

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE LA
GESTIÓN DE LOS MEDIOS INTERNACIONALES PARA LA DIFUSION DE LA FERIA
FRUIT ATTRACTION EN ASIA Y LATAM.**

EXP.- 19/093 – 2000014778

COMISIÓN DE COMPRAS Y CONTRATACIÓN
Madrid, mayo de 2019

1. OBJETO DEL SERVICIO.-

El presente documento tiene por objeto la contratación de una agencia internacional para la actuación en mercados internacionales claves en Fruit Attraction (especialmente en China, India y Singapur, países importadores invitados en Fruit Attraction 2019) y posicionar la feria a través de la redacción y difusión de notas de prensa generales y específicas del sector y su distribución en medios internacionales.

La difusión de la Feria a nivel Internacional es un elemento clave para su éxito, por ello, se precisa desarrollar una estrategia para que los mercados con una mayor tasa de importación de productos hortofrutícolas conozcan de la existencia de la Feria y acuda a la misma. Para ello, necesitamos penetrar en el mercado a través de los medios más importantes de dichos países así como los medios especializados en el sector.

2. ALCANCE DE LOS SERVICIOS

MEDIOS INTERNACIONALES

- ✓ Búsqueda y contacto de los principales medios de comunicación (tanto generalistas como del sector y económicos). Incluye tanto prensa escrita como radio, televisión y medios on-line.
- ✓ Desarrollo de estrategias para la realización de entrevistas o artículos en dichos medios.
- ✓ Búsqueda de colaboraciones con medios de comunicación en desarrollo de artículos.
- ✓ Propuesta de periodistas líderes para su inclusión en el programa de prensa invitada
- ✓ Redacción de notas de prensa de interés general para su distribución a los medios de comunicación internacionales.
- ✓ Redacción de artículos de interés específicos para mercados importadores invitados en Fruit Attraction (véase India, China y Singapur como prioridad para Fruit Attraction 2019)
- ✓ Las notas de prensa deben ser redactadas por la agencia en idioma inglés. Para aquellas notas dirigidas específicamente al mercado chino, debe aportarse también la traducción al chino de lo que se encargará también la agencia adjudicataria. Lo mismo se hará con el idioma español en el caso que el destinatario sea el mercado LATAM.
- ✓ Presencia en la feria Fruit Attraction: asistencia al grupo de prensa internacional, gestión de contenidos para notas de prensa post-feria, gestión de entrevistas y seguimiento de medios.
- ✓ Presentación de un clipping final con los resultados de la repercusión informativa del salón (Apariciones en medios escritos, radios, TV y medios on-line así como la valoración económica.) Se hará una primera entrega (pre-memoria) a la finalización de la feria y posteriormente se ampliará a una memoria final más completa con todos los artículos escaneados y ordenados para su presentación a la Dirección de Comunicación.

ESTRATEGIA DE MEDIOS

- ✓ Realización de un calendario de actuación indicando las fechas más relevantes para el envío de artículos y realización de entrevistas

Para posteriores ediciones de Fruit Attraction, IFEMA comunicará al adjudicatario los países principales y los países invitados de la feria.

3. DOCUMENTACIÓN TÉCNICA A APORTAR POR EL OFERTANTE.-

El ofertante incorporará en el sobre/archivo electrónico nº 2 - Documentación Técnica la documentación técnica que a continuación se relaciona, y cualquier otra documentación relevante, con objeto de una adecuada valoración de su oferta.

- ✓ Calendario de trabajo (comenzando en junio) describiendo los trabajos a desarrollar en cada época e indicando fechas detalladas para hacer los envíos de notas clave coincidiendo con las Ferias Internacionales del sector que puedan ser de importancia para Fruit Attraction
- ✓ Descripción de los principales mercados, abordaje de los distintos sectores y medios que se proponen y listado de las principales acciones
- ✓ Organigrama y perfil de los profesionales. Se valorará la experiencia de los encargados del proyecto en gestión de medios internacionales

Esta documentación se considerará imprescindible para poder evaluar la oferta.

4. RESPONSABLE DEL SERVICIO.-

El adjudicatario designará a una persona, que actuará ante IFEMA como responsable e interlocutor válido, para cualquier cuestión relacionada con los servicios encomendados.

5. PERSONA DE CONTACTO.-

- Para cualquier aclaración relacionada con cuestiones económico-administrativas, deben dirigirse a Anaís Escudero, de la Dirección de Compras y Logística de IFEMA, teléfono: 91.722.57.33, correo electrónico anaís.escudero@ifema.es