

PROMOCIÓN - PONIENTE ALMERIENSE

A. MEMORIA

1. INTRODUCCIÓN

La marca "Fresquito, Fresquito", ya está en la calle y ha empezado a dar sus primeros pasos. Después de la primera campaña en la que se llevó a cabo la creación y presentación en sociedad de la misma, junto con una serie de acciones en paralelo para impulsar su lanzamiento con una correcta comunicación y difusión de la marca. Necesitamos seguir impulsándola para que sea cada vez más conocida y notoria, hasta conseguir que pertenezca al imaginario de nuestro público objetivo.

Los primeros objetivos planteados se consiguieron junto con la colaboración de los distintos entes y agentes sociales. En esta segunda fase también queremos que ellos tengan cierto protagonismo y por ello planteamos una serie de acciones que continúen con el camino iniciado.

Abordar acciones que puedan llegar a nuestro público objetivo, usando todas las herramientas funcionales a nuestro alcance y, como altavoces y plataformas, los agentes, entes e instituciones adheridos a la campaña son las cuestiones que se han tenido en cuenta para vertebrar esta fase continuista de la campaña de marca de; Fresquito, Fresquito.

2. DESCRIPCIÓN

OBJETIVOS:

- Desarrollar la imagen de marca.
- Rentabilizar al máximo la dotación presupuestaria.
- Enriquecer los conceptos de comunicación incidiendo en: SALUD Y SOSTENIBILIDAD.

ESTRATEGIA DE CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LA MARCA

Se propone utilizar todos los recursos con un alto nivel de **notoriedad para rentabilizar** al máximo la inversión realizada.

Se utilizarán recursos online que sean capaces de saltar al mundo offline (viralidad). Y se usarán las noticias como fórmula de aparición en medios, por el interés informativo **priorizado** sobre la inversión en soportes publicitarios.

- 1.1. Uso de prescriptores.** Se valorará la incorporación testimonial de personas que aparecerán en distintas piezas para apoyar los conceptos esenciales de la comunicación de marca: Proximidad, tradición, calidad, salud y sostenibilidad.
- Se usarían para videos, anuncios, secciones de blog, web y entrevistas para medios.
- Se realizará un estudio de mensajes asociados a personajes que representen, o se dirijan, a los distintos segmentos de público objetivo y se les asignarán los conceptos de comunicación que resulten más relevantes para cada uno, de forma que el conjunto actúe de una manera global y coordinada al servicio de la imagen de marca.

PROYECTO COFINANCIADO CON FONDOS EUROPEOS:



MANUEL CORTES PEREZ cert. elec. repr. G04855771		08/07/2020 22:52	PÁGINA 1/4
VERIFICACIÓN	PECLAE031ABAF2F1EE307D10EBE67A	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



1.2. Uso de piezas impresas informativas de alta calidad y larga vida. Se diseñará una pieza muy diferenciadora y práctica. Con información útil sobre las cualidades nutricionales de las distintas variedades de pescado y marisco que están bajo la marca Fresquito, fresquito.

1.2.1. Difusión de la pieza mediante Displays/Carterería para puntos de venta y sección en página web para su solicitud online.

1.3. Realización de clips de video. A partir de los prescriptores seleccionados con lenguaje YouTube y apoyando las cualidades de la marca. Piezas de alta notoriedad audiovisual capaces de obtener repercusión en medios.

1.4. Mantenimiento y servicios web.

1.4.1. Incidencias y soporte técnico

1.4.2. Renovación hosting + dominios

1.4.3. Realización de landings específicas si así se requiere.

1.5. Publicidad online

1.5.1. Campaña promocional YouTube (para ayudar a viralizar el contenido)

1.5.2. Campaña ADS (apoyar promoción)

ACCIONES DE LA CAMPAÑA

1. Campaña promocional pesca local y artesanal "Fresquito, Fresquito"

1.1. Creatividad de campaña.

Leitmotiv; *Salud y sostenibilidad.*

1.2. Diseño y adaptaciones a piezas varias.

1.2.1. Pieza promocional e informativa con las propiedades nutricionales de las distintas especies de la zona. Pensamos en una pieza con un plus; curiosa producción e información clara y esquemática.

1.3. Mantenimiento y servicios web.

1.3.1. Atención de incidencias y soporte técnico.

1.3.2. Renovación de servicios web; hosting y dominios.

1.3.3. Establecimientos adheridos a la campaña.

1.3.4. Adaptación de diseño, maquetación y programación de nuevos contenidos en el site; Recetas.

1.4. Producción audiovisual de pequeñas piezas a modo de píldoras informativas con las que engarzar la campaña de Ads de Facebook y campaña de promoción en YouTube.

