



# BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

Madrid, a 9 de octubre de 2023

Mediante el presente documento se da publicidad a la convocatoria para la selección de una agencia para ser el **Organismo de Ejecución del Programa Europeo de Promoción e Información sobre sostenibilidad que la D.O.P. Cava y el Consorcio del Jamón Serrano Español tienen previsto ejecutar en el periodo 2024-2026** amparado por el Reglamento (UE) 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, el Reglamento delegado (UE) 2015/1829 de la Comisión y el Reglamento de ejecución (UE) 2015/1831 de la Comisión así como el Real Decreto 1450/2018 del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ( que modifica el Real Decreto 38/2017).

## **1.- INTRODUCCIÓN**

El **Consejo Regulador del Cava** es una Corporación de Derecho Público que configura el órgano de gestión de la Denominación de Origen Protegida CAVA, integrada por viticultores y bodegas elaboradoras de vino base para CAVA y elaboradoras de CAVA inscritas en la misma.

De él depende velar y garantizar la calidad del producto y el cumplimiento del pliego de condiciones que lo regulan, siendo el organismo de control delegado por la autoridad pública competente para certificar su origen, método de elaboración y características analíticas y organolépticas. Controles que se efectúan y afectan a la producción, la manipulación, la clasificación, la elaboración, la transformación, la conservación, el envasado, el almacenamiento, el etiquetado, la presentación y el transporte. Asimismo, el Consejo Regulador también se ocupa de la promoción y defensa del producto protegido y de su nombre.

Actualmente las superficies de viñedos inscritos en la DO CAVA es de 38.133 hectáreas, distribuidas entre los diferentes municipios que componen la región del Cava. De los 159 municipios que componen la DOP CAVA, la gran mayoría, 132, se encuentran situados en Cataluña. Conocido internacionalmente y disponible en más de 100 países, se trata de uno de los vinos con Denominación de Origen en España que más exporta. Sus 349 bodegas asociadas y más de 6.284 viticultores constituyen un compromiso con el origen, la tierra y la sostenibilidad.

El año pasado, cabe destacar la aprobación del Pleno del proyecto de la segmentación y zonificación de la Denominación de Origen Cava. Dicho proyecto redundará en la mejora para el consumidor de los criterios de información y trazabilidad de este



## **BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES**

producto de alta calidad. Así mismo, reforzará el prestigio de la única Denominación de origen especializada en vinos espumosos de calidad, elaborados por el método tradicional de crianza en botella, de España, con el establecimiento de nuevos requisitos de elaboración.

El **Consorcio del Jamón Serrano Español** es una asociación voluntaria e independiente de empresas españolas que, desde 1990, agrupa a las más importantes compañías del sector cárnico español. Se trata de las marcas líderes en la elaboración y exportación de jamón serrano, unidas con el objetivo de certificar un jamón serrano exclusivo y de alta calidad para su comercialización en más de 65 mercados internacionales.

Después de 30 años, el Consorcio es el referente y el punto de contacto para la importación de jamón serrano español desde los principales mercados europeos, americanos y asiáticos. El Consorcio representa alrededor de un 55% de la producción nacional de jamón serrano y un 65% de la exportación en volumen.

Gracias a ello el Jamón Consorcio Serrano está reconocido internacionalmente como uno de los productos españoles estrella, siendo el Consorcio la única asociación española que garantiza un jamón serrano avalado por nuestro Sello de Calidad exclusivo y por un control pieza a pieza.

A día de hoy, la industria cárnica es el cuarto sector español, por detrás de la industria automovilística, la del petróleo/combustibles y la de la energía eléctrica. Nuestro sector, compuesto por unas 3.000 pequeñas y medianas empresas, muchas ellas de larga tradición, ocupa con diferencia el primer lugar de toda la industria española de alimentación, representando una cifra de negocio de 22.168 millones de euros, el 21,6% de todo el sector alimentario español.

La estrategia de promoción y exportación, el esfuerzo para animar a la importación de jamón serrano por países de todo el mundo, así como la elaboración de un jamón serrano español de primera calidad ha permitido al Consorcio Jamón Serrano consagrarse como una de las entidades claves representativa de los mejores productos españoles.



## **BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES**

### **2.- CONTEXTO:**

La Comisión Europea tiene establecida una línea de ayudas para el desarrollo de programas de promoción e información de productos agroalimentarios que se pueden ejecutar tanto en la Unión Europea como fuera de ella (terceros países). El objetivo de estos programas es la promoción del consumo y la mejora del conocimiento de productos agroalimentarios europeos.

**La campaña de promoción e información a desarrollar en Japón**, se enmarca en este tipo de programas, motivo por el que las agencias que participen en el concurso deben conocer y aceptar en todos sus términos la legislación que los regula y que se resume a continuación:

- Real Decreto 38/2017, de 27 de enero, sobre disposiciones de aplicación de la normativa de la Unión Europea en materia de acciones de información y promoción relativas a productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países.
- Reglamento 1144/2014 de 22 de octubre, sobre acciones de información y promoción de productos agrícolas en mercado interior y en terceros países.
- Reglamento delegado 2015/1829 de 23 de abril que completa el Reglamento 1144/2014 de 22 de octubre.
- Reglamento ejecución 2015/1831 de 7 de octubre por el que se establecen disposiciones de aplicación al Reglamento 1144/2014 de 22 de octubre.

**Finalmente, es importante destacar que el concurso para el cual se proporciona el presente documento tiene como objetivo seleccionar a la agencia que durante el 2024-2026 ejecute las acciones recogidas en la campaña presentada ante la Comisión Europea en el marco de esta línea de ayudas.**

A continuación, exponemos las características principales de la presente campaña, para conocimiento de las agencias interesadas en participar en el presente proceso de selección

### **3. OBJETIVOS DEL PROGRAMA:**

El objetivo general de este programa es **mejorar la competitividad del sector agrícola de la Unión Europea**, incrementando el conocimiento y reconocimiento de la calidad, el sabor, la tradición y las virtudes de los productos agrícolas de la Unión Europea en general, y del Cava D.O.P. y el jamón Consorcio Serrano, en particular, elaborados en España siguiendo métodos tradicionales, y aumentar el consumo de



## **BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES**

estos alimentos procedentes de la Unión Europea en Japón, divulgando en este país los beneficios y la calidad y seguridad alimentaria de los alimentos europeos.

Esta propuesta ha sido desarrollada en el marco de un programa simple, respondiendo al topic 6, destinado a destacar las especificidades de los métodos de producción agrícola de la Unión, en particular en términos de seguridad de los alimentos, trazabilidad, autenticidad, aspectos nutricionales y sanitarios, así como las características de los productos agrícolas y alimenticios, sobre todo en términos de calidad, sabor, diversidad o tradiciones, en el mercado japonés, por ser un mercado de importancia estratégica para ambas entidades proponentes.

**El objetivo específico de este programa es incrementar el conocimiento y reconocimiento del Cava D.O.P y el Jamón del Consorcio Serrano entre los consumidores japoneses, mejorar su valoración respecto de los alimentos europeos, sus métodos de elaboración, su calidad y seguridad alimentaria, y generar así, mayor preferencia de consumo.**

El resultado esperado es aumentar los niveles de reconocimiento e interés sobre estos productos en el mercado japonés, aumentando su presencia en los puntos de venta y en la restauración, fomentando así un mayor consumo de estos productos europeos.

## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

### 4. PRESUPUESTO:

El presupuesto de la campaña para las acciones de promoción e información (servicios de agencia) es de **1.199.238,00 €**, estando el IVA excluido.

Este presupuesto se desglosa de la siguiente forma:

	Año 1	Año 2	Año 3
<b>DO CAVA Y CONSORCIO JAMÓN SERRANO JAPON</b>	<b>441.012,00 €</b>	<b>419.410,00 €</b>	<b>338.816,00 €</b>
<b>1. COORDINACION DEL PROYECTO</b>	28.000,00 €	28.000,00 €	28.000,00 €
Coste del personal encargado de la organización u organizaciones proponentes	<b>20.000,00 €</b>	<b>20.000,00 €</b>	<b>20.000,00 €</b>
Otros costes de coordinación del Proyecto	<b>8.000,00 €</b>	<b>8.000,00 €</b>	<b>8.000,00 €</b>
<b>2. RELACIONES PUBLICAS</b>	112.454,00 €	70.564,00 €	29.500,00 €
Actividades permanentes de relaciones públicas (Oficina de relaciones públicas)	<b>29.500,00 €</b>	<b>29.500,00 €</b>	<b>29.500,00 €</b>
Eventos para la prensa	<b>82.954,00 €</b>	<b>41.064,00 €</b>	- €
<b>3. SITIO WEB, MEDIOS SOCIALES</b>	22.420,00 €	4.130,00 €	4.130,00 €
Creación sitio web, actualización y mantenimiento	<b>22.420,00 €</b>	<b>4.130,00 €</b>	<b>4.130,00 €</b>
<b>4. PUBLICIDAD</b>	66.670,00 €	66.670,00 €	66.670,00 €
Prensa	<b>66.670,00 €</b>	<b>66.670,00 €</b>	<b>66.670,00 €</b>
<b>5. INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN</b>	41.300,00 €	23.600,00 €	23.600,00 €
Publicaciones, dossier de prensa, artículos de promoción	<b>41.300,00 €</b>	<b>23.600,00 €</b>	<b>23.600,00 €</b>
Videos Promocionales	- €	- €	- €
<b>6. ACTOS</b>	116.702,00 €	144.550,00 €	144.550,00 €
Estands en ferias comerciales	- €	- €	- €
Seminarios, talleres, reuniones empresa a empresa, formación de comercio o para cocineros, actividades en escuelas	- €	<b>92.630,00 €</b>	<b>92.630,00 €</b>
Semanas en restaurantes	- €	<b>51.920,00 €</b>	<b>51.920,00 €</b>
Viajes de estudio a Europa	<b>72.452,00 €</b>	- €	- €
Otros eventos: Presentación de productos	<b>44.250,00 €</b>	- €	- €
<b>7. PROMOCIÓN DE PUNTO DE VENTA</b>	- €	39.530,00 €	- €
Días de prueba	- €	<b>39.530,00 €</b>	- €
<b>8. OTRAS ACTIVIDADES</b>	27.966,00 €	27.966,00 €	27.966,00 €
Otras actividades	<b>27.966,00 €</b>	<b>27.966,00 €</b>	<b>27.966,00 €</b>



