

## **Briefing para campaña de fomento del consumo de la carne de lechal, cordero y cabrito.**

### **Objetivo**

Seleccionar la empresa responsable de llevar a cabo una campaña de fomento del consumo de la carne de lechal, cordero y cabrito de origen España.

### **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 genérica de lechal, cordero y cabrito de origen español.

### **Objetivo**

- Que el consumidor tenga en cuenta el origen español a la hora de la compra de carne de lechal, cordero y/o cabrito de cara a la campaña de Navidad.
- Que el distribuidor apueste por la carne de lechal, cordero y cabrito origen España, ofreciendo herramientas para incrementar presencia en el punto de venta y, por lo tanto, las ventas.

### **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 éstas presentan los máximos anuales de una manera muy marcada. Los productos procedentes de otros países pueden presentar características organolépticas muy diferentes a las esperadas, por lo que puede defraudar al consumidor y provocar que no los vuelva a comprar, cuestión que afecta principalmente al producto de origen nacional que sí ofrece unas características organolépticas adaptadas a los gustos del consumidor español.

El consumidor en el momento de la compra debe tener en la mente que el producto de origen "España" tiene una calidad superior que el de otros orígenes, además es un alimento más fresco, con un sabor y ternura que cumple con todas sus expectativas.

Se propondrán herramientas de comunicación que permitan posicionar la carne de origen español como mejor que la procedente de otros países.

También se incentivará el consumo de lechal, cordero o cabrito respecto a otras carnes de cara a la campaña de navidad.

Se puede consultar estudios de mercado en el sitio web:

<http://www.interovic.es/medicion-de-resultados>

### **Público objetivo**

- Consumidor en el momento de la compra de carne.
- Responsables de compras minorista y de la gran distribución.

### **Duración de la campaña Europea**

Octubre 2017 a diciembre de 2017

### **Calendario de ejecución**

- Hasta el 13 de junio las Agencias podrán presentar credenciales para poder participar en el proceso final de selección. La Comisión de Promoción de INTEROVIC seleccionará 3 empresas y serán invitadas a participar en la fase final del concurso de adjudicación.
- El 5 de julio se expondrán las propuestas por parte de las tres agencias finalistas.
- Entre julio y septiembre se deberá trabajar en la preparación de la campaña, de tal modo que el 1 de septiembre INTEROVIC debe tener a su disposición un salesfolder con la campaña para distribuir entre los comercializadores del sector.
- Octubre: presentación de la campaña.
- Octubre a diciembre de 2017 campaña en curso.

### **Fase de presentación de las propuestas**

- 13 de junio de 2017 presentación de credenciales a través de la web de INTEROVIC.
- 4 de julio de 2017 presentación de propuestas a la Comisión de Promoción de INTEROVIC, en Madrid, en horario de mañana.

Tiempo para cada presentación 40 minutos, la presentación deberá comenzar con una breve exposición de la experiencia en promoción agroalimentaria y enumeración de proyectos similares en curso.

El orden de intervención será por sorteo.

### **Presupuesto**

Se deberá presentar la propuesta con tres niveles de campaña en función de tres posibles escenarios de disponibilidad presupuestaria por parte de la Interprofesional.

- Nivel de campaña A con un presupuesto de 150.000€
- Nivel de campaña B con un presupuesto de 300.000€
- Nivel de campaña C con un presupuesto de 600.000€