PRESKRIPZIO TEKNIKOEN AGIRIA, UPATEGIEN, OSTALARITZAKO PROFESIONALEN ETA KONTSUMITZAILEEN ARTEAN ARABAKO ERRIOXAKO ARDOAK ETIKETEN BIDEZ EZAGUTZEKO MODUA EZAGUTARAZTEKO KOMUNIKAZIO-KANPAINA DISEINATU ETA EGITEKO

1. AURREKARIAK

Errioxa JDK-k 250 milioi litro ardo merkaturatzen ditu urtean, 1.500 milioi euroko balioan. Botilako batez besteko PSP 4.8 eurokoa da.

Errioxa JDK klimatologiak eta lurzoruaren ezaugarriek bereizten dituzten hiru azpieskualdek osatzen dute, eta bakoitzak ñabardura eta kualitate ezberdinak ematen ditu. Errioxako ardo gehienak mahasti desberdinetako mahats-barietateen nahasketarekin egiten dira. “Coupage” horri esker lortu dute Errioxako ardoek nazioartean duten kalitate ona-prezioa irudia, zeinak bolumen handieneko marketan kalitate estandarrei eusteko aukera ematen duen.

Nahiz eta Errioxa JDKaren banaketa zabalak eta posizionamendu horrek merkatu nazionalean (Espainiako lehen JDa) zein nazioartekoan aintzatesteko aukera eman duten, upategi batzuek eskaria egin diote kontseilu arautzaileari beren ardoak esplizituki bereizteko, irudi hori gainditu ahal izateko eta beren ardoak Errioxaren irudiaren batez bestekoa gainditzen duten ardoen berezko kalitatearekin (nazioarteko dastaketa eta sarietan onartua) bat datozen balio handiagoko segmentuetan merkaturatu ahal izateko.

Upategi batzuek Errioxako azpieskualdeen bereizketa handiago hori lortzeko zenbait eskaera egon ostean, 2017an Errioxa JDKaren Kontseilu Arautzaileak aldaketa batzuk onartu zituen, zeinak eremuak zehaztea (Errioxa Garaia, Ekialdeko Errioxa eta Arabako Errioxa) eta ardoak etiketan Eskualdeko Ardo, Udalerriko Ardo edo Mahasti Berezi gisa aitortzea ahalbidetu zuten.

Zehazki, horri esker, kontraetiketetan, Errioxa aipamenarekin batera, EA (eskualdeko ardoa) jarri ahal izan da, eta etiketetan Arabako Errioxa (edo beste eskualde edo udalerri edo mahasti espezifiko bat) idatzi ahal izan da.

Hala ere, Errioxa JDKaren komunikazioak oraindik ere ez du nabarmentzen segmentazio hori izendapenaren balio bereizle gisa, eta, beraz, zailagoa da bereizketa hori ezagutzea banaketari eta kontsumitzaileei dagokienez.

2. LAN-TESTUINGURUA

Ostalaritzako profesionalen eta kontsumitzaileen artean egindako inkesta baten datuen arabera, ardoaren jatorria identifikatzeko etiketan datorren markari begiratu behar zaio.

Hala ere, jasotako erantzunek agerian uzten dute nahaste-borraste handia dagoela gai horren gainean, Arabako Errioxari lotzen baitzaizkio “euskal” kutsua duten markak (izena, abizena…), eta horrek gaizki-ulertzeak sortzen ditu kasu gehienetan.

Gaur egun, 119 upategik erabiltzen dute eskualdeko ardoaren aipamena Arabako Errioxan eta aipamen hori duten 400 ardo inguru merkaturatzen dituzte. Gehienek ez dute etiketa nagusian adierazten, hau da, EA (eskualdeko ardoa) kontraetiketa baino ez dute erabiltzen, eta horrek zaildu egiten du Arabako Errioxako ardoak identifikatzea.

Inkesta berean jasotzen da Arabako Errioxako ardoak erosteko *driver* nagusia dela “bertako ardoak” izatea eta haien kalitatea.

Arabako Errioxako upategien salmenta-kanalari dagokionez, azpimarratu behar da % 23 zuzenean saltzen dela upategietako dendetan. Upategi horiek portfolio zabala izan dezakete, eta, horretan, jatorria zehatu gabeko Errioxako ardoak zein % 85 eskualdeko mahatsa izatea irizpidea betetzen duten eta EA aipamena duten ardoak merkaturatzen dituzte.

3. KANPAINAREN PLANTEAMENDUA ETA HELBURU NAGUSIA

Arazo horri irtenbidea emate aldera, erabaki da komunikazio-kanpaina bat egitea honako helburu honekin: kontsumitzaileek ikastea Arabako Errioxako **ardoak etiketaren eta kontraetiketaren bidez antzematen eta identifikatzen bai dendan erostean, bai ostalaritzan kontsumitzean**.

