



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II



Allegato A

## CAPITOLATO TECNICO

**OGGETTO:** “Analisi delle preferenze dei consumatori verso verdure ed olio d’oliva con diverse gradazioni di amaro” nell’ambito del progetto di ricerca STAR linea 1 - 2016 dal titolo “The BittEr, the HeAlthy: promoting healthier VEgetables and olive oil through experimental and behavioral economics. BE.HA.VE.”, finanziato dal COINOR (Centro di Servizio di Ateneo per il Coordinamento di Progetti Speciali e l’Innovazione Organizzativa), Resp. Scientifico Dr. Riccardo Vecchio - CUP E62F16001250003

L’attività di cui all’oggetto dovrà essere svolta come segue:

1. L’Organizzazione dovrà operare nella fase di data generation process. L’organizzazione avrà un compito esclusivamente di realizzazione operativa dei servizi richiesti. La progettazione e la responsabilità scientifica è ad esclusivo carico del Dipartimento di Agraria dell’Università degli Studi di Napoli Federico II, così come l’elaborazione e l’interpretazione dei dati rilevati.

Nello specifico l’attività oggetto del contratto dovrà essere realizzata mediante:

- L’organizzazione di 6 focus group con la partecipazione di soggetti appartenenti a tre differenti target di mercato e la somministrazione di prodotti alimentari da assaggiare. In particolare, 2 focus coinvolgeranno giovani di età compresa tra i 20 ed i 26 anni, 2 focus group responsabili degli acquisti alimentari del nucleo familiare e 2 focus i consumatori di olio e verdure di età compresa tra 30 e 50 anni. I focus group dovranno rilevare informazioni salienti circa: il comportamento d’acquisto alimentare attuale dei consumatori, le loro aspettative sensoriali per i prodotti indagati (verdure e olio d’oliva) ed il loro interesse nelle informazioni nutrizionali relative a tali prodotti. A tale scopo i focus group dovranno essere condotti secondo lo schema di riferimento fornito dal responsabile scientifico del progetto, che in modo dettagliato stabilisce: i temi di discussione e la loro interazione, le modalità di moderazione della discussione, la tempistica complessiva ed i prodotti da far assaggiare ai partecipanti. Ciascun focus group dovrà vedere la partecipazione di 10 rispondenti e dovrà tenersi a Portici (Na) presso il laboratorio di economia sperimentale Manlio Rossi Doria. Tutti i dati raccolti dovranno essere trascritti, organizzati, catalogati e ristrutturati in modo tale da poter essere elaborati con i software QDA Miner 5 e WordStat 7. I focus group hanno lo scopo di identificare i principali attributi intrinseci ed estrinseci che incidono nelle scelte di consumo e d’acquisto delle verdure e dell’olio d’oliva nelle popolazioni target. Per i focus group, come previsto dalla relativa teoria, non si richiede un campione rappresentativo, ma un campione sufficientemente fedele alle popolazioni target di riferimento.
- L’organizzazione di aste sperimentali non-ipotetiche con assaggio di prodotti e con diversi round informativi. Le aste saranno finalizzate ad elicitare la disponibilità a pagare di un campione di consumatori per verdure ed olio d’oliva con diverse gradazioni di amaro, in condizioni informative diverse (blind, informazioni di tipo scientifico, informazioni di tipo divulgativo). A tale scopo dovranno essere organizzate sessioni sperimentali nel laboratorio di economia sperimentale Manlio Rossi Doria di Portici (Napoli), bilanciate per prodotto e per tipologia di trattamento informativo fornito. Il numero complessivo di partecipanti dovrà essere 400, suddivisi in 40 sessioni

