

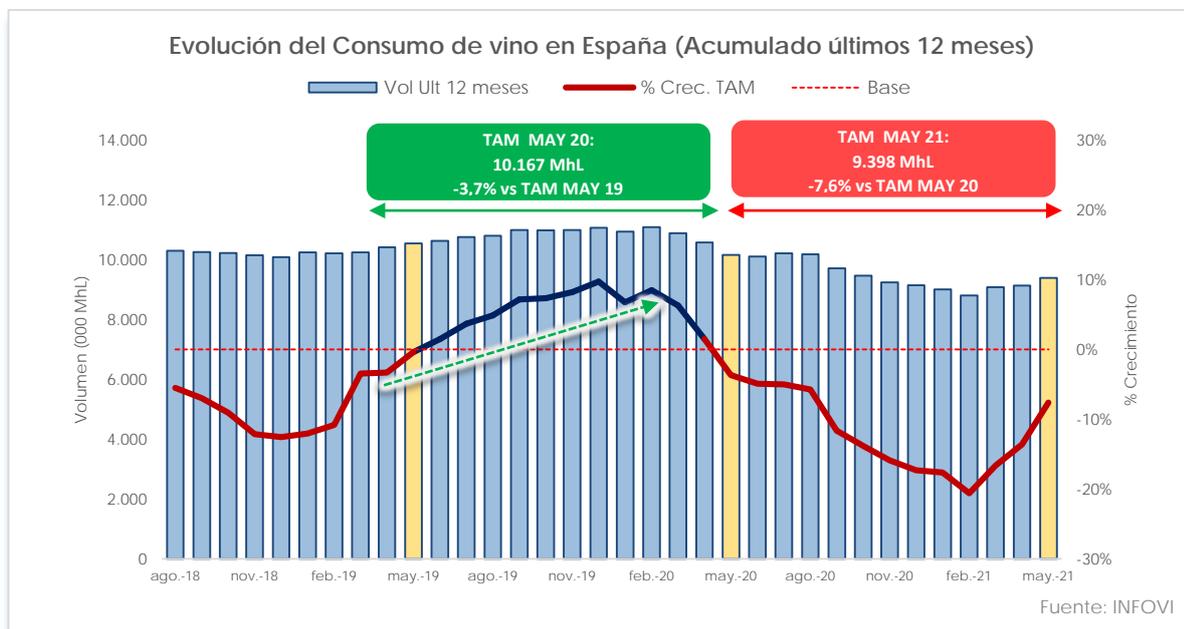
Bases Concurso Agencias Medios 2022-2024
Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE)
Proyecto: “Recuperar lo perdido”

1.- INTRODUCCION:

La Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) es un joven organismo que vertebra el sector vitivinícola y que nace con el propósito de dar respuesta a la necesidad del sector de trabajar conjuntamente a través de una nueva estrategia donde prime el interés general para afrontar los diferentes retos y amenazas a los que se enfrenta el vino en nuestro país.

La OIVE arrancó su actividad como tal en Julio de 2016 y muchas han sido las iniciativas llevadas a cabo desde entonces, todas ellas encaminadas al objetivo general de frenar el descenso del consumo de vino en España. Y ese ha sido desde el inicio el principal reto fijado y al que se ha dedicado la mayor parte de los recursos de la OIVE. Y hasta la llegada de la crisis sanitaria provocada por la aparición del COVID-19 en Marzo de 2020, con todas las actuaciones llevadas a cabo a lo largo de estos años, las cifras arrojaban ya un claro cambio de tendencia:

- Etapa PRE-COVID: Crecimiento Acumulado Últimos 12 meses **TAM Feb '20 = +8,5%**
- Etapa POST-COVID: Crecimiento Acumulado Últimos 12 meses **TAM Mayo '21 = -7,6%**



2.- ANTECEDENTES: ACTUACIONES E INICIATIVAS EN EL MERCADO INTERIOR.

2.1.- POSICIONAMIENTOS Y CAMPAÑAS 2017-2021:

En el inicio de su actividad, la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE) puso en marcha en Noviembre de 2017 la campaña **“Marida mejor tu vida Con_Vino”** dentro de su línea de actuaciones de promoción del consumo de vino en España. La campaña se centró en el posicionamiento **“Marida mejor tu vida con vino”**, trabajando desde la celebración de los pequeños milagros cotidianos. Spots en televisión, gráficas y radio se complementaron con campañas online, display, programática, SEM, influence marketing y campañas paid en redes sociales.

Dos años después del comienzo de la campaña **“Marida mejor tu vida Con_Vino”**, OIVE quiso dar un paso más en su objetivo de impulsar el consumo de la categoría de vino en el mercado nacional y en Junio de 2019 se llevó a cabo un ambicioso estudio de consumidor que serviría como base para la construcción de la estrategia de los próximos 5 años.

