

**CONXEMAR-Asociación Española de Mayoristas, Importadores, Exportadores y Transformadores de Productos de la Pesca y Acuicultura, ALIF - Associação Nacional da Indústria pelo Frio e Comércio de Produtos Alimentares, seleccionan un organismo de ejecución para el desarrollo de un Programa Europeo Multi para la Promoción de los productos Agrícolas y Alimentarios de conformidad con el reglamento (UE) N.O 1144/2014**

Se convoca un concurso para la selección de una agencia de comunicación y/o promoción que será el organismo de ejecución durante dos años (2025, 2026 y 2027) de un programa de promoción multi en el mercado interior bajo el TOPIC: AGRIP-MULTI-2024-IM-SUSTAINABLE, de la convocatoria Agri-Multi-2024.

La Unión Europea cofinancia programas de información y promoción de productos agrícolas en el mercado interior y en terceros países, de acuerdo con lo estipulado en el Reglamento (UE) 1144/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo.

En dicha normativa queda establecido el procedimiento, los productos agrícolas objeto de estos programas y los países en los que se pueden desarrollar los mismos.

En los siguientes enlaces podrá encontrar información detallada sobre este tipo de programas de promoción, así como la legislación aplicable:

[http://ec.europa.eu/agriculture/promotion\\_en](http://ec.europa.eu/agriculture/promotion_en)

[https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products\\_es](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/market-measures/promotion-eu-farm-products_es)

<https://www.mapa.gob.es/es/alimentacion/temas/promo-alimentos/programas-euro/>

El organismo de ejecución deberá ser seleccionado garantizando la mejor relación calidad/precio o, si procede, el precio más bajo asegurando la transparencia, garantizando la igualdad de trato, así como la ausencia de conflictos de interés. Para dar cumplimiento, procede a lanzar la siguiente convocatoria.

**CONVOCATORIA DE CONCURSO PARA LA SELECCIÓN DE UN ORGANISMO DE EJECUCIÓN DE UN PROGRAMA EUROPEO MULTI, PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN, A DESARROLLAR EN MERCADO INTERIOR, CON EL FIN DE MEJORAR LA IMAGEN DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA, ASÍ COMO FOMENTAR SU CONSUMO.**

Licitador: Conxemar <https://www.conxemar.com/es/> y Alif <https://alif.pt/>

**Objetivo:** Conxemar y Alif tienen como objeto seleccionar la agencia de comunicación y/o promoción que participará en el proceso de adjudicación para desarrollar, ejecutar y justificar un Programa MULTI , TOPIC **AGRIP-MULTI-2024-IM-SUSTAINABLE**. El objetivo es resaltar la sostenibilidad de la agricultura de la Unión, destacando su papel beneficioso para el clima, el medio ambiente y el bienestar de los animales. El(los) método(s) de producción de los productos promocionados cubrirán al menos al menos dos de las áreas de acción enumeradas en el artículo 31, apartado 4, del Reglamento (UE) 2021/2115 respetando las **condiciones establecidas** en el apartado 5 del citado artículo.

El Programa tendrá una duración de 3 años y un presupuesto estimado máximo de 3.000.000€

El objetivo del programa es el diseño e implementación de una campaña de promoción, a desarrollar en mercado interior con el fin de mejorar la imagen del pescado, así como fomentar su consumo.

