania:

* Jak Polki i Polacy konsumują ryby i owoce morza? (Ile ryb kupują? Jak często? Gdzie zaopatrują się w ryby i owoce morza?)
* Co wpływa na ich decyzje zakupowe?
* Skąd czerpią informacje na temat źródeł pochodzenia ryb i owoców morza?
* Czy są w stanie odnaleźć na produkcie rybnym informację nt. źródła pochodzenia tj. gdzie; jakimi narzędziami połowowymi oraz w jaki sposób dana ryba została złowiona?
* Ile czasu są w stanie poświęcić przy półce sklepowej aby odnaleźć wyżej wymienione informacje nt. źródeł pochodzenia produktu z ryb lub owoców morza?
* Czy źródło pochodzenia ryb i owoców morza jest dla nich istotne?
* Którym źródłom informacji ufają?
* Czy są w stanie zapłacić wyższą cenę za produkty z ryb i owoce morza pochodzące ze zrównoważonych połowów tj. pozyskanych w sposób najmniej szkodliwy dla środowiska morskiego?
* Czy biorą pod uwagę wpływ rybołówstwa na ekosystemy morskie w swoich decyzjach zakupowych?
* Czy kierują się w swoich wyborach produktów z ryb i owoców morza obecnością certyfikatów – oznaczeń na opakowaniach takich jak MSC (Certyfikat Zrównoważonego Rybołówstwa); ASC (Certyfikat Odpowiedzialnej Hodowli); BIO/ Organic lub innych?
* Czy uważają, że konsumenci poprzez swoje wybory, mają wpływ na stan ekosystemów morskich i na zdrowie oceanów na świecie?
* Czy byliby skłonni zaangażować się obywatelsko (np.: poprzez podpisywanie petycji, apeli do decydentów) na rzecz ochrony ekosystemów morskich i zapewnienia zasobów ryb dla przyszłych pokoleń?
1. Wyceny badania realizującego analogiczny cel badawczy, przy użyciu poniższej metodyki:

**Faza 1 – badania jakościowo eksploracyjnego – FGI**

* Metoda: FGI (około 2 godzin);
* Liczba grup: 2;
* Liczba uczestników w grupie: 6;
* Realizacja: on-line;
* Zmienne brane pod uwagę przy rekrutacji: konsumpcja ryb i/lub owoców morza na określonym poziomie (min. raz w miesiącu); dokonywanie zakupów (decydent lub współdecydent) oraz wiek, płeć, status rodzinny, miejsce zamieszkania (region i wielkość lokalizacji);
* Raportowanie: pełny raport z badania jakościowego (z 2 FGI) w PPT + prezentacja u klienta.

**Faza 2 – badania ilościowego na reprezentatywnej próbie Polaków**

* Metoda: badanie on-line na panelu ogólnopolskim;
* Próba: reprezentatywna, losowo-kwotowa, gdzie kwoty powinny odzwierciedlać strukturę populacji pod względem następujących kryteriów (kwoty łączne): płeć x wiek x wielkość miejscowości zamieszkania; minimalna wielkość próby 1000 osób;
* Czas trwania bloku: 30 minut;
* Oczekiwane analizy: (a) analizy dotyczące sposobów żywienia ze szczególnym uwzględnieniem zakupów i konsumpcji ryb i/lub owoców morza w całej populacji, jak i podgrupach wyznaczonych częstością zakupów i konsumpcji ryb i owoców morza oraz (b) wielowymiarowa segmentacja konsumentów uwzględniająca zarówno socjodemografię jak i zmienne lifestylowe, podejście racjonalne i emocjonalne do zakupów i żywienia ze szczególnym naciskiem na zakupy i konsumpcję ryb i owoców morza, analizy regresji, analizy czynnikowe;
* Raportowanie: zastaw wyników tabelarycznych (tabele z podziałem na podstawowe zmienne demograficzne i max. trzy dodatkowe zmienne niedemograficzne wskazane przez zleceniodawcę z podaniem istotności różnic) oraz pełny raport z badania ilościowego w PPT + prezentacja u klienta (osobna wycena dla prezentacji on-line i osobistej w Warszawie).

**Faza 3 – badania jakościowego, indywidualne wywiady pogłębione**

* Metoda: indywidualne wywiady pogłębione (ok. 90 – 100 minut);
* Liczba wywiadów: 12 z konsumentami;
* Realizacja: on-line;
* Dobór badanych: konsumenci ryb – rekrutowani na podstawie wyników badania ilościowego wg. przynależności do wyodrębnionych segmentów istotnych dla zleceniodawcy;
* Raportowanie: pełny raport z badania jakościowego (z 12 IDI) w PPT + prezentacja u klienta.
1. Oferent zobowiązany jest przedstawić do każdej propozycji:
2. szczegółową wycenę badania;
3. harmonogram realizacji badań konsumenckich;
4. proponowaną metodykę (w przypadku punktu I.);
5. uzasadnienie/argumentację – zalety oraz ewentualne wady/ryzyka proponowanej metodyki oraz rekomendację jednej wybranej metodyki;
6. zespół badawczy - co najmniej 2 osób dedykowanych do realizacji zamówienia, pełniących funkcję kierownika zespołu badawczego oraz badacza jakościowego (odrębne osoby), posiadających wykształcenie psychologiczne lub socjologiczne, posiadające minimum dwa lata doświadczenia zawodowego w realizacji badań marketingowych i analiz społecznych.

Dodatkowo Oferent zobowiązany jest złożyć oświadczenie, że posiada własny panel badawczy w liczebności operacyjnej nie mniejszej niż 150 000 osób - własny panel badawczy oznacza taki panel, który nie został udostępniony Wykonawcy na zasadzie podwykonawstwa/podzlecenia. Deklarowana liczba panelistów musi być liczbą rzeczywistą, faktyczną i zweryfikowaną.