A raíz de dicho estudio, en Noviembre de 2019, OIVE lanzó una nueva campaña con un nuevo posicionamiento - **“Expertos en saborear cada momento Con_Vino”**- con el que se buscaba transmitir la **“cotidianidad”** del vino en momentos del día a día y eliminar la creencia de que hay que ser un experto para disfrutar del vino, recalcando que no hay reglas y que, simplemente, se puede disfrutar del vino dónde, cómo, cuándo y con quién se quiera.

La llegada del coronavirus y las circunstancias sobrevenidas como consecuencia de la pandemia, provocó un cambio **“temporal”** en el posicionamiento inicialmente desarrollado; más ad-hoc con la situación que estábamos viviendo. Así, en Junio de 2020, ya en la fase de la **“nueva normalidad”** y con la reapertura de la hostelería, se lanzó una campaña 100% digital bajo el posicionamiento **#SiempreMedioLlena**, una invitación a ver el lado bueno de la vida y a sacar siempre lo mejor de cualquier situación que se ponga por delante.

En 2021, aún todavía con la pandemia presente pero con la vacunación ya en marcha, se decidió retomar el posicionamiento y campaña desarrolladas en 2019 bajo el lema **“Expertos en disfrutar Con_Vino”**. Una propuesta **“simplificada”** que anima a valorar y cuidar cada momento, sin dar por sentadas esas situaciones cotidianas que, tras este difícil año, estamos volviendo a recuperar poco a poco.

2.2.- ACCIONES AL CONSUMIDOR Y CANAL 2018-2020

Como complemento a los mensajes marcadamente emocionales, y con el fin de incidir en los hábitos de nuestro target, siempre hemos querido tangibilizar los diferentes mensajes y posicionamientos en forma de activaciones y acciones dirigidas al consumidor en el canal de Hostelería.

Así, en verano de 2018 – en simultáneo con la campaña y de forma complementaria – pusimos en marcha **#Terraceoconvino**; una activación que buscaba acercar la experiencia del vino a los consumidores aprovechando el buen tiempo y las terrazas. Con la llegada del invierno, y bajo el territorio de series y cine, se puso en marcha **#Vinéfilos** (Dic. 18); una activación en la que los consumidores podían ganar entradas de cine, suscripciones a Netflix, etc. si pedían un vino.

En 2019 pusimos en marcha **#Chateemos**: una ambiciosa campaña de activaciones en los canales de alimentación y hostelería que buscaba activar el consumo desenfadado, cotidiano y compartido del vino. Un concepto que hace un guiño al tradicional formato del vino, el chato, y propone una nueva forma de chatear menos digital y más humana.

Y en 2020, con la aparición de la pandemia, OIVE puso el objetivo en ayudar a la hostelería: un canal de gran importancia en nuestro país, clave también para el sector vitivinícola y que ha sido y es uno de los sectores más castigados por la pandemia. Así, también bajo el paraguas de **#Chateemos**, se pusieron en marcha diferentes

iniciativas como un **programa anual de formación gratuito y On-Line** para profesionales de la hostelería y acciones como **#QuieroBrindarPorMiCumple**: una iniciativa que daba una nueva oportunidad para celebrar el cumpleaños de aquellas personas que cumplieron un año más durante el periodo del estado de alarma sorteando 1.000 premios de 100€ para que lo pudieran celebrar con sus amigos en el local de hostelería que ellos escogieran, brindando con vino.

A todas estas acciones de estos 3 años atrás se suman otras actuaciones realizadas como la promoción del consumo moderado, el fomento del binomio vino y salud, la mejora de la información sectorial, o el apoyo a la investigación y la innovación como motor de progreso para el sector, entre otros.

3.-OBJETIVO: RECUPERAR LO PERDIDO

La pandemia ha supuesto un duro golpe para muchos sectores y, como no podría ser de otra manera, también ha tenido un gran impacto negativo en el sector vitivinícola motivado principalmente por el descenso de la demanda en el mercado interior provocado, entre otros, por los continuados cierres del canal HoReCa (que supone más del 60% de la facturación del sector en el mercado nacional).

Pero más allá de eso, lo cierto es que esta pandemia no ha dejado indiferente a nadie y las prioridades, hábitos, comportamientos y motivaciones de la sociedad han cambiado. El consumidor ha readaptado sus rutinas, ha descubierto nuevos momentos de ocio, de desconexión y de disfrute en los que el vino puede jugar un papel relevante y, en la medida de lo posible, querrá recuperar el gasto en ocio, restaurantes, viajes, etc..