#### **Condiciones de la licitación**

1. El fin de este concurso es la solicitud de un programa de promoción con cofinanciación europea. El plazo previsto por la convocatoria europea implica que no será posible una respuesta firme y definitiva antes de noviembre de 2024. La agencia – organismo de ejecución seleccionada se compromete a mantener la validez de su oferta hasta esa fecha y no será posible firmar un contrato antes de esa fecha. Si no se garantiza la financiación de la Unión Europea, se declarará nulo el concurso.
2. Este ejercicio de licitación no es remunerado: no se proporciona compensación financiera a los solicitantes cuyas ofertas no tengan éxito.
3. Toda información remitida a los solicitantes seleccionados debe ser tratada como estrictamente confidencial y debido a la naturaleza institucional de los datos no pueden ser utilizados para otros clientes.
4. Los candidatos seleccionados deben presentar recomendaciones detalladas en el proyecto a presentar.
5. Las propuestas de los solicitantes deben cubrir los siguientes aspectos:
  - a. Análisis estratégico.
  - b. Plan de acción detallado.
  - c. Calendario de implementación de la campaña.
  - d. Estimación de costes detallados, en euros sin IVA, dentro del marco presupuestario.
  - e. KPI's cuantificables sugeridos para cada elemento de la campaña
6. La propuesta de la agencia debe ser presentada en español.
7. Si el solicitante gestiona ya una campaña de un operador del mismo sector o de un sector o entidad que pueda dar lugar a un conflicto de intereses, dicho operador o entidad deberá dar un acuerdo anticipado para que el solicitante participe en esta licitación. Si se selecciona a este solicitante, también se requiere un acuerdo anticipado antes de aceptar cualquier

- campanha futura de un operador del mismo sector o de un sector o entidad que pueda dar lugar a un conflicto de intereses.
8. Una vez que el trabajo creativo del solicitante seleccionado ha sido acordado y pagado, se convierte en propiedad del licitador sin limitación de tiempo o lugar, y esto incluye el uso para todos los métodos de comunicación y medios de comunicación. A excepción de los derechos de imagen que se deriven de la creatividad.
  9. Así mismo, el licitador se reserva el derecho de utilizar conceptos creativos (imágenes, logotipos, lemas y nombres de dominio) dentro del contexto de sus otras campañas y / o por sus organismos colectivos, sin limitación de tiempo dentro de la UE. A excepción de los derechos de imagen que se deriven de la creatividad
  10. El presupuesto anual total de la campaña (incluidos los honorarios de agencia) se comunicará y confirmará con el Briefing.
  11. Los gastos no podrán efectuarse hasta que se haya firmado un contrato marco entre el licitador y la agencia ganadora del concurso.
  12. La agencia ganadora del concurso deberá firmar un contrato con el licitador.

❖ **Fases del proceso de selección de la agencia de promoción:**

**A. Fase de exclusión / selección**

Las solicitudes deberán enviarse por correo electrónico a: [pastora.charlin@conxemar.com](mailto:pastora.charlin@conxemar.com)

Las candidaturas deberán llevar la mención: "Candidatura propuesta para Campaña Europea"  
La agencia debe asegurar que su solicitud se entregue con éxito antes de la fecha de cierre para su aceptación.

**Fecha y lugar límite para la presentación de candidaturas: 27 de marzo de 2024**

Cualquier solicitud recibida después de esta fecha no será tomada en cuenta por el licitador.

El Órgano de Selección de Agencias estará constituido por las propias asociaciones, como organizaciones proponentes para este programa, ambas valorarán cada una de las solicitudes recibidas y el cumplimiento de los criterios de selección publicados en esta convocatoria.

Conxemar y Alif publicarán en sus páginas web y comunicará a cada agencia participante, el resultado de la fase de selección el **28 de marzo de 2024**.

Documentos obligatorios que deben presentar los solicitantes para la primera fase de exclusión / selección:

1. Una carta de solicitud fechada y firmada que acepta las condiciones de licitación descritas anteriormente, en su defecto deben enviar la citada aceptación desde un correo electrónico corporativo.
2. Una declaración jurada debidamente fechada y firmada por el solicitante en la que se declare cualquier posible conflicto de intereses derivado de los trabajos realizados en el sector, en cualquiera de los mercados cubiertos por la campaña, mercado interior.
3. Una declaración jurada que atestigüe la ausencia de conflicto de intereses.

4. Una declaración jurada de no estar incurso en alguno de los criterios de exclusión del artículo 71 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público.
5. Certificados de estar al corriente de las obligaciones tributarias y de Seguridad Social.
6. Capacidad técnica:
  - a. Una lista de referencias principales en acciones de promoción agroalimentaria o similares, en las que se indique el propósito, el importe y la duración de los servicios prestados.
  - b. El nivel de experiencia de la persona o personas encargadas de coordinar los servicios en general y los detalles de su experiencia en la realización de campañas en el mercado interior.
  - c. Una visión general de la agencia y su estructura interna.
  - d. Descripción detallada del equipo a cargo del proyecto.
  - e. Evidencia del conocimiento del mercado europeo.
7. Capacidad financiera:
  - a. Cuentas del último ejercicio fiscal.