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

<b>9. EVALUACION DE RESULTADOS</b>	16.700,00 €	5.600,00 €	5.600,00 €
Evaluación de resultados	<b>16.700,00 €</b>	<b>5.600,00 €</b>	<b>5.600,00 €</b>
<b>OTROS COSTES SUBVENCIONABLES DE LAS ORGANIZACIONES PROPONENTES</b>	8.800,00 €	8.800,00 €	8.800,00 €
Otros costes subvencionables de las organizaciones proponentes (certificados de auditoria, garantia de prefinanciación, IVA no recuperable)	<b>8.000,00 €</b>	<b>8.000,00 €</b>	<b>8.000,00 €</b>
Costes Indirectos de las organizaciones proponentes (máximo 4% de los costes directos del personal de las organizaciones proponentes)	800,00 €	800,00 €	800,00 €
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>441.012,00 €</b>	<b>419.410,00 €</b>	<b>338.816,00 €</b>

**5. MERCADOS OBJETIVOS:**

Japón

**6. ACCIONES A DESARROLLAR:**

El proyecto aprobado por la Comisión Europea, se desarrollará en Japón, centrándose en el siguiente público objetivo:

- Profesionales de la restauración que puedan influir en la elección del vino tanto para la carta como para el maridaje (, maître, chef, sommelier, bartenders, etc).
- Profesionales del retail que en algún momento de su trayectoria han experimentado con estos productos.
- Prescriptores de alimentación y bebidas gourmet, y experiencias gastronómicas (bloggers, periodistas, influencers, críticos).

Las líneas principales de acciones con los indicadores y entregables correspondientes son las siguientes:

**Indicadores**

Paquete de trabajo	Indicadores de actividad	Indicadores de resultados
--------------------	--------------------------	---------------------------



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

<u>Paquete de trabajo 1</u>	<p><u>1.1 Costes de coordinación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2.775 horas de coordinación</li> </ul> <p><u>1.2 Otros costes de coordinación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 viajes de coordinación</li> </ul>	<p><u>1.1 Costes de coordinación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No procede</li> </ul> <p><u>1.2 Otros costes de coordinación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No procede</li> </ul>
<u>Paquete de trabajo 2</u>	<p><u>2.1 Acciones permanentes de RR.PP</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redacción de 30 notas de prensa</li> <li>• Redacción de 12 convocatorias para evento</li> <li>• 6 clippings semestrales</li> </ul> <p><u>2.2 Eventos para la prensa</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 evento de presentación</li> <li>• 2 viajes de prensa de 6 días</li> </ul>	<p><u>2.1 Acciones permanentes de RR.PP</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 millones de impactos</li> </ul> <p><u>2.2 Eventos para la prensa</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 45 asistentes al evento presentación</li> <li>• 4 periodistas asistentes al viaje de prensa</li> <li>• 800.000 impactos generados gracias al evento</li> <li>• 3 millones de impactos generados a través del viaje de prensa</li> </ul>
<u>Paquete de trabajo 3</u>	<p><u>3.1 Sitio web</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación y mantenimiento de 1 sitio web de campaña</li> </ul>	<p><u>3.1 Sitio web</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60.000 visitas</li> </ul>
<u>Paquete de trabajo 4</u>	<p><u>4.1 Publicidad prensa</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 15 inserciones en medios</li> </ul>	<p><u>4.1 Publicidad prensa</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 21 millones de impactos</li> </ul>
<u>Paquete de trabajo 5</u>	<p><u>5.1 Instrumentos de comunicación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 Master Look&amp;Feel de campaña</li> </ul>	<p><u>5.1 Instrumentos de comunicación</u></p> <p>No procede</p>
<u>Paquete de trabajo 6</u>	<p><u>6.1 Talleres de formación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 masterclass</li> </ul> <p><u>6.2 Días de prueba</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 eventos “Cava-Serrano Week”</li> <li>• Acuerdos con 32 restaurantes</li> </ul> <p><u>6.3 Viajes de estudio a Europa</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 viaje de estudio a Europa durante 6 días</li> </ul> <p><u>6.4 Otros eventos: presentación de productos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 1 evento de presentación de producto</li> </ul>	<p><u>6.1 Talleres de formación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 240 profesionales impactados a través de las masterclass</li> </ul> <p><u>6.2 Días de prueba</u></p> <p><u>6.3 Viajes de estudio a Europa</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 profesionales asistentes</li> </ul> <p><u>6.4 Otros eventos: presentación de productos</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 profesionales asistentes a la presentación de producto</li> </ul>
<u>Paquete de trabajo 7</u>	<p><u>7.1 Días de prueba</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción en 6 supermercados</li> </ul>	<p><u>7.1 Días de prueba</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impactos directos en 10.000 consumidores a través de materiales de campaña</li> <li>• Impacto indirecto en 60.000 consumidores</li> </ul>
<u>Paquete de trabajo 8</u>	<p><u>8.1 Otros: Embajador de campaña</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acuerdo con 1 embajador de campaña</li> <li>• 1 Viaje de formación a origen</li> <li>• Asistencia a 6 eventos</li> </ul>	<p><u>8.1 Otros: Embajador de campaña</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 6 publicaciones en RR.SS</li> </ul>
<u>Paquete de trabajo 9</u>	<p><u>9.1 Evaluación de resultados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 postests de campaña</li> </ul>	<p><u>9.1 Evaluación de resultados</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 300 profesionales encuestados</li> </ul>

## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

### Paquetes de trabajo y entregables

#### Paquete de trabajo 2

#### Work Package 2

Paquete de trabajo 2: Relaciones Públicas					
Duración:		M2 – M36	Beneficiario principal:		DOP CAVA y Consorcio Jamón del Serrano Español
Objetivos					
Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.					
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.</li> <li>▪ Promover la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión Europea y determinados productos alimentarios, y mejorar su visibilidad fuera de la Unión Europea.</li> </ul>					
N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y cuáles)
			Denominación	Función	
T2.1	Acciones de RR.PP: Gabinete de prensa	<p><b>¿Quién?:</b> Medios convencionales y online generalistas en su sección de gastronomía, alimentación y bebida, así como medios especializados en ámbito Agroalimentario y la gastronomía y bebidas de tirada nacional.</p> <p><b>¿Qué?:</b> Se contará con el apoyo de un gabinete de prensa proactivo que asesorará, gestionará, generará y jerarquizará contenidos y oportunidades en torno a la activación y difusión de las acciones previstas en el Programa. Indexación de las funciones del Gabinete de Prensa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo y mantenimiento de Base de Datos de periodistas de los medios de comunicación TARGET del programa, con posibilidad de segmentación tematizada (homologación LOPD).</li> <li>• Gestión proactiva de la relación con los informadores, buscando oportunidades editoriales y gestionando sus necesidades de contenido.</li> <li>• Creación de materiales de prensa (convocatorias, notas, dosieres, tribunas) para aprovechar sinergias con la finalidad de optimizar recursos y conseguir mejores resultados.</li> <li>• Envío segmentado de las informaciones a los medios y gestión de sus necesidades editoriales (entrevistas, información, material audiovisual)</li> <li>• Promover en los medios la presencia de los mensajes del Programa Europeo, de manera que se aumente su visibilidad ante los consumidores con contactos de calidad, por ser contenido no publicitario.</li> </ul>	DOP CAVA CONS ORCI O SERR ANO	COO BEN <b>Subco ntratis ta</b>	Sí, organi smo de ejecuc ión



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Activación y revisión de un seguimiento informativo multi-soporte para monitorizar todas las menciones a Cava D.O.P. y Jamón Consorcio Serrano (print, web).</li> <li>• Elaboración de informes semestrales de Clipping con evaluación económica y de audiencias.</li> </ul> <p><b>¿Cuándo?:</b> Anual  <b>¿Dónde?:</b> JAPÓN, medios nacionales.  <b>¿Por qué?:</b> El Gabinete buscará oportunidades en torno al Programa. Confeccionará materiales de comunicación necesarios. Su labor se fundamentará en promover la notoriedad y visibilidad de los mensajes, con el valor añadido que representa el rol prescriptor que tienen los periodistas para la sociedad. La mejora de la percepción que tienen los ciudadanos de los productos y estándares de producción europeos se verán afianzadas con los contenidos generados.</p>			
T2.2	Actos para la prensa	<p><b>¿Quién?</b> Medios convencionales y online generalistas en su sección de gastronomía, alimentación y bebida, así como medios especializados en ámbito Agroalimentario y la gastronomía y bebidas de tirada nacional.  <b>¿Qué?</b> Los eventos para la prensa contribuyen a consolidar la notoriedad de las acciones y la vinculación con el modelo de producción de la UE cuyos productos destacan entre otros atributos por su calidad y sostenibilidad. Está previsto para el Programa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Evento de presentación de campaña (Año 1):</b> Convocaremos a los periodistas para que sean testigos del arranque de la campaña, a través de una comida maridaje, en las que se comunicarán las características de los estándares de producción europeos, con el objetivo de integrar en la repercusión las publicaciones en medios de comunicación. La organización de este evento nos permitirá crear un hito noticiable en torno al programa y establecer relaciones con los medios. Se contempla la participación de un cortador profesional de jamón para esta actividad.</li> <li>2. <b>Viaje de prensa (Años 1 y 2):</b> Organizaremos un Press Trip para dar a los medios asistentes la oportunidad de conocer los productos en su origen, poniendo de manifiesto el modelo de producción de la UE y las características específicas que implica estar sujeto a una protección especial europea como es la UE. El traslado in situ permite tener un contacto cercano, directo y prolongado con los periodistas. La oportunidad de contar la historia desde el nacimiento hasta que llega al consumidor. Los viajes de prensa se realizarán para 2 periodistas y tienen una duración de 6 días (incluyendo el tiempo de desplazamiento). Se contempla la participación de un traductor. Además, se incluye el diseño, producción y entrega de un "Welcome Pack" para los periodistas a la llegada a origen.</li> </ol> <p><b>¿Cuándo?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evento presentación: 1er semestre Año 1 (2024)</li> <li>- Viajes de prensa: Septiembre-octubre de Año 1 y 2 (2024 y 2025)</li> </ul>	DOP CAVA CONS ORCI O SERR ANO	COO BEN <b>Subco ntratis ta</b>	Sí, organi smo de ejecuc ión



## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

		<p><b>¿Dónde?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evento de presentación: Tokio, JAPÓN.</li> <li>- Viajes de prensa: Cataluña y Aragón, España.</li> </ul> <p><b>¿Por qué?</b> Tanto los eventos de presentación como los viajes de prensa son acciones que permiten involucrar activamente a los medios de comunicación en el programa. La organización de estas acciones nos permitirá crear hitos noticiables en torno a la campaña. De esta forma, se generan publicaciones que contribuyen a consolidar la notoriedad de las acciones y de la vinculación de este con el modelo de producción de la UE, consiguiendo así el objetivo de aumento del nivel de conocimiento sobre las bondades y los estándares de producción de los productos agrícolas de la UE.</p>		
--	--	--	--	--

**Resultados y presupuesto estimado**

*Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año.*

*Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).*

Calendario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Resultados</b>	<p><b>2.1 Acciones permanente RR.PP</b> Redacción y envío de 10 notas de prensa Redacción y envío de 4 convocatoria de prensa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 clipping semestrales</li> <li>- 15 millones de Impactos</li> </ul> <p><b>2.2 Eventos para la prensa</b> 45 profesionales asistentes al evento de presentación 00.000 impactos generados a través de las publicaciones de asistentes al evento 1 viaje de prensa a la zona de producción para 2 periodistas 1,5 Millones de impactos a través de prensa y RR.SS de los medios</p>	<p><b>2.1 Acciones permanente RR.PP</b> Redacción y envío de 10 notas de prensa Redacción y envío de 4 convocatoria de prensa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2 clipping semestrales</li> <li>- 15 millones de Impactos</li> </ul> <p><b>2.2 Eventos para la prensa</b> - 1 viaje de prensa a la zona de producción para 2 periodistas 1,5 Millones de impactos a través de prensa y RR.SS de los medios</p>	<p><b>2.1 Acciones permanente RR.PP</b> Redacción y envío de 10 notas de prensa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redacción y envío de 4 convocatoria de prensa</li> <li>- 2 clipping semestrales</li> <li>- 15 millones de Impactos</li> </ul>

Presupuesto estimado	Año 1	Año 1	Año 1	Año 2	Año 2	Año 2	Año 3	Año 3	Año 3
	UDS	PRECIO UNITARIO	PRESUPUESTO	UDS	PRECIO UNITARIO	PRESUPUESTO	UDS	PRECIO UNITARIO	PRESUPUESTO
2. RELACIONES PUBLICAS			112.454			70.564			29.500
Actividades permanentes de relaciones públicas (Oficina de relaciones públicas)			29.500,00 €			29.500,00 €			29.500,00 €

**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

Oficina de prensa y relaciones públicas permanente. Incluye: - Nota de prensa (10 notas de prensa/año.) - 2 Informes semestrales/clipping - 4 Convocatoria medios - Envío información de eventos - Seguimiento publicaciones e informes - Resolución de dudas	12	2.083,33 €	25.000,00 €	1 2	2.083,33 €	25.000,00 €	12	2.083,33 €	25.000,00 €
Honorarios del Organismo de ejecución	12	375,00 €	4.500,00 €	1 2	375,00 €	4.500,00 €	12	375,00 €	4.500,00 €
Eventos para la prensa			82.954,00 €			41.064,00 €			- €
Evento presentación para 40-50 invitados profesionales del sector y prensa. Incluye: Alquiler sala multiuso o restaurante 1 día, equipo técnico y audiovisual, material fungible, contratación de personal ( 2-3 azafatas y 2 - 3 staff), elementos decorativos y materiales promocionales. Honorarios de ponente y de cortador de jamón (incluye desplazamientos y alojamiento). Logística internacional (España Japón) para envío de producto y almacenamiento local de	1	27.000,00 €	27.000,00 €		#¡DIV/0!	- €			

**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

<p>materiales y producto. Catering para 50 personas.</p>								
<p>Convocatoria, gestión de invitaciones y confirmaciones, prospección de espacios y asistencia al evento. Elaboración de materiales, gestión proactiva de asistencia y relación de confirmados. Atención in-situ y traducción.</p>	1	8.500,00 €	8.500,00 €					
<p>Viaje de prensa para periodistas: 6 - 7 días (incluye los traslados desde Japón) para 3 personas. Incluye: Billetes de ida y vuelta de avión para 3 personas (2 periodistas y 1 traductor), Alojamiento, dietas y desplazamientos (5-6 días). Contratación traductor Japonés-Español. Incluye asistencia del organismo ejecutor (desplazamiento, dietas y alojamiento). Se contempla producción de welcome pack VIP para periodistas.</p>	1	29.300,00 €	29.300,00 €	1	29.300,00 €	29.300,00 €	0	- €
<p>Coordinación viaje de periodistas, gestión de reservas, búsqueda de alojamiento, compra viajes, etc</p>	1	5.500,00 €	5.500,00 €	1	5.500,00 €	5.500,00 €	0	- €



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

	y asistencia a los periodistas previo del viaje.								
	Honorarios del Organismo de ejecución	12	1.054,50 €	12.654,00 €	12	522,00 €	6.264,00 €	12	- €
<b>Subtotal de la actividad 2.1</b>	EUR 29.500		EUR 29.500		EUR 29.500				
<b>Subtotal de la actividad 2.2</b>	EUR 82.954		EUR 41.064		EUR 0				
y/o									
<b>Total del paquete de trabajo</b>	EUR 112.454		EUR 70.564		EUR 29.500				

### Work Package 3

Paquete de trabajo 3: Sitio Web, Redes Sociales					
<b>Duración:</b>	M3 – M36		<b>Beneficiario principal:</b>	DOP CAVA y Jamón Consorcio Serrano	
<b>Objetivos</b>					
<i>Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.</i>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.</li> <li>▪ Promover la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión Europea y determinados productos alimentarios, y mejorar su visibilidad fuera de la Unión Europea.</li> </ul>					
N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y cuáles)
			Denominación	Función	
T3.1	Sitio Web	<p><b>¿Quién?</b> Profesionales del sector alimentario y consumidores finales</p> <p><b>¿Qué?</b> La acción consiste en crear una plataforma de referencia para el público interesado en información sobre los productos de procedencia y calidad certificada de la Unión Europea. Esta plataforma se va a nutrir con los materiales, noticias y artículos de interés que se generen durante la campaña y servirá de escaparate de todo el material de campaña generado.</p> <p>Durante el primer año se llevará a cabo: Durante el primer año se llevará a cabo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de estructura de navegación y wireframes.</li> <li>- Diseño de las páginas planteadas en los wireframes.</li> <li>- Redacción de los contenidos iniciales.</li> <li>- Programación de la web utilizando un CMS desarrollado con PHP, CSS3 JavaScript y HTML.</li> <li>- Copias de seguridad periódicas y mantenimiento.</li> <li>- Contratación y configuración de Hosting y un dominio por 1 año.</li> <li>- Optimización SEO on-page.</li> </ul>	DOP CAVA CONSORCIO SERRANO	COO BEN <b>Subcontratista</b>	Sí, organismo de ejecución



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicación de Notas de Prensa asociadas la campaña.</li> <li>- Informes semestrales de visitas y posicionamiento.</li> </ul> <p>Los años 2 y 3, se destinarán a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Copias de seguridad periódicas y mantenimiento.</li> <li>- Renovación de Hosting y dominio.</li> <li>- Optimización SEO.</li> <li>- Publicación de Notas de Prensa asociadas la campaña.</li> <li>- Informes semestrales de visitas y posicionamiento</li> </ul> <p><b>¿Dónde?</b> JAPÓN  <b>¿Cuándo?</b> Anual  <b>¿Por qué?</b> Para conseguir el objetivo del aumento del conocimiento sobre las bondades y elevados estándares de producción de la Unión es necesaria una web como de punto de encuentro de todas las actividades que se realicen, y repositorio de los contenidos que se generarán a lo largo de los 3 años. De esta forma se garantiza que los usuarios encuentren la información que desean sobre la campaña, la Denominación de Origen Protegida Cava y Jamón Consorcio Serrano y todo lo que hay detrás de este sello de origen y calidad.</p>			
--	--	---	--	--	--

