

BRIEF

Organismos de Evaluación

INTERCUN



Organización
Interprofesional
Cunicola

Contexto

INTERCUN (Organización Interprofesional para Impulsar el Sector Cunicola), considera necesario seguir realizando acciones de promoción e información para posicionar y aumentar el consumo de carne de conejo en los hogares.

Por ello, solicitó en junio a la Comisión Europea el Programa Europeo Multi, junto con Portugal, **que le ha sido concedido**.

Concurso Organismos Evaluación

INTERCUN solicita a las agencias u organismos de evaluación, que presenten una propuesta de evaluación del Programa Multi de promoción y comunicación de carne de conejo en el mercado interno (España y Portugal).

Dicho proyecto está regulado según el **Reglamento 1144/2014** y concedido a INTERCUN por la Agencia Ejecutiva de Consumidores, Salud, Agricultura y Alimentación, (CHAFEA).

¿Qué buscamos desde INTERCUN ?

Precisamos de un Órgano de Evaluación que evalúe el grado de cumplimiento de los objetivos de campaña y analice los impactos de las acciones a desarrollar en la campaña de promoción europea de carne de conejo prevista para los años 2021-2023

Dicha campaña de promoción, se ejecutará tanto en España como en Portugal, por lo que el estudio propuesto debe abarcar ambos mercados.

Dado que el programa se realizará a lo largo de 3 años, se deberá partir de un momento 0 y evaluar el impacto de todas las actividades realizadas en cada año de campaña con la frecuencia que cada agencia desee establecer.

Objetivos de campaña

1. Objetivos de comunicación:

- a. Aumentar la notoriedad de la carne de conejo en un 5%.
- b. Convertir la carne de conejo en una alternativa a otras carnes blancas en términos de salud.
- c. Crear un mayor hábito de consumo entre los consumidores.

2. Objetivos empresariales:

- a. Aumento de la frecuencia de consumo de carne de conejo de 1,4 a 1,6 veces/mes.
- b. Aumentar la cuota de mercado de la carne de conejo en relación con el universo cárnico (en volumen y valor).

Impact Indicator	Programme End
Change in the image of Union Quality products	5%
Increase in awareness of intrinsic values/other merits of the Union agricultural products	5%

Resultados esperados de Campaña

Workpackage	Type of indicator	Indicator	Quantity total programme
WP2 – Public Relations Press office	Output	Number of press releases	24
	Result	Number of press publications	300
	Impact	Number of people effectively reached	18,000,000
WP2 – Public Relations Influencers & Bloggers	Output	Number of agreements with influencers	84
	Result	Number of published posts by influencers	564
	Impact	Number of people effectively reached	8,810,000
WP2 – Public Relations Press Events	Output	Number of press events organized	1
	Result	Number of press publications	15
	Impact	Number of people effectively reached	700,000
WP3 – Site	Output	Number of sites developed	2
	Result	Number of users to the site	126,000
	Impact	Number of visits to the site	126,000
WP3 – Social Media	Output	Number of social network	3
	Result	Number of social media profiles	5
	Impact	Number of published posts	4,520
WP4 – TV Advertising	Output	Number of activations in TV	54
	Result	Number of exposures generated with the action	54
	Impact	Number of people effectively reached	74,745,342
WP4 – Online Advertising	Output	Number of online activations - media digital	18
	Result	Number of views	21,665,895
	Impact	Number of clicks to the site	19,500
WP4 – Cinema Advertising	Output	Number of impressions	175,860,750
	Result	Number of cinema screens	3,888
	Impact	Number of spectators	9,241,500
WP6 – Events Stands at trade fairs	Output	Number of trade fairs	2
	Result	Number of tastings / materials delivered	3,000
	Impact	Number of visual impacts	40,000
WP6 – Events Hostelry workshops	Output	Number of workshops	30
	Result	Number of professionals trained	600
	Impact	Number people effectively reached	600
WP6 – Events Healthy Restaurants	Output	Number of restaurant contacted	180
	Result	Number of restaurant agreement	60
	Impact	Number of people reached	22,500
WP6 – Events Sponsorship of events	Output	Number of events sponsored	12
	Result	Number of sponsorship	12
	Impact	Number of people reached	266,250
WP6 – Events Other events	Output	Number of activity days	82
	Result	Number of tastings / materials delivered	954,450
	Impact	Number of visual impacts	1,500,000
WP7 – POS Tastings	Output	Number of days at point of sale	1,377
	Result	Number of tastings	258,300
	Impact	Number of people effectively reached	258,300
WP7 – POS Decoration	Output	Number of point of sale	3,327
	Result	Number of decorations	3,327
	Impact	Number of visual impacts	227,806,008
WP7 – POS Other POS activities	Output	Number of visited points of sale	10,500
	Result	Number of activations	10,500
	Impact	Number of visual impacts	21,000

Es mandatorio que la propuesta que se presente incluya:

- 1 La evaluación de los principales objetivos del estudio a realizar. Deberá también analizar la evolución que experimentan los datos en cada año de campaña europea de promoción con el fin de confirmar o no los objetivos estipulados.
- 2 El planteamiento metodológico que se emplee en el estudio.
- 3 El plan de trabajo con relación de las tareas a realizar y su distribución en el tiempo, desagregado para España y Portugal.
- 4 Experiencia del organismo de evaluación en el ámbito en cuestión (categoría carne de conejo y proyectos europeos).
- 5

Muchas Gracias

gerencia@intercun.org

info@intercun.org

679 18 50 21

646 46 63 97

INTERCUN



Organización
Interprofesional
Cúnicola