

BRÍFING CAMPANYA GRÀFICA ZOO DE BARCELONA 2020

1. Antecedents i situació actual

Ubicat en el Parc de la Ciutadella, el Zoo de Barcelona **és una institució pública depenent de l'Ajuntament de Barcelona** que va obrir les seves portes el dia de la Mercè del 1892 en un espai que havia format part de l'Exposició Universal de l'any 1888. Des de llavors ha estat un espai d'aprenentatge per a famílies, grups escolars i investigadors que s'ha anat transformant a mesura que es transformava la societat, no només per la manera en què es s'acullen els animals, si no per la profunda metamorfosi en la filosofia de treball, la definició d'objectius comuns i estratègies i metodologies de treball en xarxa, l'establiment de criteris de màxim rigor en relació al benestar animal, la divulgació de missatges conservacionistes i de coneixement que són transmesos als visitants. La permanent transformació dels zoos a favor de la conservació, la sortida a treballar a la natura (fora dels zoos) per pal·liar els problemes de pèrdua de la biodiversitat en origen i, en definitiva, la manifesta aportació dels zoos moderns a la protecció i conservació d'espècies i hàbitats, és un valor afortunadament creixent i molt reconegut en concret del zoo de Barcelona dins de l'entorn professional.

En l'actualitat **la missió del Zoo de Barcelona**, com la d'altres zoos moderns, és **intervenir activament en la conservació, la recerca científica i la divulgació de la biodiversitat zoològica i dels seus hàbitats naturals** per contribuir a la conservació de la natura arreu del món i a la lluita contra la degradació constant de la majoria d'hàbitats naturals, treballant en xarxa amb altres zoos, administracions, institucions i centres universitaris i científics; duent a terme diferents projectes de conservació i recerca tant a la natura com dins del recinte; i transmetent als visitants lliures, escolars o familiars, la importància del respecte a la natura per tal de preservar la biodiversitat.

El Zoo rep actualment 710.000 **visitants anuals, majoritàriament famílies amb nens de Barcelona i la seva àrea metropolitana**, que el visiten de manera esporàdica, però també dels **membres compromesos del Zoo Club** (integrat majoritàriament per unes 15.000 famílies amb nens). Per l'Escola del Zoo hi passen al voltant de 60.000 persones l'any, entre escolars i participants en les activitats educatives que s'hi organitzen (de pagament i incloses en el preu de l'entrada), a més dels universitaris i dels estudiants de secundària que fan diferents treballs de recerca al Zoo.

El Zoo compta amb una Fundació per a la recerca en conservació i projectes vinculats a la conservació *in situ* (en l'entorn natural de l'espècie), a través de la que es gestionen els diferents projectes de recerca i conservació mitjançant beques d'investigació o bé participant en diferents projectes de preservació de la biodiversitat en col·laboració amb diferents institucions.

D'altra banda, el Zoo de Barcelona és pioner en impartir Educació Ambiental i des de fa més de 40 anys compta amb una escola pròpia que ofereix diferents cursos i tallers inclosos dins del currículum escolar a centres i altres equipaments educatius, i també altres tallers de pagament (com els casals per a períodes vocacionals) o gratuïts per als visitants de parc.

2. El nou model de Zoo

Durant l'any 2016 l'Ajuntament de Barcelona va encarregar a un grup de treball format per diferents representants de la ciutadania que debatessin sobre el tipus de zoo amb el qual se sentirien més identificats. A partir de les conclusions a les què van arribar, el Zoo de Barcelona ha estat treballant en un Nou Model de Zoo que marca el full de ruta amb **el benestar animal com a element imprescindible a totes les actuacions**, i basat en tres eixos de desenvolupament:

- ✓ La conservació d'espècies que estiguin amenaçades o en perill d'extinció, de fauna autòctona i mediterrània

- ✓ L'impuls de la recerca i dels projectes a la natura que millorin la seva situació
- ✓ La intensificació de la funció educativa

L'objectiu és que el Zoo de Barcelona esdevingui el punt de trobada principal per desenvolupar la recerca, la conservació i la divulgació de la fauna autòctona, ibèrica, mediterrània, i que el Zoo esdevingui la llar dels naturalistes de Catalunya.