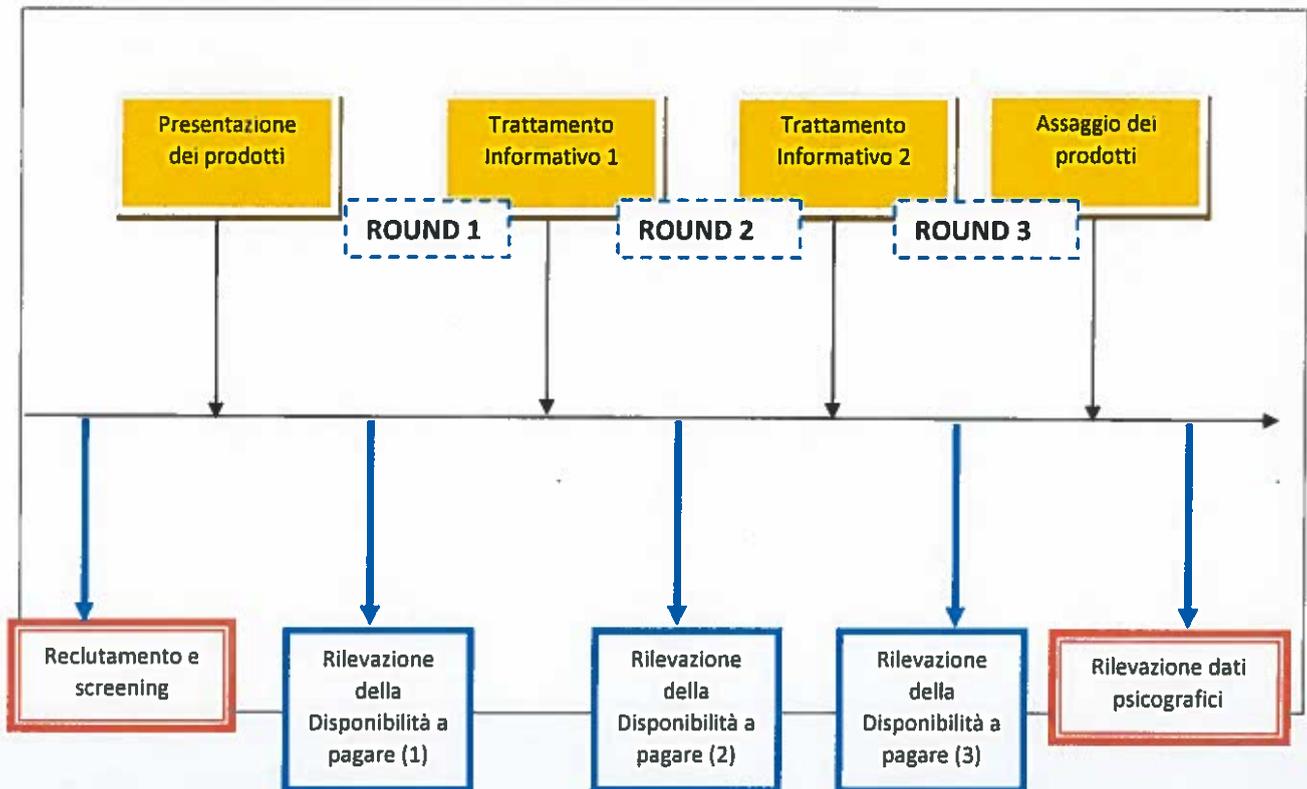


UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II



sperimentali. Ciascuna sessione dovrà vedere la partecipazione di 10 rispondenti, reclutati tra gruppi di consumatori target (giovani, responsabili degli acquisti del nucleo familiare, consumatori di olio e verdure di età compresa tra 30 e 50 anni. Ciascun partecipante riceverà una remunerazione di 20€ in contanti come ricompensa per il tempo dedicato all'esperienza (circa 120 minuti). Ciascuna sessione dovrà essere strutturata sulla base del disegno sperimentale realizzato dal responsabile scientifico del progetto, nel quale verranno specificate: le singole fasi dell'esperienza, le modalità di preparazione e di assaggio dei prodotti, la tipologia e le modalità di trasferimento delle informazioni, la tempistica complessiva ed i feedback da fornire ai partecipanti. Di seguito, a titolo esemplificativo, la struttura di una sessione sperimentale (Figura 1).

Figura 1 – Sessione sperimentale



Le aste sperimentali hanno come obiettivo generale l'individuazione dei drivers che influiscono sulla disponibilità a pagare e sulla disponibilità ad acquistare del consumatore per diversi prodotti con diverse gradazioni di amaro. Per le aste sperimentali, come previsto dalla relativa teoria, non si richiede l'utilizzo di un campione rappresentativo della popolazione di riferimento.



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II



Le due indagini sopra descritte dovranno rispondere alle seguenti domande di ricerca:

- a. analizzare gli attributi intrinseci ed estrinseci che attualmente incidono maggiormente nelle scelte di consumo e d'acquisto delle verdure e dell'olio d'oliva;
- b. analizzare la sensibilità alle diverse gradazioni di amaro in selezionati gruppi-target di consumatori;
- c. analizzare le preferenze e la disponibilità a pagare dei consumatori per prodotti con diverse gradazioni di amaro;
- d. analizzare l'interazione fra gradimento ed informazione nutrizionale;
- e. analizzare se informazioni sui benefici salutistici influiscono differenzialmente sulla disponibilità a pagare dei consumatori e sul gradimento atteso/percepito.

L'organizzazione dovrà, inoltre, procedere alla raccolta dei dati e alla creazione di uno specifico database. Tale strumento deve essere consegnato al Dipartimento di Agraria e deve essere provvisto di tutte le chiavi di lettura e di segmentazione necessarie. Queste devono essere illustrate in una specifica legenda.

I risultati di entrambe le attività di analisi indicate saranno forniti in un report che verrà consegnato al Dipartimento di Agraria dell'Università degli Studi di Napoli Federico II entro 7 mesi dalla firma del contratto.

Letto e sottoscritto

Il Rappresentante legale \_\_\_\_\_