Horrez gain, Arabako Errioxa eremu horrek zenbait ezaugarri bete behar ditu, besteak beste: **euskal jatorria, berrikuntza, kalitate handia, bikaintasuna, tradizioa eta jasangarritasuna.**

Halaber, sustatu behar da upategiek beren ardoak botilan identifikatzea eta ostalaritzak eskaintzan bereiztea, kontsumitzean antzeman ahal izateko.

Komunikazio-kanpainak bi zati osagarri izango ditu:

- Upategientzako eta ostalaritzako profesionalentzako publizitate-elementuak eta informazioa emateko mailingak egitea (dena lizitazio honen barruan dago).

- Publizitate-guneak kontratatzea kanpaina hedatzeko. Hori beste bide batetik egingo da.

4. IDEIAK ETA EZAUGARRIAK

Aurretik esandakoarekin bat, hauek dira nabarmendu beharreko ezaugarriak: **kalitate handia, euskal jatorria, berrikuntza, bikaintasuna, tradizioa, jasangarritasuna, etab.**

Arabako Errioxako ardoaren kalitatea, neurri handi batean, jatorriari lotutako hiru faktoreri esker lortzen da: mahatsondoa lantzeko baldintza agronomiko ezin hobeak, klima eta mahastien Toloñoko mendilerroaren atzealdeko kokapena.

Hala ere, ezin ditugu alde batera utzi bestelako faktoreak, esaterako, langileen zaintzari esker lortutako lanketaren legatu historikoa, esperientzia eta berrikuntza eta teknologia berrien bidezko espezializazioa.

Funtsean, aurkeztutako ideia sortzaileak argi utzi beharko du Arabako Errioxako ardoa nola antzeman behar den etiketaren bidez, eta ardo hori aipatutako ezaugarriei lotu behar zaie.

5. KONTRATUAREN XEDEA:

Alde batetik, kontratuaren xedea da iragarki-piezak sortzea, kontsumitzaileek Arabako Errioxako ardoa etiketaren bidez ezagutzeko modua ezagut dezaten. Iragarki-piezak beste lizitazio baten bidez kontratatutako bitartekoen artean hedatuko dira.

Bestalde, 2 mailing sortuko dira: 1) upategiei zuzenduta, etiketetan ardoaren jatorriari buruzko informazioa adierazteko; eta 2) ostalaritzako langileei zuzenduta, Arabako Errioxako jatorria etiketaren bidez ezagutu ahal izateko, eskaintza nabarmendu dezaten eta kontsumitzaileari informazioa eman diezaioten.

Egin beharreko piezak:

- Leloa
- 20 segundo inguruko spota eta/edo publizitate-bideoa eta mezu nagusiaren pilulak; batez ere sare sozialetan erabiliko dira.
- Irratirako iragarkia: 20 segundo.
- Prentsarako iragarkia: hasiera batean bertsio bertikal bat eta horizontal bat sortuko dira.
- Inguru digitalerako piezak: Prentsa digitala, bideo digitalen formatuak, sare sozialen formatuak.

- Informazio-mailingak ostalaritza eta upategiei, kanpainaren berri izan dezaten eta hura babes dezaten etiketak egoki identifikatuz eta saltzeko unean nabarmenduz. Gutxi gorabehera 1.000 erregistro daude.
- Kanpainako informazioa duen PDFa. PDF horiek izango dira publizitate digitaleko clicken xede.

Era berean, sortutakoa 2023-24 urtean beharrezko euskarrietara egokitzeko sorta bat eskainiko da lizitazioaren barruan. Eskainitako prezioa 30 egokitzapeneko sortena izango da nahiz online euskarrietarako (pre-roll, display, promozionatutako txioa, branded content…) nahiz offlinerako (prentsa, pantaila desberdinetarako bideoak…).

Aurrekontuaren barne hauek sartu behar dira: agentziaren zerbitzu-sariak, sortutakoa, 2023an eta hurrengo 5 urteetan igortzeagatiko komisioak, egile-eskubideak, irudi-eskubideak, musika eta argazkiak. Horrez gain, dagozkion hizkuntzetan muntatzea, materialak egin eta bidaltzea. Hau da, jatorrizkoaren grabazioaren eta diseinuaren emaitzatik sortzen diren gastu guztiak.

6. XEDE-PUBLIKOA ETA ESPARRU GEOGRAFIKOA

Kanpaina honen amaierako xede-publikoa, batik bat, etxean zein tabernetan ardoa normalean edo noizean behin kontsumitzen duten Euskadiko pertsonak dira.

Batez ere ardoa gustuko duten pertsonei zuzenduta dago, ardoaren jatorria eta hura egiteko moduari buruzko informazioa jaso nahi dutenei.