De cara al 2022, cuando la población esté ya vacunada y recuperemos una verdadera normalidad, la Organización Interprofesional del Vino de España querrá situar al vino en la mente del consumidor de forma relevante, recuperando la frecuencia de consumo en franjas de edad más joven en los diferentes momentos de ocio y disfrute.

Por la presente, OIVE hace un llamamiento a AGENCIAS DE MEDIOS que puedan estar interesadas en participar en un concurso en concurrencia competitiva que se va a poner en marcha de manera inmediata y que quedará resuelto en el mes de diciembre de 2021. La agencia ganadora se encargará de la planificación de medios, la consultoría y compra integral de medios y la investigación y los insights de consumidor

4.- FASES DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE AGENCIAS

Las agencias que deseen participar en el proceso deberán enviar por escrito la información solicitada en el apartado número 6 del presente documento "ENTREGABLES FASE PRESELECCION" antes del **VIERNES 17 de SEPTIEMBRE de 2021** a las 14:00 horas por correo electrónico a la dirección: info@oive.org

4.1.- FASE PRESELECCION: De entre todas las agencias participantes, el equipo de Dirección de OIVE preseleccionará un máximo de 5 agencias a las se enviará briefing para desarrollo. Se comunicará por correo electrónico a todas las agencias el fallo de la preselección el **VIERNES 1 de OCTUBRE de 2021**.

4.2.- FASE SELECCIÓN: El **LUNES 18 DE OCTUBRE DE 2021** OIVE remitirá a las 5 agencias un briefing completo con información acerca de la estrategia de imagen y posicionamiento de cara al 2022, objetivo del proyecto, target, etc. A partir de la recepción de dicho briefing todas las agencias dispondrán de 1 mes (del 18 de Octubre al 17 de Noviembre) para el envío de una **PROPUESTA FINAL**, con fecha de entrega límite el **MIÉRCOLES 17 de NOVIEMBRE de 2021**.

4.3.- FASE DE ADJUDICACIÓN:

Se convocará a las 5 agencias finalistas a presentar sus propuestas (en lugar aún por concretar; en caso de formato presencial) el **JUEVES 25 de NOVIEMBRE de 2021**. Se comunicará la **DECISIÓN FINAL** sobre la agencia/s finalista/s **JUEVES 9 de DICIEMBRE de 2021**; debiendo ser ratificada la adjudicación por la Junta Directiva. La comunicación del resultado se realizará a todas las agencias finalistas que hayan presentado proyecto.

FASES PROCESO DE SELECCIÓN (CALENDARIO TENTATIVO)		FECHA
FASE 1: PRESELECCION	Publicación Convocatoria del concurso para la preselección de agencias	21 Julio de 2021
	Fecha límite documentación Fase Preselección	17 Septiembre de 2021
	Resolución preselección de OIVE a las 5 agencias seleccionadas	1 Octubre de 2021
FASE 2: SELECCIÓN (5 AGENCIAS)	Fecha envío briefing a desarrollar	18 Octubre de 2021
	Fecha límite envío propuestas	17 Noviembre de 2021
FASE 3: ADJUDICACION	Presentación de propuestas	25 Noviembre de 2021
	Comunicación adjudicación a las agencia/s finalista/s	9 Diciembre de 2021
	La/s agencia/s finalista/s serán invitadas a presentar su propuesta a la Junta Directiva de la OIVE quien debe ratificar la decisión del Comité de Marketing.	Fecha prevista (provisional) 16 Diciembre de 2021

5.- ENTREGABLES FASE PRE-SELECCION:

PARTE I: CREDENCIALES AGENCIA (máximo 15 DIAPOS)

- Información básica de la agencia: tamaño, personal, historia, oficinas, facturación
- Filosofía y misión de la agencia
- Ventaja competitiva de la agencia vs otras agencias (por qué es única).
- Cartera de clientes / marcas para las que ha trabajado y trabaja actualmente la agencia (pasado y presente).
- Empresas vinculadas al grupo, si las hay.
- Recursos y Servicios que ofrece (especialización y experiencia).
- Tecnologías y herramientas a disposición de los clientes.

PARTE II: RELATIVO AL PROYECTO OIVE (máximo 5 DIAPOS)

- Equipo que trabajaría para OIVE.
- Experiencia/conocimiento de la agencia del sector (vinos, cervezas, etc).
- Importancia de la cuenta de OIVE dentro de la agencia.

PARTE III: CASOS DE ÉXITO (máximo 15 DIAPOS)

- Elegir **tres casos/campañas de medios más exitosas** desarrollados por la agencia en los últimos 5 años a nivel nacional en los que la agencia pruebe su eficacia en la planificación y compra de medios junto con los resultados obtenidos.