**Resultados y presupuesto estimado**

*Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año.*

*Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).*

Calendario	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3		
<b>Resultados</b>	<b>3.1 Sitio Web</b> Creación y publicación de una web Mantenimiento, copias de seguridad y actualización del sitio web. Informe de resultados semestral. 20.000 visitas anuales			<b>3.1 Sitio Web</b> Mantenimiento, copias de seguridad y actualización del sitio web. Informe de resultados semestral. 20.000 visitas anuales			<b>3.1 Sitio Web</b> Mantenimiento, copias de seguridad y actualización del sitio web. Informe de resultados semestral. 20.000 visitas anuales		
<b>Presupuesto estimado</b>	Año 1	Año 1	Año 1	Año 2	Año 2	Año 2	Año 3	Año 3	Año 3
	UD S	PRECIO UNITARIO	PRESUPUESTO	UD S	PRECIO UNITARIO	PRESUPUESTO	UD S	PRECIO UNITARIO	PRESUPUESTO
3. SITIO WEB, MEDIOS SOCIALES			22.420			4.130			4.130
Creación sitio web, actualización y mantenimiento			22.420,00 €			4.130,00 €			4.130,00 €
Diseño y creación página WEB en japonés y español año 1.	1	19.000,00 €	19.000,00 €	1	3.500,00 €	3.500,00 €	1	3.500,00 €	3.500,00 €



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

	Actualización y mantenimiento para los años 2 y 3. Incluye: Domino WEB (3 años), Certificado SSL (3 años) y Servidor WEB (3 años)								
	Honorarios del Organismo de ejecución	1 2	285,00 €	3.420,00 €	1 2	52,50 €	630,00 €	1 2	52,50 € 630,00 €
<b>Subtotal de la actividad 3.1</b>	EUR 22.420			EUR 4.130				EUR 4.130	
y/o									
<b>Total del paquete de trabajo</b>	EUR 22.420			EUR 4.130				EUR 4.130	

#### Work Package 4

Paquete de trabajo 4: Publicidad					
<b>Duración:</b>	M6 – M35	<b>Beneficiario principal:</b>	DOP CAVA y Jamón Consorcio Serrano		
<b>Objetivos</b> <i>Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.</i>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.</li> <li>Promover la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión Europea y determinados productos alimentarios, y mejorar su visibilidad fuera de la Unión Europea.</li> </ul>					
N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación
			Denominación	Función	
T4.1	Publicidad Prensa	<p><b>¿Quién?</b> Consumidores entre 35-65 años de poder adquisitivo medio y medio-alto, tanto hombres como mujeres. Foodies, aficionados a las experiencias gastronómicas sofisticadas y con interés en la gastronomía y el maridaje.</p> <p><b>¿Qué?</b> Compra de espacios y publicación de artículos en revistas especializadas del sector gastronomía, así como en revistas Lifestyle de alta reputación con secciones de alimentación y bebida, y que estén dirigidas al consumidor final. En estos artículos</p>	DOP CAVA CONSORCIO	COO BEN <b>Subcontratista</b>	Sí, organismo de ejecución



## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

		<p>se recogerán información tal como las zonas de producción, las características y altos estándares de producción de la Unión Europea, diferencia entre los productos con más o menos envejecimiento/maduración, comidas japonesas con las que estos maridan mejor, la forma tradicional en que se consumen en Europa, etc.</p> <p>Se trata de formatos de carácter más informativo que publicitario, con espacios suficientes para aportar contenido e información relevante para el consumidor sobre los productos a comunicar, su origen, características de producción y otros datos de interés.</p> <p><b>¿Cuándo?</b> 2º semestre año 2024, 2025 y 2026</p> <p><b>¿Dónde?</b> JAPÓN</p> <p><b>¿Por qué?</b> Las revistas especializadas en alimentación son soportes donde encontramos al público consumidor, con inquietudes y curiosidad gastronómica. En estas publicaciones se exponen las novedades del mercado y nos permiten espacios para poder aportar información de interés sobre el producto, más allá de sus características sensoriales, sino de su origen y producción, poniendo en valor los altos estándares de la Unión y logrando los objetivos de campaña.</p>			
--	--	---	--	--	--

**Resultados y presupuesto estimado**

*Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año.*

*Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).*

Calendario	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			
<b>Resultados</b>	<b>4.1 Publicidad Prensa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>5 inserciones en prensa</li> <li>7 millones de impactos</li> </ul>			<b>4.1 Publicidad Prensa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>5 inserciones en prensa</li> <li>7 millones de impactos</li> </ul>			<b>4.1 Publicidad Prensa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>5 inserciones en prensa</li> <li>7 millones de impactos</li> </ul>			
<b>Presupuesto estimado</b>		Año 1	Año 1	Año 1	Año 2	Año 2	Año 2	Año 3	Año 3	Año 3
		Uds	Precio unitario	Presupuesto	Uds	Precio unitario	Presupuesto	Uds	Precio unitario	Presupuesto
	4. PUBLICIDAD			66.670			66.670			66.670
	Prensa			66.670,00 €			66.670,00 €			66.670,00 €
	Compra, gestión y planificación en revista gastronómica: 5 inserciones (en formato artículo) al año.	5	11.300,00 €	56.500,00 €	5	11.300,00 €	56.500,00 €	5	11.300,00 €	56.500,00 €
Honorarios del Organismo de ejecución	12	847,50 €	10.170,00 €	12	847,50 €	10.170,00 €	12	847,50 €	10.170,00 €	



## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

Subtotal de la actividad 4.1	EUR 66.670	EUR 66.670	EUR 66.670
y/o			
Total del paquete de trabajo	EUR 66.670	EUR 66.670	EUR 66.670

### Work Package 5

Paquete de trabajo 5: Instrumentos de Comunicación					
Duración:		M1- M36	Beneficiario principal:		DOP CAVA y Jamón Consorcio Serrano
Objetivos					
Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.					
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.</li> <li>▪ Promover la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión Europea y determinados productos alimentarios, y mejorar su visibilidad fuera de la Unión Europea.</li> </ul>					
N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y cuáles)
			Denominación	Función	
T5.1	Publicaciones, dossier de prensa, artículos de promoción	<p><b>¿Quién?:</b> Consumidor final, medios de comunicación, canal de distribución y productores del sector.</p> <p><b>¿Qué?:</b> Las herramientas de Comunicación son necesarias para que todas las actividades tengan instrumentos de apoyo para información y promoción. El propósito de la creación de estas herramientas es mantener la coherencia y equilibrio en lo que se transmite.</p> <p>Se realizarán herramientas de comunicación de diferentes tipologías:</p> <p><b>LOOK&amp;FEEL:</b> se producirá la identidad visual y el concepto creativo que determina las características de la creatividad de la campaña en cuanto al color, tipo de letra y uso de imágenes. El formato de entrega es un máster en formato editable que incluya: los archivos originales editables para poder modificar el contenido en (Illustrator, Indesign) junto con las tipografías utilizadas en los diferentes materiales y las imágenes correspondientes.</p> <p><b>DISEÑO y ADAPTACIONES DE MATERIAL:</b> Adaptación del material de campaña a la prensa y a las distintas actividades previstas. Incluye la traducción de piezas o textos clave de los materiales de campaña para adaptarlos al idioma del mercado objetivo.</p> <p><b>¿Cuándo?:</b> Anual</p> <p><b>¿Dónde?:</b> JAPÓN</p> <p><b>¿Por qué?:</b> Esta actividad es imprescindible para la consecución de los objetivos,</p>	DOP CAVA CONSORCIO SERRANO	COO BEN Subcontratista	Sí, Organismo de ejecución



## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

		<p>especialmente el objetivo general de mejorar el conocimiento del programa. Vivimos en una sociedad muy expuesta a la comunicación publicitaria y dividida en muchos segmentos de consumidores, todos diferentes y con objetivos distintos por lo que dirigimos de forma única con una identidad notoria en imagen y concepto genera una imagen coherente y fácil de recordar de todas las acciones que realicemos.</p>					
<b>Resultados y presupuesto estimado</b>							
<p>Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año. Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).</p>							
<b>Calendario</b>	<b>AÑO 1</b>			<b>AÑO 2</b>		<b>AÑO 3</b>	
<b>Resultados</b>	<p><u>5.1 Instrumentos de Comunicación</u> - Creación de una imagen de campaña en formato dossier de Look&amp;Feel y master - Adaptaciones de diseño para materiales de campaña</p>			<p><u>5.1 Instrumentos de Comunicación</u> - Revisión y actualizaciones de la identidad de campaña - Adaptaciones de diseño para materiales de campaña</p>		<p><u>5.1 Instrumentos de Comunicación</u> - Revisión y actualizaciones de la identidad de campaña - Adaptaciones de diseño para materiales de campaña</p>	
<b>Presupuesto estimado</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 3</b>
		<b>Uds</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Presupuesto</b>	<b>Uds</b>	<b>Precio unitario</b>	<b>Presupuesto</b>
	5. INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN			41.300		23.600	23.600
	Publicaciones, dossier de prensa, artículos de promoción			41.300,00 €		23.600,00 €	23.600,00 €
	Dossier de LOOK&FEEL y la pieza master: se producirá la identidad visual y el concepto creativo que determina las características de la creatividad de la campaña en cuanto al color, tipo de letra y uso de	1	25.000,00 €	25.000,00 €	1	10.000,00 €	10.000,00 €



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

	imágenes. El formato de entrega es un máster en formato editable que incluya: los archivos originales editables para poder modificar el contenido en (Illustrator, Indesign) junto con las tipografías utilizadas en los diferentes materiales y las imágenes correspondientes.									
	Adaptaciones materiales de campaña para prensa y las diferentes actividades del plan (incluye reserva para traducciones)	1	10.000,00 €	10.000,00 €	1	10.000,00 €	10.000,00 €	1	10.000,00 €	10.000,00 €
	Honorarios del Organismo de ejecución	1 2	525,00 €	6.300,00 €	1 2	300,00 €	3.600,00 €	1 2	300,00 €	3.600,00 €
<b>Subtotal de la actividad 5.1</b>	EUR 41.300			EUR 23.600			EUR 23.600			
y/o										
<b>Total del paquete de trabajo</b>	EUR 41.300			EUR 23.600			EUR 23.600			

### Work Package 6

<b>Paquete de trabajo 6: Actos</b>			
<b>Duración:</b>	M3 – M34	<b>Beneficiario principal:</b>	DOP CAVA y Jamón Consorcio Serrano
<b>Objetivos</b> <i>Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.</i>			



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

- Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.
- Promover la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión Europea y determinados productos alimentarios, y mejorar su visibilidad fuera de la Unión Europea.
- Aumentar la cuota de mercado de los productos agrícolas y de determinados productos alimenticios de la Unión Europea, prestando especial atención a los mercados de terceros países con mayor potencial de crecimiento.