Todo este material se deberá entregar digitalizado en un soporte adecuado.

Esta información debería dar al licitador una idea justa de la coincidencia entre sus necesidades y la capacidad de las agencias de gestionar una campaña cofinanciada por la Unión Europea tanto a nivel técnico como administrativo.

Las agencias seleccionadas, pasarán a una segunda fase (Fase de adjudicación) para presentar una propuesta que cumpla con los objetivos marcados en el briefing.

### **B. Fase de adjudicación**

Las agencias seleccionadas recibirán un briefing detallado el **28 de marzo de 2024** y tendrán un plazo hasta el próximo **16 de abril** de 2024 para la presentación de una propuesta. La fecha de comunicación de la adjudicación del proyecto será el 18 de abril de 2024.

## **RESUMEN DE LA CONVOCATORIA Y CONSULTAS**

<b>FASES</b>		<b>FECHA</b>
<b>Fase SELECCIÓN/EXCLUSIÓN</b>	Publicación de la convocatoria del concurso selección/exclusión	27-feb-24
	Fecha límite de recepción de credenciales y méritos de la agencia	27-mar-24
	1) Resolución de la fase de selección/exclusión (publicación en la web y envío a las agencias) 2) Envío de briefing a las empresas que han pasado la fase de selección	28-mar-24
<b>Fase ADJUDICACIÓN</b>	Fecha límite de envío de las propuestas por parte de las agencias	16-abr-24
	Comunicación de la adjudicación del proyecto a todas las agencias (publicado en web y envío de mail), informando del organismo de ejecución seleccionado	18-abr-24

## CRITERIOS PARA LA ADJUDICACIÓN (100 PUNTOS)

Criterios para la adjudicación de propuestas (de 100 puntos).

Se valora el proyecto mediante un sistema de puntuaciones que es el usado por la Comisión europea, por lo que, los criterios de adjudicación que se usarán para la valoración de la propuesta serán:

### A. Pertinencia, 25 puntos (umbral 15):

- Pertinencia de la medida propuesta en relación con los objetivos específicos y generales consignados en el artículo 2 del Reglamento (UE) n.º 1144/2014, con los fines referidos en el artículo 3 del mismo Reglamento y con las prioridades, objetivos y resultados previstos anunciados en virtud de la prioridad temática correspondiente de la convocatoria.
- Contribución del proyecto de información y promoción propuesto en relación con los objetivos de la ambición climática y medioambiental de la PAC, el Pacto Verde y las estrategias “ De la Granja a la Mesa”.
- Calidad y pertinencia del análisis del mercado.
- Coherencia de la estrategia, los objetivos específicos, los grupos destinatarios y los mensajes esenciales de la acción.
- Mensaje de la campaña de la Unión Europea.

### B. Calidad, 50 puntos (umbral 30):

- Selección idónea de actividades en relación con el objetivo y la estrategia de la acción; conjunto de herramientas de comunicación adecuado, sinergia entre las actividades.
- Descripción concisa de las actividades y los resultados concretos.
- Calidad de los métodos e indicadores de evaluación propuestos.
- División adecuada del presupuesto en relación con los objetivos y el alcance de las actividades.
- Descripción clara de los costes estimados y de la precisión del presupuesto.
- Coherencia entre los costes estimados y los resultados concretos previstos.
- Organización del proyecto y estructura de la gestión.
- Mecanismos de control interno de la calidad y gestión del riesgo.

### C. Impacto, 25 puntos (umbral 15):

- Repercusión del proyecto a escala de la Unión.
- Justificación del nivel general de inversión.

Criterios de adjudicación	Puntuación mínima de aprobado	Puntuación máxima
Pertinencia	15	25
Calidad	30	50
Impacto	15	25
<b>Puntuaciones generales (de aprobado)</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Para consultas:

Pastora Charlín

Directora de Comunicación

[pastora.charlin@conxemar.com](mailto:pastora.charlin@conxemar.com)

Teléfono: 986 43 33 51