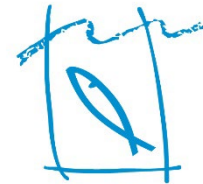


**DESARROLLO
DURANTE 2025
DE LA CAMPAÑA
DE
COMUNICACIÓN Y
PROMOCIÓN DE
LA MARCA
COLECTIVA**



**DOCUMENTO BASE
DEL CONCURSO**



APROMAR

Asociación Empresarial de Acuicultura de España

1. APROMAR

APROMAR es la Asociación Empresarial de Acuicultura de España, una organización de carácter profesional, voluntaria, sin ánimo de lucro y de ámbito nacional, reconocida por Orden Ministerial de 30 de diciembre de 1986 como Organización de Productores (OP-30) a efectos nacionales y de la Unión Europea.

Actualmente forman parte de APROMAR la práctica totalidad de los productores españoles de peces marinos, criaderos de moluscos y de crustáceos, además de algas. También son asociados las empresas proveedoras de tecnología y de servicios para el sector, incluidos los fabricantes de alimentos para peces.

Entre los objetivos de APROMAR, establecidos en sus Planes de Producción y Comercialización (PPyC), se encuentran la promoción de los productos de sus asociados, el promover la transparencia de los mercados, la información a los consumidores y coordinar campañas de divulgación sobre la acuicultura y sus productos.

2. ANTECEDENTES Y OBJETIVO DEL CONCURSO

Desde mayo de 2015, los productores de pescados españoles procedentes de acuicultura marina comercializan sus doradas, lubinas y corvinas con el distintivo Crianza de Nuestros Mares. Tras varios años de campaña se ha conseguido alcanzar el 28,8 % de notoriedad en la marca lo que denota que se están obteniendo muy buenos resultados con las campañas pero que aún queda mucho trabajo por hacer para conseguir que la mayoría de la población reconozca la marca y los valores que están asociados a ella.

En 2023, APROMAR hemos creado y registrado una nueva marca colectiva paraguas denominada Crianza Mares y Ríos de España, que comunica el origen de manera más directa, y unos sellos de especie (marcas colectivas) siguiendo códigos de verbalización que el consumidor conoce y aprecia, haciendo referencia a las especies de forma clara. Así, además se han incluido 2 especies de acuicultura continental: caviar y trucha arcoíris.

En 2025 priorizaremos la visibilidad de estos nuevos sellos, especialmente con acciones en el punto de venta, para que el consumidor los conozca, los busque y aprecie.

El objetivo es evolucionar la marca Crianza de Nuestros Mares a Crianza Mares y Ríos de España y avanzar en su consolidación a través de medidas de promoción y comunicación que mejoren el grado de reconocimiento y presencia de las marcas en el mercado.

Imagen de los sellos actuales:



Imagen del nuevo sello de CRIANZA MARES Y RÍOS DE ESPAÑA



3. CARACTERÍSTICAS DE LA CAMPAÑA 2025

Debido a la falta de información, los consumidores siguen sin saber que en el punto de venta convive el pescado español con el de otros países. Dan por sentado que si está en la pescadería es: nacional y que es todo igual de fresco, sin embargo, no es así.

El consumidor no tiene suficiente información para distinguir los orígenes en el punto de venta. Por ello, no tiene en cuenta que si es el pescado proviene de otros países (de dentro o fuera de la UE) es menos fresco debido a que tarda más tiempo en llegar a nuestros mercados. Sin embargo, se ha demostrado que los consumidores estarían dispuestos a pagar más por un producto español y valoran positivamente que se identifique el origen a la hora de comprarlo (Resultados Estudios GFK realizados para APROMAR).

El sello Crianza Mares y Ríos de España, en este año 2025 debe enfocar su campaña a los siguientes objetivos:

- Continuar con su labor de posicionar el sello como símbolo de origen español y por tanto, garantía de frescura;
- Conseguir mejorar la visibilidad del sello en el punto de venta.

El mensaje clave será: "Pescado Español, Pescado Fresco".



La campaña debe enfocarse siguiendo estas premisas:

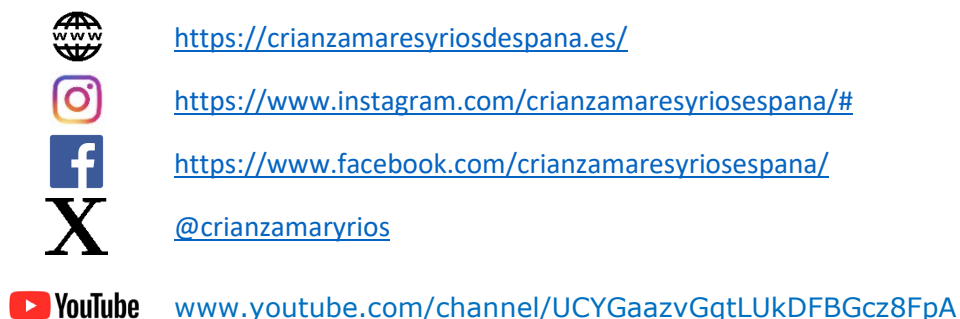
- Producto. Amparadas bajo la marca se encuentran las especies de dorada, lubina, corvina, caviar y trucha arcoíris.
- El público objetivo de la campaña son los consumidores finales, concretamente el responsable de compra. También, como públicos profesionales los medios de comunicación y la distribución comercial.
- Duración: el periodo de ejecución sería desde febrero a diciembre de 2025.
- Objetivos:
 1. (B2C) Aumentar el número de responsables de compra del hogar que reconocen las marcas colectivas y lo vinculan a pescado más fresco por ser nacional.
 2. (B2B) Fidelizar a las enseñas que apuestan por el sello y trabajar la prescripción, aumentando el nivel de conocimiento que estas enseñas y sus empleados tienen sobre el sello para que trasladen de forma correcta nuestro mensaje.
 3. Realizar un refuerzo en puntos de venta *retail* en el levante español.
 4. Realizar 2 sesiones con un *photoshooting* y vídeos de recursos para recetas.

Las características mínimas que la oferta debe incluir son:

- Estrategia de comunicación de campaña.
- Plan de acciones que incluya y diferencie las actividades:

- Acciones destinadas al público consumidor (B2C). Estas acciones pueden ser actividades tales como presencia en diferentes medios que den visibilidad al sello, degustaciones, promociones, acciones en redes sociales.
 - Acciones destinadas al público profesional de la distribución (B2B).
- Cronograma.
 - Presupuesto (ver siguiente apartado).

Aconsejamos consultar la página web y perfiles en redes sociales de Crianza Mares y Ríos de España para conocer las actividades previas de la marca:



4. PRESUPUESTO

El presupuesto mínimo será de 440.000 € (impuestos no incluidos).

5. FECHA LÍMITE Y ENVÍO PROPUESTA

Si este concurso es de su interés, debe remitirnos su oferta antes de las 14:00 h (CET) del 9 de enero de 2025 al siguiente email: garazi@apromar.es

Disponemos de un [protocolo de selección de proveedores](#) que puede consultar en nuestra web www.apromar.es

La oferta de servicios debe ser enviada en español.

No disponemos de ningún requisito específico en cuanto a formato o longitud de la oferta. Se valorará positivamente la innovación de la propuesta, la síntesis y concreción de las acciones, la inclusión de una breve referencia a la experiencia previa del proveedor, un cronograma y

que el presupuesto no exceda de los límites mínimo y máximo establecidos.

Ante cualquier duda, puede escribir a garazi@apromar.es

Reciba un cordial saludo del equipo de APROMAR.