N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y cuáles)
			Denominación	Función	
T6.1	Seminarios y talleres de formación	<p><b>¿Quién?</b> B: Profesionales del sector y del canal distribución y HORECA: importadores, distribuidores, comercializadores, mayoristas, minoristas, restauradores.</p> <p><b>¿Qué? Masterclass Cava-Serrano:</b> Se trata de un espacio creado para profesionales actuales del sector, que trasciende de un taller informativo tradicional, para convertirse en una fuente de conocimiento y aprendizaje en profundidad de las características y los altos estándares de producción de la Unión Europea, ilustrados a través de la D.O.P. Cava y el Jamón Consorcio Serrano. En estos talleres (o Masterclass) se contará con un experto que impartirá el contenido, el cual incluirá características sobre las cualidades organolépticas de los productos, información sobre su producción en origen y los altos estándares de la UE, consejos para su presentación y consumo, etc.</p> <p>público asistente serán profesionales directamente vinculados con los productos del programa. Se realizarán dos eventos masterclass durante la segunda y tercera anualidad.</p> <p>Visibilidad de las marcas: Siguiendo el Reglamento 2015/1831 de la Comisión en su sección 2, artículo 5, artículo 6 y artículo 7, se aplicarán los requisitos generales y específicos para dar visibilidad a los productos que ilustran estas organizaciones y sus marcas. Son necesarias estas menciones en las actividades realizadas con profesionales del comercio para mostrar todas las posibilidades y el respaldo comercial que tiene tanto D.O.P. Cava como Jamón Consorcio Serrano. Para ello se cumplirán los requisitos que marca este Reglamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artículo 5: Aportando pruebas de que todos los miembros de la entidad proponente en cuestión han contado con igualdad de oportunidades para exhibir sus marcas.</li> <li>- Artículo 6: Las IV garantías establecidas, como requisitos específicos</li> <li>- Artículo 7: Número de marcas que se exhibirán</li> </ul> <p><b>¿Cuándo?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Masterclass: Año 2 y 3 (2 Masterclass por año) (2025 y 2026)</li> </ul> <p><b>¿Dónde?</b> Tokio y Osaka, JAPÓN.</p> <p><b>¿Por qué?</b> A través de los talleres de formación creamos espacios de aprendizaje dónde los asistentes pueden profundizar sobre el</p>	D.O.P. CAVA CONSORCIO SERRANO	COO BEN <b>Subcontratista</b>	Sí, contribuciones en especie gratuitas y subcontratación del organismo ejecutor.



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

		<p>conocimiento de los productos del programa y los estándares de producción europeos. Como ocurre en muchos otros ámbitos, no se valora realmente algo hasta que no se conoce y comprende. De esa manera, a través de las masterclass podemos conseguir que nuestro público objetivo valore los productos europeos, consiguiendo así el objetivo de conocimiento, y tome la decisión de implementarlo en sus establecimientos por su calidad diferenciada, logrando los objetivos de aumento de la competitividad y consumo.</p>			
T 6. 2	Semanas en restaurantes antes: Cava y Serrano Week	<p><b>¿Quién?</b> <b>C:</b> Consumidores entre 35-65 años de poder adquisitivo medio y medio-alto, tanto hombres como mujeres. Foodies, aficionados a las experiencias gastronómicas sofisticadas y con interés en la gastronomía y el maridaje. <b>B:</b> Profesionales del HORECA en restaurantes de alto nivel.</p> <p><b>¿Qué?</b> Activaciones durante el momento de consumo a través de la promoción y degustación de los productos de campaña en restaurantes seleccionados para crear una experiencia con nuestro público objetivo. Para esta acción se incluye la búsqueda, contacto y cierre de acuerdos con los restaurantes objetivo. Durante estas labores de gestión se impactará en los gerentes y profesionales de estos establecimientos, haciéndolos partícipes y aliados de la campaña.</p> <p>Mecánica de la acción: En los restaurantes seleccionados, se ofrece una copa de D.O.P. Cava o un plato de jamón Consorcio Serrano gratuitos en los servicios de las cenas durante una semana (5 días) a todos los comensales que lo deseen. Junto con estos productos de degustación, se entrega un flyer con información sobre la campaña, los altos elevados estándares de producción europeos y los productos en cuestión. No se contará con personal específico (promotor) para estas promociones, sino que será el propio personal del restaurante quien realice la dinamización de la acción. De esta manera la experiencia es más orgánica y no es percibida como un impacto publicitario por el consumidor. El personal de los restaurantes seleccionados recibirá un dossier de campaña para poder conocer en profundidad las características de los productos y los estándares de producción europeos.</p> <p>Visibilidad de las marcas: Siguiendo el Reglamento 2015/1831 de la Comisión en su sección 2, artículo 5, artículo 6 y artículo 7, se aplicarán los requisitos generales y específicos para dar visibilidad a los productos que ilustran estas organizaciones y sus marcas. Son necesarias estas menciones en las actividades realizadas con profesionales del comercio para mostrar todas las posibilidades y el respaldo comercial que tiene tanto D.O.P. Cava como Jamón Consorcio Serrano. Para ello se cumplirán los requisitos que marca este Reglamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artículo 5: Aportando pruebas de que todos los miembros de la entidad proponente en cuestión han contado con igualdad de oportunidades para exhibir sus marcas.</li> </ul>	DOP CAVA CONSORCIO SERRANO	COO BEN <b>Subcontratista</b>	Sí, contribuciones en especie gratuitas y subcontratación del organismo ejecutor.



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Artículo 6: Las IV garantías establecidas, como requisitos específicos</li> <li>- Artículo 7: Número de marcas que se exhibirán</li> </ul> <p>¿Cuándo? 2 eventos al año en el año 2 y 3 de programa (2025 y 2026) ¿Dónde? Tokio y Osaka, JAPÓN. ¿Por qué? Esta actividad permite un doble objetivo: por una parte, consigue un acercamiento relacional al Canal HORECA como elemento importante en la cadena de valor para convertirlos en aliados y prescriptores de las marcas de los productos de origen europeo. Por otro lado, consigue impactos de alta calidad al consumidor final, que a su vez aprende y adquiere un conocimiento en el momento de consumo.</p>			
T 6. 3	Viajes a de estudio a Europa	<p>¿Quién? B2B: Profesionales del sector y del canal distribución: importadores, distribuidores, comercializadores y mayoristas y el embajador de campaña (ver paquete actividad 8). ¿Qué? Se trata de un viaje de profesionales a la zona de origen durante 6 días (de los cuales serán necesarios 2 días destinados a los desplazamientos y 4 días de agenda de visitas). Comprende dos visitas por día a las instalaciones destinadas a cada una de las diferentes etapas de producción de los productos del programa. Durante esta visita, los profesionales son guiados por las instalaciones principales de las entidades del programa mientras se les explica en profundidad los elevados estándares de producción que siguen los productos de la Unión Europea, se catan los productos de la misma, se hace una sesión de fotografía y, por último, una ronda de preguntas y respuestas. El viaje incluye el contacto previo y gestión del viaje con los profesionales. Está contemplado igualmente su desplazamiento y alojamiento en origen, así como las dietas durante el viaje, donde se aprovechará para servir platos tradicionales, donde el jamón Consorcio Serrano y el Cava D.O.P serán protagonistas. ¿Cuándo? 2º semestre del año 1 (2024). ¿Dónde? Zonas de producción: Teruel y Cataluña, España. ¿Por qué? La visita presencial de las zonas de producción es la manera idónea de crear una experiencia con los productos, profundizando en el conocimiento de éstos a través de la</p>	DOP CAVA CONSO RCIO SERRA NO	COO BEN <b>Subcont ratista</b>	Sí, subcontr atación del organism o de ejecución
T 6. 4	Otros eventos: Presentación de productos	<p>¿Quién? <b>B:</b> Profesionales del sector y del canal distribución y HORECA: importadores, distribuidores, comercializadores, mayoristas, minoristas, restauradores. ¿Qué? <b>Presentación de productos (año 1):</b> Esta es una acción que consiste en una pequeña exposición donde se exhiben productos de origen europeo, ilustrados en esta campaña por la D.O.P. Cava y el Jamón Consorcio Serrano. Se trata de un punto de encuentro para profesionales en el que se crean contactos de calidad en el ámbito B2B a través de la prueba experiencial del producto. La exhibición se realiza de 3-5 días laborables y se utiliza un espacio adecuado y acorde con las características del programa para asegurar una experiencia</p>	DOP CAVA CONSO RCIO SERRA NO	COO BEN <b>Subcont ratista</b>	Sí, contribu ciones en especie gratuitas y subcontr atación del organism o



## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

	<p>satisfactoria. Se contará con el apoyo de promotores realizará, previo a la presentación, una labor de contacto y convocatoria de los principales agentes del sector B2B mencionados para informar e invitarle a este evento.</p> <p>Visibilidad de las marcas: Siguiendo el Reglamento 2015/1831 de la Comisión en su sección 2, artículo 5, artículo 6 y artículo 7, se aplicarán los requisitos generales y específicos para dar visibilidad a los productos que ilustran estas organizaciones y sus marcas. Son necesarias estas menciones en las actividades realizadas con profesionales del comercio para mostrar todas las posibilidades y el respaldo comercial que tiene tanto D.O.P. Cava como Jamón Consorcio Serrano. Para ello se cumplirán los requisitos que marca este Reglamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artículo 5: Aportando pruebas de que todos los miembros de la entidad proponente en cuestión han contado con igualdad de oportunidades para exhibir sus marcas.</li> <li>- Artículo 6: Las IV garantías establecidas, como requisitos específicos</li> <li>- Artículo 7: Número de marcas que se exhibirán</li> </ul> <p><b>¿Cuándo?</b> Presentación de producto: 1er semestre de Año 1 (2024)</p> <p><b>¿Dónde?</b> Tokio, JAPÓN.</p> <p><b>¿Por qué?</b> De la misma forma que el evento de presentación de campaña (TP 2.2) nos ayudará a introducir la campaña en el mercado destino y conseguir contactos mediáticos para los 3 años de programa, la presentación de productos hará lo propio para crear, a través de un acto cualitativo y experiencial, contactos con el sector B2B en JAPÓN y conseguir aliados en el canal distribución y HORECA para el resto de acciones del programa.</p>			ejecutor.
--	--	--	--	-----------

**Resultados y presupuesto estimado**

*Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año. Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).*

Calendario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3									
<b>Resultados</b>	<p><u>6.3 Viajes de estudio a Europa</u> Realización de un viaje a Europa de 6 días - Asistencia de 5 profesionales del sector y 1 embajador de campaña</p> <p><u>6.4 Otros eventos: presentación de productos</u> - 1 evento de presentación de producto - 100 profesionales asistentes</p>	<p><u>6.1 Seminarios y Talleres de formación</u> - 2 eventos masterclass - 120 profesionales asistentes</p> <p><u>6.2 Semanas en restaurantes</u> 2 eventos Cava-Serrano Week - Acuerdos con 16 restaurantes - 20.000 consumidores impactados</p>	<p><u>6.1 Seminarios y Talleres de formación</u> - 2 eventos masterclass - 120 profesionales asistentes</p> <p><u>6.2 Semanas en restaurantes</u> eventos Cava-Serrano Week cuerdos con 16 restaurantes 20.000 consumidores impactados</p>									
<b>Presupuesto estimado</b>	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="background-color: #00a0e3; color: white;">Año 1</td> <td style="background-color: #00a0e3; color: white;">Año 1</td> <td style="background-color: #00a0e3; color: white;">Año 1</td> </tr> </table>	Año 1	Año 1	Año 1	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="background-color: #00a0e3; color: white;">Año 2</td> <td style="background-color: #00a0e3; color: white;">Año 2</td> <td style="background-color: #00a0e3; color: white;">Año 2</td> </tr> </table>	Año 2	Año 2	Año 2	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="background-color: #00a0e3; color: white;">Año 3</td> <td style="background-color: #00a0e3; color: white;">Año 3</td> <td style="background-color: #00a0e3; color: white;">Año 3</td> </tr> </table>	Año 3	Año 3	Año 3
Año 1	Año 1	Año 1										
Año 2	Año 2	Año 2										
Año 3	Año 3	Año 3										

**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

	Uds	Precio unitario	Presupuesto	Uds	Precio unitario	Presupuesto	Uds	Precio unitario	Presupuesto
6. ACTOS			116.702			144.550			144.550
Seminarios, talleres, reuniones empresa a empresa, formación de comercio o para cocineros, actividades en escuelas			- €			92.630,00 €			92.630,00 €
Realización de 2 masterclass el año 2 (60 personas por taller) y 2 masterclass el año 3 (60 personas por taller). Se contempla: alquiler de espacio, menaje, mobiliario y equipo técnico y audiovisual. Catering para asistentes. Producción de materiales promocionales (foleto e invitaciones) y elementos decorativos. Incluye contratación de ponete, cortador de jamón o sumiller (dietas y desplazamientos). Almacenaje de muestras y envío (España - Japón).	0		- €	2	30.750,00 €	61.500,00 €	2	30.750,00 €	61.500,00 €
Gestión de asistentes y convocatoria. Prospección y contratación de espacio y muestras/producto. Asistencia durante el taller,				2	8.500,00 €	17.000,00 €	2	8.500,00 €	17.000,00 €



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

traducciones de materiales y elaboración de presentación y materiales promocionales (catálogo) para el evento.										
Honorarios del Organismo de ejecución				12	1.177,50 €	14.130,00 €		12	1.177,50 €	14.130,00 €
Semanas en restaurantes			- €			51.920,00 €				51.920,00 €
Realización de la Cava Week & Serrano Week. 2 en el año 2 con un total de 16 restaurantes y 2 en el año 3 con un total de 16 restaurantes. Se contempla: Asignación por restaurante como cesión de espacio para la promoción, materiales promocionales, envío internacional muestras (España - Japón), almacenamiento y logística local de muestras y materiales.				2	17.000,00 €	34.000,00 €		2	17.000,00 €	34.000,00 €
Hunting y gestión con restaurantes. Visita, formación y seguimiento de la activación en cada restaurante. Coordinación con restaurantes y gestión de materiales y producto.				2	5.000,00 €	10.000,00 €		2	5.000,00 €	10.000,00 €
Honorarios del Organismo de ejecución				12	660,00 €	7.920,00 €		12	660,00 €	7.920,00 €
Viajes de estudio a Europa			72.452,00 €			- €				- €



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

	<p>Viaje de 6-7 días a España (incluyendo traslado desde Japón) para 5 profesionales/es especialistas en agroalimentación, 1 embajador de campaña y 1 coordinador viaje en el Año 3. Incluye: Billetes de ida y vuelta de avión para 7 personas. Desplazamientos y dietas en país destino. Contratación de traductor (con dietas y desplazamientos). Producción kit bienvenida (folleto y merchand) para asistentes y roll up, incluye traducciones al japonés y asistencia organismo ejecutor (incluye alojamiento, dietas y desplazamiento).</p>	1	50.400,00 €	50.400,00 €	2	1	- €	- €	2	1	- €	- €
	<p>Búsqueda de invitados y gestión de asistentes. Coordinación viaje, gestión de reservas, búsqueda de alojamiento, compra de billetes, asistencia a los profesionales previa al viaje. Incluye asistencia al viaje.</p>	1	11.000,00 €	11.000,00 €	2	1	- €	- €	2	1	- €	- €
	<p>Honorarios del Organismo de ejecución</p>	2	921,00 €	11.052,00 €	2	1	- €		2	1	- €	

**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

	Otros eventos: Presentación de productos			44.250,00 €			- €		- €
	Presentación de productos en año 1. Incluye: Alquiler local, alquiler de menaje y contratación de personal (4-6 personas). Producción de materiales (folletos, invitaciones...). Contratación de un cortador de jamón. Contempla el envío internacional de producto (España - Japón), almacenamiento de producto y envíos.	1	29.000,00 €	29.000,00 €			- €		- €
	Convocatoria, gestión de invitados, contratación de espacio y equipo humano. Gestión y asistencia durante el evento. Traducción y diseño del material promocional.	1	8.500,00 €	8.500,00 €			- €		- €
	Honorarios del Organismo de ejecución	2	562,50 €	6.750,00 €					
<b>Subtotal de la actividad 6.1</b>	EUR 0				EUR 92.630		EUR 92.630		
<b>Subtotal de la actividad 6.2</b>	EUR 0				EUR 51.920		EUR 51.920		
<b>Subtotal de la actividad 6.3</b>	EUR 72452				EUR 0		EUR 0		
<b>Subtotal de la actividad 6.4</b>	EUR 44.250				EUR 0		EUR 0		
y/o									
<b>Total del paquete de trabajo</b>	EUR 116.702				EUR 144.550		EUR 144.550		



## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

### Work Package 7

Paquete de trabajo 7: Promoción en el punto de venta					
<b>Duración:</b>		M18 – M20	<b>Beneficiario principal:</b>		DOP CAVA y Jamón Consorcio Serrano
<b>Objetivos</b>					
<i>Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.</i>					
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.</li> <li>▪ Promover la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión Europea y determinados productos alimentarios, y mejorar su visibilidad fuera de la Unión Europea.</li> <li>▪ Aumentar la cuota de mercado de los productos agrícolas y de determinados productos alimenticios de la Unión Europea, prestando especial atención a los mercados de terceros países con mayor potencial de crecimiento</li> </ul>					
N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y cuáles)
			Denominación	Función	
T7.1	Días de prueba	<p><b>¿Quién?</b></p> <p><b>C:</b> Responsables de compra en el hogar entre 35-65 años de poder adquisitivo medio y medio-alto, tanto hombres como mujeres. Foodies, aficionados a las experiencias gastronómicas sofisticadas y con interés en la gastronomía y el maridaje.</p> <p><b>B:</b> Cadenas de Distribución Moderna especializadas en alimentación gourmet.</p> <p><b>¿A través de quién?</b> A través del marketing relacional, y el contacto con las tiendas especializadas en destino, se van a realizar acuerdos para conseguir presencia y visibilidad de campaña en el punto de venta del retail con un stand de degustación de producto.</p> <p>La acción promocional se desarrollará en diferentes supermercados y con una duración de 2 días por activación, intentando coincidir con los momentos de mayor afluencia de los establecimientos. La promoción incluye un stand con la imagen de campaña y la presencia de un promotor encargado de informar a los clientes sobre las características de los productos de origen europeo, así como invitar a la degustación de los productos. Se escogerán promotores con experiencia y conocimiento de los productos del programa, y se incluirá una formación específica sobre las características y bondades de l Cava D.O.P. y Consorcio.</p> <p>En esta acción se conseguirán impactos indirectos ente todos los compradores que pasen cerca del stand durante los días de promoción, así como impactos directos a través de la entrega de materiales de campaña (flyer) y la degustación de producto.</p> <p>Visibilidad de las marcas: Siguiendo el Reglamento 2015/1831 de la Comisión en su sección 2, artículo 5, artículo 6 y artículo 7, se aplicarán los requisitos generales y específicos para dar visibilidad a los productos que ilustran estas organizaciones y sus marcas. Son necesarias estas menciones en las actividades realizadas con profesionales del comercio</p>	DOP CAVA CONSORCIO DEL JAMÓN SERRANO	COO BEN <b>Subcontratista</b>	Sí, contribuciones en especie gratuitas y subcontratación del organismo ejecutor.



