

Campaña de promoción de carne de ovino y caprino para terceros Países

Licitador

INTEROVIC - Asociación interprofesional española de carne de ovino y caprino - C/ Agustín de Betancourt nº 17, 6ª Planta, 28003 Madrid, España

Objetivo principal:

El objetivo de esta licitación es designar una agencia para diseñar y ejecutar un programa simple para ejecutar una campaña de promoción de la carne de ovino en los mercados de Israel, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí y Hong Kong

Período:

Tres años (2018/2019/2020).

Objetivo específico:

Diseño e implementación de una campaña de promoción, financiada por INTEROVIC, a desarrollar en los mercados de **Israel, Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudí y Hong Kong** con el fin de mejorar la imagen de los productos cárnicos del ovinos fomentar su consumo.

Número máximo de candidatos aceptados para el proceso de licitación:

Tres

Fecha y lugar límite para la presentación de candidaturas:

28 de febrero de 2017, a las 11.00 horas.

Las solicitudes deberán enviarse por correo certificado con acuse de recibo/ Mensajería o entregadas en mano a INTEROVIC, C / Agustín de Betancourt nº 17, 6ª Planta, 28003 Madrid, España

Las candidaturas deberán llevar la mención: "Candidatura propuesta para Campaña Europea de Ovino / Caprino para 3º Países"

Cualquier solicitud recibida después de esta fecha (ya sea por correo estándar, correo certificado, correo urgente, mensajería o cualquier otro medio) no será tomada en cuenta por los licitadores.

La agencia debe asegurar que su solicitud se entregue con éxito antes de la fecha de cierre para su aceptación.

Condiciones de licitación:

1 / El fin de este concurso es la solicitud de un programa de promoción con cofinanciación europea. El plazo previsto por la convocatoria europea implica que no será posible una respuesta firme y definitiva antes de noviembre de 2017. La agencia seleccionada se compromete a mantener la validez de su oferta hasta esa fecha y no será posible firmar un contrato antes de esa fecha.

Si no se garantiza la financiación de la Unión Europea, se declarará nulo el concurso.

2 / Este ejercicio de licitación no es remunerado: no se proporciona compensación financiera a los solicitantes cuyas ofertas no tengan éxito. No se pagará ninguna compensación si el proceso de licitación no tiene éxito porque ninguna de las ofertas de los organismos responde a los requisitos de los licitadores y se organiza otro ejercicio de licitación.

3 / Toda información remitida a los solicitantes seleccionados debe ser tratada como estrictamente confidencial y debido a la naturaleza institucional de los datos no pueden ser utilizados para otros clientes.

4 / Es una condición previa que todas las empresas que deseen solicitar esta licitación deben tener acceso a una oficina, sucursal o socio nominado en cada mercado.

5 / Los candidatos seleccionados deben presentar recomendaciones detalladas, tanto generales como por país.

6 / Las propuestas de los solicitantes deben cubrir los siguientes aspectos:

- Análisis estratégico
- Propuestas creativas que abordan los objetivos de la campaña
- Plan de acción detallado por país
- Calendario de implementación de la campaña para cada mercado
- Estimación de costes detallados, en euros sin IVA, dentro del marco presupuestario
- KPIs cuantificables sugeridos para cada elemento de la campaña

7 / La propuesta de la agencia debe ser presentada en español. La presentación de la propuesta será en español.

8 / Si el solicitante gestiona ya una campaña de un operador del mismo sector o de un sector o entidad que pueda dar lugar a un conflicto de intereses, dicho operador o entidad deberá dar un acuerdo anticipado para que el solicitante participe en esta licitación. Si se selecciona a este solicitante, también se requiere un acuerdo anticipado antes de aceptar cualquier campaña futura de un operador del mismo sector o de un sector o entidad que pueda dar lugar a un conflicto de intereses.

9 / Una vez que el trabajo creativo del solicitante seleccionado ha sido acordado y pagado, se convierte en propiedad de los licitadores sin limitación de tiempo o lugar, y esto incluye el uso para todos los métodos de comunicación y medios de comunicación.

