

Convocatoria y briefing “Campaña origen nacional” de lechal, cordero y cabrito

Objetivo:

Seleccionar la agencia responsable para dar continuidad a la campaña Origen Nacional de la carne de lechal, cordero y cabrito.

Promotor:

La Organización Interprofesional Agroalimentaria del Ovino y Caprino a partir de los fondos recaudados por medio de la Orden AAA/2497/2015, de 17 de noviembre, por la que se extiende el acuerdo de la Organización Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne, al conjunto del sector y se fija la aportación económica obligatoria.

Producto:

Carne de lechal, cordero y cabrito de origen español.

Duración de la campaña

De octubre a diciembre de 2018

Público objetivo

Consumidor final

Objetivo

Dar continuidad a la campaña Origen Nacional iniciada por INTEROVIC en 2017. El objetivo es que el consumidor tenga en cuenta el origen español en el momento de decisión de compra, cara a la Navidad, frente a los productos de importación.

Poner en valor la importancia de los productos de origen nacional poniendo en valor los aspectos de la producción nacional por su proximidad y la frescura del producto.

Cuestiones a tener en cuenta

Los meses de noviembre y diciembre son la época del año de mayor consumo de carne de lechal, cordero y/o cabrito. Este periodo también es cuando las importaciones de éstos presentan los máximos anuales de una manera muy marcada. Los productos procedentes de otros países pueden presentar características muy diferentes a las esperadas, por lo que le puede defraudar y no volver a comprar alguna de estas carnes, cuestión que afecta principalmente al producto de origen nacional que ofrece unas características organolépticas adaptadas a los gustos del consumidor español.

Para ello, INTEROVIC poner en marcha su campaña Origen Nacional, iniciada en 2017, para poner en valor los productos de origen español, un alimento fresco y con un sabor único en el mundo.

Las acciones sobre las que queremos centrar principalmente la campaña son:

- Acciones online. A través de mensajes emocionales, acciones virales, concursos, etc.
- Acciones en punto de venta que permita al consumidor diferenciar el lechal, cordero y cabrito de origen nacional frente al de importación, siguiendo una imagen similar y claim a la desarrollada en la campaña anterior.
- Acciones con prensa y líderes de opinión para generar notoriedad entre los medios de comunicación.

Fecha límite y forma de presentación de propuestas

Las Propuestas deberán ser presentadas vía email en la siguiente dirección electrónica interovic@interovic.es, antes del próximo día 24 de agosto de 2018 a las 15:00 horas.

Fecha de adjudicación

- El día 30 de agosto INTEROVIC comunicará la selección de las 3 agencias finalistas
- El día 4 de septiembre de 2018 las agencias presentarán las propuestas seleccionadas a la Comisión de Promoción de INTEROVIC en Madrid, en horario de mañana.
El tiempo para cada presentación será de 45 minutos y deberá comenzar con una breve presentación de la empresa y experiencia en proyectos similares.

Presupuesto

120.000 euros