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

	<p>para mostrar todas las posibilidades y el respaldo comercial que tiene tanto D.O.P. Cava como Jamón Consorcio Serrano. Para ello se cumplirán los requisitos que marca este Reglamento:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Artículo 5: Aportando pruebas de que todos los miembros de la entidad proponente en cuestión han contado con igualdad de oportunidades para exhibir sus marcas.</li> <li>- Artículo 6: Las IV garantías establecidas, como requisitos específicos</li> <li>- Artículo 7: Número de marcas que se exhibirán</li> </ul> <p><b>¿Cuándo?</b> el 2º semestre del año 2 (2025).  <b>¿Dónde?</b> Supermercados de alimentación gourmet en Tokio, JAPÓN.  <b>¿Por qué?</b> Esta clase de promociones en establecimientos alimenticios son muy comunes en el mercado destino, siendo la forma más idónea de contactar directamente con los consumidores. El consumidor japonés gusta de probar nuevos productos y crear una experiencia llamativa. Gracias a las acciones promocionales podemos combinar la consecución de los objetivos planteados ya que, en un primer momento informamos de las características de los productos y los estándares de producción europea, y posteriormente a través de la degustación logramos incentivar la compra, aumentando así el consumo de estos productos en destino.</p>			
--	--	--	--	--

**Resultados y presupuesto estimado**

*Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año.*

*Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).*

Calendario	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>Resultados</b>	<i>No se realiza</i>	<p><u>7.1 Días de prueba</u>  <i>cuerdos con 6 supermercados                      mpactos directos en 10.000 consumidores a                      través de materiales de campaña                      mpacto indirecto en 60.000 consumidores</i></p>	<i>No se realiza</i>



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

Presupuesto estimado	Año 1		Año 2		Año 3	
	Uds	Precio unitario	Uds	Precio unitario	Uds	Precio unitario
7. PROMOCIÓN DE PUNTO DE VENTA			0		39.530	0
Días de prueba			- €		39.530,00 €	- €
Tasting days en 6 supermercados mediante stand durante 3-4 días por establecimiento. Contempla: canon por establecimiento, contratación de promotores (3-4 días) por establecimiento, material promocional (pósters, roll-ups, folletos) y otros soportes (mesa o stand y material fungible para degustaciones). Incluye envío internacional muestras (España - Japón), gestión, almacenamiento de producto y envío local.				6	4.166,67 €	25.000,00 €
Hunting de cadenas de tiendas, contratación de espacio, visitas a tiendas y seguimiento durante la ejecución, coordinación con supermercados para envío y adaptación del material promocional al idioma japonés. Gestión materiales y producto.				6	1.416,67 €	8.500,00 €
Honorarios del Organismo de ejecución				12	502,50 €	6.030,00 €
<b>Subtotal de la actividad 7.1</b>	EUR	EUR 39530			EUR	
y/o						
<b>Total del paquete de trabajo</b>	EUR	EUR 39530			EUR	

### Work Package 8

Paquete de trabajo : Otras actividades						
<b>Duración:</b>	M1 – M36	<b>Beneficiario principal:</b>	DOP CAVA y Jamón Consorcio Serrano			
<b>Objetivos</b> <i>Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.</i>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar el nivel de conocimiento sobre las bondades de los productos agrícolas de la Unión europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.</li> <li>Promover la competitividad y el consumo de los productos agrícolas de la Unión Europea y determinados productos alimentarios, y mejorar su visibilidad fuera de la Unión Europea.</li> </ul>						
N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción	Participantes		Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y	
			Denominación	Función		



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

					cuáles)
T8.1	Embajador de campaña	<p><b>¿Quién?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>B2B:</b> Profesionales del sector y del canal distribución y HORECA: importadores, distribuidores, comercializadores, mayoristas, minoristas, restauradores.</li> </ul> <p><b>¿Qué?</b> Acuerdo con un embajador de campaña. Contacto, negociación y acuerdo con un embajador del Programa que estará presente durante los 3 años de la campaña. El perfil del embajador será una figura de relevancia en el mercado destino (JAPÓN) y con vinculación al sector de alimentación y gastronomía para asegurar la credibilidad de sus mensajes y su adaptación a la campaña. Debe ser un perfil profesional técnico, no solo de imagen. La persona seleccionada deberá conocer en profundidad las características de los productos a los que representan. Sus funciones serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistencia a los eventos y actos clave de campaña.</li> <li>• Actuar de prescriptor de los productos europeos ilustrados en este programa.</li> <li>• Generador de contenidos para artículos y publicaciones en medios</li> <li>• Publicación de contenidos de campaña en sus perfiles de RR.SS.</li> </ul> <p>Es clave que esta figura conozca en profundidad los productos del programa, así como las características que los hacen únicos y los elevados estándares de producción de la Unión. Por ese motivo, se contempla la realización de un viaje de formación durante 5 días a la zona de origen durante el primer año del programa.</p> <p><b>¿Cuándo?</b> Anual durante los 3 años (2024, 2025 y 2026).</p> <p><b>¿Dónde?</b> Japón.</p> <p><b>¿Por qué?</b> Contar un embajador de campaña de estas características le aporta al programa un rostro reconocible en el mercado destino. Es una forma efectiva de acercar la campaña al público, asociándonos al posicionamiento de esta figura. Genera confianza y credibilidad en los productos europeos, en este caso ilustrados por la D.O.P. Cava y Consorcio del Jamón Serrano Español. A través de este prescriptor, conseguimos el objetivo del aumento del conocimiento de los productos europeos (aprovechando su notoriedad en destino), y al mismo tiempo conseguimos aumentar la competitividad de estos productos (aprovechando su reputación gastronómica y confianza generada en el público).</p>	DOP CAVA CONSO RCIO DEL JAMÓN SERRA NO	COO BEN <b>Subcontratista</b>	Sí, organismo de ejecución
<p><b>Resultados y presupuesto estimado</b></p> <p><i>Enumere los resultados de cada año. Haga referencia únicamente a los principales resultados. No incluya temas de menor importancia, documentos de trabajo internos, actas de reuniones, etc. Limite el número de resultados a un máximo de diez al año.</i></p> <p><i>Muestre el presupuesto de cada año (asegúrese de que sea coherente con el cuadro presupuestario detallado).</i></p>					

## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

Calendario	AÑO 1		AÑO 2				AÑO 3			
<b>Resultados</b>	<i><u>8.1 Embajador de campaña</u></i> - Asistencia a 1 Viaje de formación a origen - 2 Publicaciones en sus perfiles de RR.SS - Asistencia a 2 eventos/actos de campaña		<i><u>8.1 Embajador de campaña</u></i> - 2 Publicaciones en sus perfiles de RR.SS - Asistencia a 2 eventos/actos de campaña				<i><u>8.1 Embajador de campaña</u></i> - 2 Publicaciones en sus perfiles de RR.SS - Asistencia a 2 eventos/actos de campaña			
<b>Presupuesto estimado</b>		Año 1	Año 1	Año 1	Año 2	Año 2	Año 2	Año 3	Año 3	Año 3
		Uds	Precio unitario	Presupuesto	Uds	Precio unitario	Presupuesto	Uds	Precio unitario	Presupuesto
	8. OTRAS ACTIVIDADES			27.966			27.966			27.966
	Otras actividades: embajador			27.966,00 €			27.966,00 €			27.966,00 €
	Contratación de embajador de campaña que incluye: presencia en 2 eventos al año y publicaciones RRSS 2 veces al año.	2	10.850,00 €	21.700,00 €	2	10.850,00 €	21.700,00 €	2	10.850,00 €	21.700,00 €
	Hunting, negociación y contratación del embajador. Briefing para eventos y participación en el proyecto. Gestión y envío de información.	2	1.000,00 €	2.000,00 €	2	1.000,00 €	2.000,00 €	2	1.000,00 €	2.000,00 €
Honorarios del Organismo de ejecución	12	355,50 €	4.266,00 €	12	355,50 €	4.266,00 €	12	355,50 €	4.266,00 €	
<b>Subtotal de la actividad 8.1</b>	EUR 27.966		EUR 27.966				EUR 27.966			
	y/o									
<b>Total del paquete de trabajo</b>	EUR 27.966		EUR 27.966				EUR 27.966			

### Work package 9

Paquete de trabajo 9: Evaluación de resultados			
<i>Debe garantizarse la coherencia con el cuadro presupuestario detallado (si procede).</i>			
<b>Duración:</b>	M1 – M36	<b>Beneficiario principal:</b>	D.O.P. CAVA y Consorcio del Jamón Serrano Español
<b>Objetivos</b> Enumere los objetivos específicos a los que está vinculado este paquete de trabajo.			
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Incrementar el conocimiento y el reconocimiento de los regímenes de calidad de la Unión Europea (DOP)</li> <li>▪ Aumentar el nivel de conocimiento de las bondades de los productos agrícolas de la Unión europea y los elevados estándares que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea</li> <li>▪ Mejorar la competitividad y el consumo de los regímenes de calidad de la Unión Europea.</li> </ul>			



## BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES

### Actividades (qué, cómo, dónde) y división del trabajo

Proporcione una descripción concisa del trabajo (tareas previstas). Sea concreto y asigne un nombre abreviado y un número para cada tarea. Indique a qué grupos destinatarios se dirigen las actividades de este paquete de trabajo.