1.5. Campañas promoción online;

PROYECTO COFINANCIADO CON FONDOS EUROPEOS:



Junta de Andalucía
Consejería de Agricultura,
Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible



UNIÓN EUROPEA

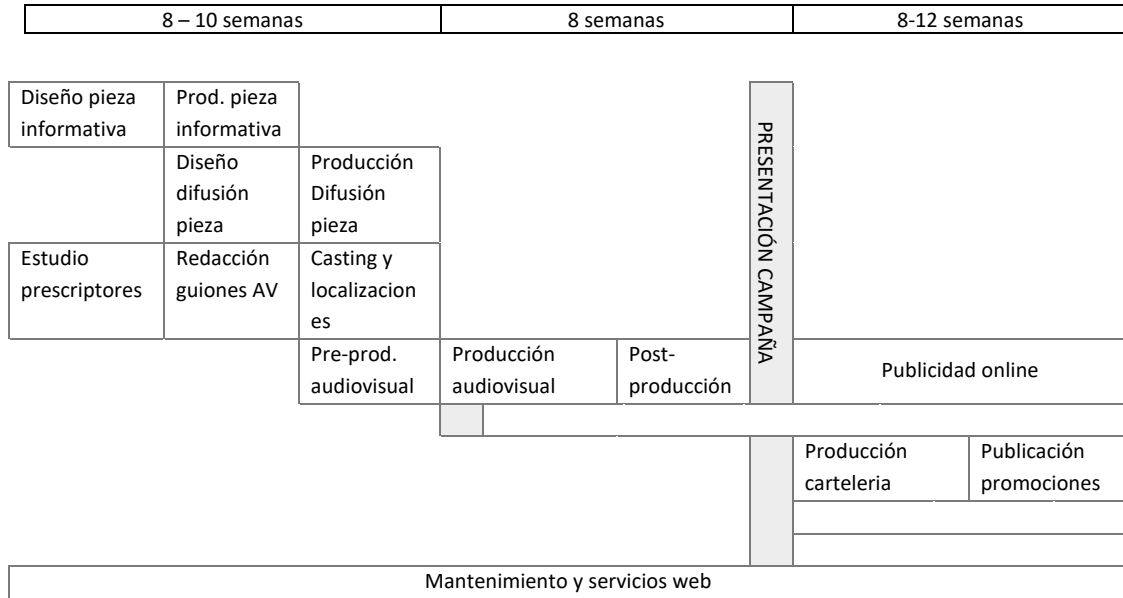
FONDO EUROPEO MARÍTIMO
Y DE PESCA (FEMP)

MANUEL CORTES PEREZ cert. elec. repr. G04855771		08/07/2020 22:52	PÁGINA 2/4
VERIFICACIÓN	PECLAEO31ABAF2F1EE307D10EBE67A	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 1.5.1.Campaña de Adwords.
- 1.5.2.Campaña de Ads Fbk.
- 1.5.3. Campaña promocional YouTube

Cronograma



B. PRESUPUESTO DEL PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROYECTO PROMOCIÓN	PRESUPUESTO		
	Precio unidad	IVA	TOTAL
CREATIVIDAD E IDEA ORIGINAL DE CAMPAÑA. PLANIFICACIÓN DE ACCIONES	1.680,00	352,80	2.032,80
DISEÑO Y MAQUETACIÓN DE PIEZAS VARIAS	1.260,00	264,60	1.524,60
PRODUCCIÓN DE PIEZAS IMPRESAS	4.512,22	947,57	5.459,79
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	4.233,60	889,06	5.122,66
ACCIONES ONLINE	2.088,29	438,54	2.526,83
TOTAL	13.774,11	2.892,56	16.666,67

PROYECTO COFINANCIADO CON FONDOS EUROPEOS:



C. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN INDICADOS EN EL ANEXO I.

CRITERIOS GENERALES.

A) Adecuación del proyecto a alguno de los siguientes indicadores del análisis DAFO del Proyecto Operativo del FEMP, así como a la Estrategia correspondiente.

- Utilizar eficientemente los recursos naturales, así como mantener, conservar y recuperar el patrimonio cultural, histórico, arquitectónico, medioambiental, y sobre todo su explotación de forma sostenible: **fomenta la pesca artesanal y el consumo responsable y de proximidad, a la vez que divulga y sensibiliza sobre la protección del medio ambiente marino y el patrimonio cultural y natural.**

- Potenciar y añadir valor a las actividades y productos de la pesca y la acuicultura: **mejora la percepción del sector al dar a conocer los beneficios de la pesca tradicional y responsable y otorgan un marchamo de calidad a los pescados y mariscos que se promocionan.**

C) Implicación del proyecto en otras prioridades, objetivos específicos y otros planes estratégicos: **esta actividad promocional de productos pesqueros está recogida en la EDLP del Poniente Almeriense.**

CRITERIOS OBJETIVOS BÁSICOS.

E) Contribución al fomento y promoción del patrimonio cultural y/o natural.

- Promoción: **el proyecto es intrínsecamente promoción.**

G) Contribución del proyecto a la mejora de la competitividad de las actividades de pesca y acuicultura y calidad de vida de las personas dedicadas a la pesca y acuicultura.

- Incremento del valor añadido de productos y servicios de la pesca y de la acuicultura: **el distintivo "Fresquito-Fresquito", en sí, es un valor añadido para los productos que ampara.**

H) Proyectos de economía social y de interés colectivo frente a proyectos de interés individual.

- Proyecto de interés colectivo: **por la promoción y sensibilización de la población en valores culturales, patrimoniales, medioambientales y sus sinergias con otros sectores productivos.**

PROYECTO COFINANCIADO CON FONDOS EUROPEOS:



	MANUEL CORTES PEREZ cert. elec. repr. G04855771	08/07/2020 22:52	PÁGINA 4/4
VERIFICACIÓN	PECLAE031ABAF2F1EE307D10EBE67A	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	