IMPORTANTE: EXTENSION MAXIMA DE LA PRESENTACION: 35-40 DIAPOSITIVAS

6.- CRITERIOS DE EVALUACION FASE PRE-SELECCIÓN DE AGENCIAS

OIVE convoca el proceso de selección de agencias para trabajar en el desarrollo del proyecto de promoción del vino en el mercado interior e invita a todas las agencias que quieran participar a que presenten sus credenciales y casos de éxito y, tras superar una segunda fase de presentación de proyectos, realizar la adjudicación definitiva del concurso. Las empresas candidatas serán evaluadas en función de unos criterios valorables y de otros criterios excluyentes, tal y como se detalla a continuación.

- **CRITERIOS EXCLUYENTES**

Estos criterios deben cumplirse íntegramente por las agencias para ser seleccionadas:

- No existencia de conflicto de interés por el desarrollo de la agencia de proyectos y/o acciones en determinados productos y mercados del mismo sector (spirits, cervezas y/o vino). La agencia deberá asegurarse con antelación que no existe conflicto alguno en este sentido con sus clientes actuales.

- **CRITERIOS VALORABLES**

En esta primera fase, se seleccionará a las 5 agencias que obtengan mejor puntuación. Se valorarán los siguientes aspectos de manera objetiva por parte del Equipo de Dirección de OIVE:

PARTE I: CREDENCIALES DE AGENCIA	40%
Actividad y experiencia de la agencia	
Perfil de agencia	
Cartera de Clientes (pasado y presente)	
Medios materiales y humanos para dar cobertura al proyecto	
Tipo de servicios ofrecidos	
Tecnologías y herramientas a disposición de los clientes.	
PUNTUACION MEDIA PARTE I	0

PARTE II: LA AGENCIA Y OIVE	15%
Equipo asignado para OIVE.	
Experiencia/conocimiento de la agencia del sector (vinos, cervezas, etc).	
Importancia de la cuenta de OIVE dentro de la agencia.	
PUNTUACION MEDIA PARTE II	0

PARTE III: CASOS DE ÉXITO	45%
Originalidad en la estrategia y planteamiento de medios	
Resultados obtenidos.	
PUNTUACION MEDIA PARTE III	0

PUNTUACION MEDIA TOTAL	0
-------------------------------	----------

7.- SELECCIÓN DE AGENCIAS

Dependiendo de la fase del concurso, la selección será llevada a cabo por:

- FASE PRESELECCION: Equipo Dirección OIVE: preselección 5 agencias para desarrollo de proyecto y presentación.
- FASE SELECCIÓN: Comité de Marketing OIVE: selección agencia/s finalista/s para ratificación en Junta Directiva.
- FASE ADJUDICACION: Junta Directiva de OIVE: El Comité de Marketing seleccionará la agencia que considere mejor según los intereses y objetivos de OIVE proponiendo su recomendación a la Junta Directiva, quien tendrá la última palabra en la adjudicación final de la agencia

8.- CONDICIONES DE LA LICITACIÓN

Las agencias seleccionadas elaborarán y presentarán sus propuestas creativas de imagen, promoción, etc. a OIVE. No obstante, este trabajo de **concurso no será remunerado**, por lo que no habrá compensación económica para las agencias solicitantes cuyos proyectos no sean seleccionados.

9.- PRESUPUESTO, CALENDARIO Y CONDICIONES

Dado que el presupuesto para 2022 todavía no está fijado, el ejercicio se desarrollará bajo la hipótesis inversión global estimada para el mercado nacional es de aproximadamente 4 millones de euros anuales (IVA no incluido). Del presupuesto global, se estima destinar entorno 2.500.000€ a campaña de medios (fee de agencia incluido).

No obstante, el comienzo de la actividad de la agencia sería el 1 de Enero de 2022 hasta final de 2023, pudiéndose prorrogar por periodos anuales, de forma automática, en las mismas condiciones hasta un máximo de dos años (previa decisión de la Junta Directiva de la Organización Interprofesional del Vino de España).

La empresa ganadora del proceso de selección aceptará someterse a una auditoria de benchmark de compra de medios en la que tendrá la obligación de compartir toda la información relativa a la inversión efectuada.

10.- RESUMEN PROCESO SELECCIÓN



FECHA LIMITE DOCUMENTACION FASE PRESELECCION: VIERNES, 17 DE SEPTIEMBRE ANTES DE LAS 14:00H.

Para más información y envío de credenciales, pueden dirigirse a:

Organización Interprofesional del Vino de España

C/ José Abascal 44, 1ª Planta. 28003 Madrid. España/Spain

Teléfono: 91 290 32 34

info@oive.org // www.interprofesionaldelvino.es