Indique quiénes participan en cada tarea: Coordinador (COO), Beneficiarios (BEN), subcontratistas (si hay subcontratación), e indique **en negrita** quién es el responsable de la tarea.

Añada información sobre la intervención de otros participantes en el proyecto, por ejemplo subcontratistas, contribuciones en especie.

#### Nota:

Contribuciones en especie: se permiten contribuciones en especie a título oneroso (las contribuciones en especie gratuitas no están prohibidas, pero son de coste neutro, es decir, no pueden declararse como costes). Indique claramente si las contribuciones en especie son a título oneroso o gratuito.

El coordinador seguirá siendo plenamente responsable de las tareas de coordinación, aunque se deleguen en otra persona. Normalmente, las tareas del coordinador no pueden subcontratarse.

N.º de la tarea	Nombre de la tarea	Descripción	Participante		Contribuciones en especie y subcontratación (Sí/No y cuáles)
			Denominación	Función (COO, BEN, OTROS)	
9.1	Evaluación de resultados	<p><b>¿Quién?</b> Profesionales del sector alimentario, la restauración y/o Retail, con poder de decisión en la introducción de productos en tiendas/restaurantes; así como prescriptores de alimentación gourmet y experiencias gastronómicas.</p> <p><b>¿Qué?:</b> Medición y evaluación anual de los resultados de las acciones, concretamente, de la visibilidad de los productos agroalimentarios de la Unión Europea. Dado que el eje central de la estrategia de acción se basa en el conocimiento y fomento de la interacción entre el público objetivo y el producto, la recogida de información se realizará una vez el público objetivo haya estado expuesto a los estímulos y/o prueba del producto. El estudio de evaluación se dividirá en 3 mediciones anuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Año 2024 – Evaluación año 1</li> <li>○ Año 2025 – Evaluación año 2</li> <li>○ Año 2026 – Evaluación año 3</li> </ul> <p>Después de cada evaluación se identificará si hay que introducir alguna medida correctora o de mejora, para así poder determinar el correcto funcionamiento de las acciones.</p> <p>El cuestionario contendrá preguntas cerradas y no excederá los 3 minutos de duración máxima.</p> <p>Metodología CAPI (Computer-assisted personal interviewing) y PAPI (Paper and Pencil Interview) según proceda.</p> <p>Personal contratado por la agencia se encargará de la captación de los entrevistados, así como de facilitar la cumplimentación del cuestionario.</p> <p>El número de entrevistas completas por año dependerá del número de asistentes a cada acción y de la tasa de</p>	D.O.P. Cava y Jamón Consorcio Serrano	COO BEN <b>Subcontratista</b>	Si, Organismo de medición



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

	<p>participación a la entrevista. Se estima entre 100 y 150 entrevistas completas por año (años 1 y 2) y entre 30 y 70 para el año 3.</p> <p><b>¿Cuándo?:</b> Las entrevistas se realizarán justo después de la consecución de las acciones. De esta manera, el intervalo de tiempo entre la implementación de las acciones y la evaluación de estas será mínimo.</p> <p><b>¿Dónde?</b> Tokio, Japón. Las acciones a evaluar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masterclass: años 2 y 3</li> <li>• Evento presentación: año 1</li> <li>• Presentación productos: año 1</li> </ul> <p><b>¿Por qué?:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medir el impacto del Programa en la sensibilización del público objetivo hacia productos agrícolas de la Unión europea, analizando el grado en el que las acciones mejoran la visualización, comprensión e interiorización de las bondades de estos productos agrícolas de la Unión Europea y de los elevados estándares de calidad que cumplen los métodos de producción de la Unión Europea.</li> <li>• Valoración de la eficacia de las acciones de comunicación para determinar si comunica y transmite los mensajes del Programa.</li> </ul>			
--	--	--	--	--

**Entregables y presupuesto estimado**

Calendario	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			
Entregables	<b><u>9.1 Evaluación de resultados:</u></b> 1. 1 estudio post test			<b><u>9.1 Evaluación de resultados:</u></b> 1. 1 estudio post test			<b><u>9.1 Evaluación de resultados:</u></b> 1. 1 estudio post test			
Presupuesto estimado		Año 1	Año 1	Año 2	Año 2	Año 2	Año 3	Año 3	Año 3	
		Uds	Precio unitario	Presupuesto	Uds	Precio unitario	Presupuesto	Uds	Precio unitario	Presupuesto
	9. EVALUACION DE RESULTADOS			16.700			5.600			5.600
	Evaluación de resultados			16.700,00 €			5.600,00 €			5.600,00 €
Medición mediante una metodología de investigación	1	16.700,00 €	16.700,00 €	1	5.600,00 €	5.600,00 €	1	5.600,00 €	5.600,00 €	



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

	cuantitativa : CAPI o PAPI (Paper and Pencil Interview) según proceda.								
<b>Subtotal de la actividad 9.1</b>	EUR 16.700			EUR 5.600			EUR 5.600		

## **BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+ BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN TERCEROS PAÍSES**

### **7. PROCESO DE SELECCIÓN: FASES:**

**PRIMERA FASE – EXCLUSIÓN:** se estudiará si las empresas presentadas cumplen con el artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

Para ello, se solicitará a las agencias una declaración firmada que dé fe del cumplimiento del artículo 71 de la Ley 9/2017, descartándose del proceso de selección aquellas que no cumplan con dicho artículo y no presenten la declaración.

- Certificado de estar al corriente de pago con la Seguridad Social.
- Certificado de estar al corriente de pago con AEAT.

Criterios de exclusión. Los organismos de ejecución serán excluidos de participar en el proceso de selección si están incursos en algunos de los criterios de exclusión del artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

**SEGUNDA FASE – SELECCIÓN:** se valorará exclusivamente la capacidad técnica y financiera de las agencias sin asignarse puntuación al respecto. En esta fase se tendrán en cuenta:

- Estructura de la agencia y personal asignado al proyecto.
- Capacidad financiera.
- Ausencia de conflicto de intereses con la D.O.P. Cava y el Consorcio del Jamón Serrano Español y sus organizaciones asociadas.

NOTA: Todas las agencias que cumplan estos criterios pasan a la tercera y última fase, hecho que será comunicado a todos los participantes.

**TERCERA FASE – ADJUDICACIÓN:** se solicitará una propuesta técnica que contenga un plan de información y promoción para tres años siempre en línea con los presupuestos y acciones facilitadas en el presente briefing. Se valora el proyecto mediante un sistema de puntuaciones que es el usado por la Comisión Europea, por lo que, los criterios de adjudicación que se usarán para la valoración de la propuesta serán:

#### **A. Dimensión europea, 20 puntos (umbral 14):**

Grado de cumplimiento de los objetivos marcados.

Mensaje europeo de la campaña y adecuación a la normativa que regula el programa.

Impacto del proyecto a escala de la Unión.

#### **B. Calidad técnica del proyecto, 40 puntos (umbral 24):**



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

Metodología empleada para ejecución de las actividades propuestas.

Creatividad en la propuesta de imagen y mensajes de la campaña.

Ajuste a los objetivos del programa y resumidos en briefing.

**C. Calidad de la gestión del proyecto, 10 puntos (umbral 6):**

Coordinación de proyectos y estructura de gestión.

Mecanismos de control de calidad y gestión de riesgos.

**D. Relación coste – efectividad, 30 puntos (umbral 18):**

Dado que ya hay un presupuesto ya definido, se valorará el alcance de la propuesta en función del presupuesto asignado.

**8. CALENDARIO Y CONDICIONES DE CONTRATACIÓN:**

La campaña se ejecutará durante el periodo 2024-2026.

Plazos de entrega de la documentación:

Las solicitudes deberán enviarse por correo electrónico a ambas asociaciones: D.O.P. CAVA, Patricia Correia: pcorreia@cava.wine y Consorcio Jamón Serrano Español, Carlos del Hoyo: cdelhoyo@consorcioserrano.com antes del día 10 de noviembre del 2023, notificando su decisión de presentarse al concurso remitiendo la documentación relacionada con las fases 1 (exclusión) y 2 (selección).

**FASE 1:**

- a. Declaración firmada que de fe del cumplimiento del artículo 71 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.
- b. Certificado de estar al corriente de pago con la Seguridad Social.
- c. Certificado de estar al corriente de pago con AEAT.

**FASE 2:**

- d. Estructura de la agencia y personal asignado al proyecto.
- e. Capacidad financiera.
- f. Ausencia de conflicto de intereses.



**BASES DEL CONCURSO DE SELECCIÓN DE UNA AGENCIA+  
BRIEFING PARA LA EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO  
MEDIANTE ACCIONES DE PROMOCIÓN E INFORMACIÓN  
TERCEROS PAÍSES**

El resultado de la fase 1 y 2 de exclusión/selección se comunicará el 13 de noviembre.

Finalmente, las propuestas relativa a la fase 3 (adjudicación) se entregará a la D.O.P. CAVA y Consorcio del Jamón Serrano Español el 30 de noviembre.

Una vez recibidas todas las propuestas, en un plazo no mayor de 15 días hábiles, los Órganos de gobierno, se reunirán para realizar una valoración de cada una de ellas con las puntuaciones obtenidas por cada empresa participante.

Una vez tomada la decisión será comunicada a las empresas participantes en un plazo no mayor de 10 días.

Para consultas relacionadas con el concurso, la persona de contacto es la coordinadora de D.O.P. CAVA, Patrícia Correia: [pcorreia@cava.wine](mailto:pcorreia@cava.wine)