Hala ere, argi izan behar dugu upategietako eta ostalaritzako langileen aldez aurretiko lana gabe, kanpainaren bidez ezingo liratekeela helburuak lortu. Hortaz, mezua hauei helarazi behar diegu:

- Arabako Errioxako upategiei, informazio hori guztia etiketetan adieraz dezaten.

- Ostalaritzaren munduko langileei: oso garrantzitsua da azken kontsumitzaileari informazioa emateko eta bere eskaintza nabarmentzeko lana.

7. ETIKETA ETA KONTRAETIKETA

Atal honetan etiketan jaso beharreko informazioaren eta ardoa Arabako Errioxakoa den non adierazi behar den laburtzen da. Bloke honen amaieran informazio gehiago aurkitzeko estekak jarri dira.

Errioxako jatorri-deitura kalifikatuko ardoen etiketan datu batzuk agertu behar dira halabeharrez: marka, Errioxa, jatorri-deitura kalifikatua, botilaratzailea, bolumena, etab.

Betekizun horiek guztiak betetzen badituzte, jatorria ere adieraz dezakete, ondoren adierazten den sailkapen honetan, txikienetik handienera:

a) Mahasti berezia: mahasti berezietatik datozen ardoak. Horren hedadura udalerria baino txikiagoa da.
b) Udalerriko ardoa: ardoa Arabako Errioxaren barne dagoen udalerri batetik badator.
c) Arabako Errioxako eskualdeko ardoak.

Eskualdea eta udalerria adierazten diren etiketa baten adibidea (ez da halabeharrezko informazioa adierazi).



Jatorriari buruzko informazio horrez gain, zahartzeari buruzko kategoriak ere adieraziko dira: Generikoa, Ondua, Erreserba eta Erreserba handia. Berme-zigiluan edo kontraetiketan adieraziko dira.



Eskualde edo udalerrietatik datozen ardoen kasuan, Kontseilu Arautzaileak kontraetiketak eta/edo zigilu espezifikoak emango ditu, kontrolatutako numerazioarekin.

Ardoan bi aipamenak batera agertzen badira edo “Mahasti Berezia” aipamenarekin batera agertzen badira, tamaina txikieneko unitate geografikoaren zigilua erabiliko da. “Mahasti bereziko” ardoetarako, Kontseilu Arautzaileak “Mahasti Berezia” aipamena jasotzen duten kontraetiketak eta/edo zigilu espezifikoak egingo ditu.

Kontraetiketan EA (eskualdeko ardoa) ere adieraz daiteke.

Informazio gehiago hemen:
https://hazi.eus/wp-content/uploads/GUIA-Info-etiqtdo-enero-2023.pdf

https://hazi.eus/wp-content/uploads/Fitxa-BW-arabako-errioxa.pdf

https://hazi.eus/wp-content/uploads/BOFICIAL-ALAVA-ETIQUETADO-RIOJA-ALAVESA.pdf

8. TIMING

Piezak 2023ko urriaren 27rako prest egon beharko dute, eta kanpaina 2023ko azaroaren 13an hasiko da.

Komeni da upategi zein ostalaritzako langile guztiek jakinarazpen espezifikoa jasotzea kanpaina hedabideetan abiarazi baino lehen.

9. LIZITATZAILEEK EGIN BEHARREKO ESKAINTZA

Lizitatzaileek honako dokumentu hauek aurkeztu beharko dituzte:

1. Sorkuntza-proposamena, eslogana (euskaraz eta gaztelaniaz) eta justifikazioa.
2. Story board edo antzeko bat, spotaren proposamena islatuta.
3. Iragarkirako testuaren proposamena.
4. Prentsako jatorrizkorako proposamen grafikoa
5. Inguru digitaletarako proposamen grafikoa:
6. Mailingaren proposamena eta bidalketa.
7. Proposameneko xehetasun tekniko garrantzitsuenen azalpena.

8. KONTUAN HARTZEKO

Kontuan hartu behar da elementu horiek (mailinga izan ezik) beste lizitazio baten bidez kontratatutako hedabideen bidez hedatuko direla. Hedabideen planifikazioa aurrerago egingo den arren, ondoren euskarri eta formatu posibleen zerrenda jarri dugu, egokitzapen-paketearen proposamen ekonomikoa egiten laguntzeko:

- Tokiko off line prentsa (hainbat formatutan).

- Prentsa digitala (orrilapurra 300x250, orrilapur bikoitza 300x600, Sky 120x600, Billboard 980x250…)
- Sare sozialak (sustatutako txioa, Instagrameko storie-ak, instreameko bideoak…)
- Bideoak: pre-roll

Azenik, kontuan hartu behar da kanpina elebitan egingo dela.