10 / Los licitadores se reservan el derecho de utilizar conceptos creativos (imágenes, logotipos, lemas y nombres de dominio) dentro del contexto de sus otras campañas y / o por sus organismos colectivos, sin limitación de tiempo dentro de la UE.

11 / El presupuesto anual total de la campaña (incluidos los honorarios de agencia) se comunicará con el Briefing a las agencias finalistas.

Los honorarios de la agencia abarcan el pago por el trabajo creativo estratégico, la implementación y administración de la campaña y todos los demás servicios solicitados por los licitadores durante la duración de la campaña, incluyendo cualquier desarrollo solicitado. El "Fee" no podrá exceder el 13% del presupuesto del programa; esta cifra se limita al 5% para las compras de espacios de medios donde sea necesario.

12 / Los gastos no podrán efectuarse hasta que se haya firmado un contrato marco y un contrato marco entre los licitadores y la agencia seleccionada.

13 / La agencia seleccionada deberá firmar un contrato.

Documentos obligatorios que deben presentar los solicitantes :

1. Una carta de solicitud fechada y firmada que acepta las condiciones de licitación descritas anteriormente.

2. Una declaración jurada debidamente fechada y firmada por el solicitante que declare cualquier posible conflicto de intereses derivado de los trabajos realizados por un operador en el sector cárnico en cualquiera de los mercados cubiertos por la campaña y los presupuestos de listado por el operador.

3. Declaración jurada de uno o de todos los solicitantes (en caso de solicitud conjunta) debidamente fechada y firmada por los solicitantes para declarar que no

incurrió en ninguno de los criterios de exclusión enumerados en el Artículo 7 Criterios de exclusión de 2017 CONVOCATORIA DE PROPUESTAS SIMPLES Subvenciones realizadas en el mercado interior y en terceros países de conformidad con el Reglamento (UE) nº 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo a las medidas de información y promoción en materia de productos agrícolas (2017/C 9/07)

4. Una lista de referencias principales en operaciones multinacionales comparables en los Programas Europeos de Promoción en el sector alimentario, en las que se indique el propósito, el importe y la duración de los servicios prestados.

5. Una visión general de la agencia y su estructura interna.

6. El nombre y el nivel de experiencia de la persona encargada de coordinar los servicios en general y los detalles de su experiencia en la realización de campañas en países terceros. Idealmente, la agencia tendrá experiencia en la ejecución de campañas cofinanciadas por la Unión Europea.

7. Descripción detallada del equipo a cargo del proyecto.

8. Evidencia del conocimiento de los mercados europeos, en particular los que se orientan en este ejercicio.

9. Una visión general de las empresas / oficinas locales que participarán en el proyecto en cada uno de los países objetivo, con detalles de los equipos que se encargarán del proyecto.

Todo este material se deberá entregar digitalizado en un soporte adecuado.

Esta información debería dar a los licitadores una idea justa de la coincidencia entre sus necesidades y las ofertas de las agencias y la capacidad de las agencias de gestionar una campaña cofinanciada por la Unión Europea tanto a nivel técnico como administrativo.

Criterios para la selección de solicitudes (de 100 puntos)

- Relevancia de las referencias facilitadas y de los programas europeos, 20 puntos
- Conocimiento de los mercados objetivo europeos, 20 puntos
- Capacidad de la Agencia para demostrar experiencia en la realización y coordinación de proyectos multinacionales, 20 puntos
- Presencia en cada uno de los mercados objetivo, 20 puntos
- Nivel de experiencia del equipo asignado al proyecto, 20 puntos

Para consultas administrativas y / o técnicas, sírvase ponerse en contacto con:

INTEROVIC - Asociación interprofesional española de carne ovina y caprina, por correo electrónico: interovic@interovic.es o por teléfono 00 34 91 833 64 72.

Comunicación a las agencias finalistas:

1 de marzo de 2017 (por confirmar)

Envío de información a los organismos seleccionados:

1 de marzo de 2017 (por confirmar)

Presentación de las propuestas de los organismos seleccionados:

17 de marzo de 2017 (por confirmar) en Madrid

Fecha de publicación: 16 de febrero de 2017.