

- AVISO IMPORTANTE - DOCUMENTACIÓN MODIFICADA

Les informamos se ha detectado una errata en el Pliego Técnico relativo a la redacción del ejercicio estratégico para la Campaña de Institucional que se detalla en el apartado DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A PRESENTAR POR EL OFERTANTE , que figura en la última página del documento, que hace referencia al lote 2.

Dónde dice:

- Ejercicio estratégico para la campaña Institucional anual de IFEMA, definiendo la estrategia y justificación de la misma para la obtención del objetivo de campaña propuesto. Se solicita propuesta del desglose de inversión en porcentaje asignado a cada medio. Y desglose de la inversión en cada medio por tipología o categoría de soportes que lo integran.

BRIEFING DE CAMPAÑA

Campaña Institucional del Calendario anual de Ferias, Congresos & Ocio de IFEMA

Dirigida a Público General

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA: Alcanzar la máxima cobertura y difusión

PÚBLICO OBJETIVO: Ind. + 18 A MA MM

ÁMBITO: Nacional con refuerzo en la ciudad Madrid y alcance en Portugal.

Periodo de campaña: Marzo 2019 a Febrero 2020.

Debería decir:

- Ejercicio estratégico para una campaña institucional de lanzamiento de una nueva imagen corporativa con un presupuesto de 350.000€, IVA aparte. Se solicita definición de la estrategia y justificación de la misma respecto al mix de medios propuesto, volumen de inversión en cada medio y frecuencia, alcance y evaluación en los targets definidos. Asimismo se acompañará con un ejercicio de planificación táctica con enumeración de medios, formatos de anuncios, número de inserciones por soporte, importes de inversión y comisión, evaluación de resultados para los targets definidos, etc.

BRIEFING DE CAMPAÑA

Campaña Institucional de lanzamiento de una nueva imagen corporativa

OBJETIVO DE LA CAMPAÑA: Alcanzar la máxima cobertura y difusión

PÚBLICO OBJETIVO:

Target 1 – público general – Individuos de más de 18 años - A1 A2 B

Target 2 – público profesional – Hombres de 25-59 años - A1 A2 B

ÁMBITO: Nacional con refuerzo en la ciudad Madrid y alcance en Portugal.

Periodo de campaña: A proponer por el ofertante, con un periodo máximo de un año (marzo 2019 a febrero 2010).

Con objeto de disponer de suficiente plazo para la presentación de propuestas, se informa que el plazo de vencimiento de la licitación se amplía **hasta las 16:00h. del próximo miércoles día 13 de febrero.**

El presente documento pasa a formar parte integrante del pliego de bases, quedando afecto en los términos previstos en el citado pliego.