El Nou Model de Zoo facilita la transformació de l'equipament en un centre de referència mundial en conservació, en recerca i en divulgació, amb un període d'execució d'actuacions de millora programat que inicialment abasta fins el 2031, amb la creació de nous espais (bioma de la mediterrània, centre de biodiversitat marina, pavelló d'invertebrats, bioma de Madagascar), la finalització del bioma de la Sabana del Sahel, la millora de la resta d'instal·lacions agrupant-les, sempre que sigui possible, per taxons (com ara els primats o els dragons de Komodo), i l'adequació de l'espai públic. **El Nou Model de Zoo també ha incorporat la veu de les escoles de la ciutat** fruit del qual en el Nou Model s'inclouen **la millora de les instal·lacions, reduir el nombre d'espècies i prioritzar les espècies autòctones** i la implementació de noves tecnologies per conèixer aquelles espècies que no es troben al Zoo.

El debat a la societat succeït els darrers anys han repercutit negativament en la imatge del Zoo i han perjudicat el coneixement que la ciutadania té d'aquest equipament.

Ara, **amb el Nou Model de Zoo, s'ha iniciat una nova oportunitat per explicar i visualitzar que el Zoo de Barcelona està més viu que mai** i que aglutina un gran coneixement sobre conservació de la biodiversitat del Planeta per aportar a la comunitat científica i explicar de manera responsable a la ciutadania.

A més de la conservació de la biodiversitat i de la recerca en conservació, el tercer gran pilar del Zoo de Barcelona, a l'igual que la major part dels Zoos de referència internacional, és l'**educació**. No obstant, la millora de les accions educatives que s'han realitzat en els últims temps es coneixen ben poc per part de la ciutadania, com ho demostren les enquestes de seguiment de l'experiència del visitant al Zoo, on la consciència sobre la realització d'activitats educatives al Zoo és poc significativa. Per això es pretén fer visible l'activitat de sensibilització, ja que és una realitat la concepció de noves activitats, tant dins del Zoo com fora del Zoo: "El Zoo surt del Zoo" vehiculades com activitats tant de pagament com gratuïtes (incloses en el preu de la entrada).

El nou model de Zoo es perfila com una "fàbrica" d'emocions al voltant de la natura, una eina de transformació de la consciència de la ciutadania en la defensa d'una societat més respectuosa i compromesa amb la diversitat, és a dir, que el Zoo ha de facilitar la "gestació" de naturalistes:

- **Missió:** Intervenir activament en la conservació de la biodiversitat i dels seus hàbitats naturals, vinculada a la recerca científica i a la divulgació del coneixement
- **Visió:** Esdevenir una entitat de referència en l'àmbit de la conservació de la biodiversitat mundial (especialment en la Mediterrània), sota criteris de sostenibilitat i en un marc de relacions ètic i responsable

3. Principal novetat de la temporada 2020

El Sahel és una regió d'Àfrica que s'estén d'est a oest des de Sudan fins a les costes del Senegal, en l'Oceà Atlàntic, formant una espècie de cinturó de 5,400 quilòmetres de longitud al llarg del continent, marcant el límit meridional del desert del Sàhara i separant-lo de la regió de les sabanes centreafricanes. És una zona de transició entre el desert i la sabana.

Des de fa molts anys el Zoo està vinculat a aquesta zona a través de la participació molt activa en projectes de conservació i reintroducció d'algunes de les seves espècies més amenaçades, com les gaselles Mohor i Dorcas conjuntament amb el CSIC (Consell Superior d'Investigacions Científiques).

Per aquest motiu es va crear **el gran complex de la sabana del Sahel** ubicat al cor del Zoo. Aquest nou recinte acull **a les tres elefantes, a les girafes, les gaselles dorcas, la tortuga d'esperons, les mangostes, i properament els lleons**. Associar-les permet presentar de manera més real les espècies que es troben al Sahel formant agrupacions d'animals diversos que comparteixen espai i recursos per tal que els visitants puguin entendre millor la complexitat d'aquest hàbitat.

A partir de les necessitats de cada espècie s'adapta el disseny de la instal·lació d'una forma molt natural per assegurar el màxim benestar d'aquests. Per potenciar-ho es recreen situacions que tindrien a la natura. Pel que fa a l'experiència del públic, aquest pot observar els animals tant a l'interior dels seus dormitoris com a les zones descobertes des de les perspectives diverses que ofereixen els diferents miradors, i amb alguns punts que permeten una gran proximitat als animals sempre que aquests volen acostar-s'hi assegurant alhora la privacitat i entorn necessari per assegurar el seu benestar.

Animals del Sahel

Al Sahel, només hi ha una població de girafa, a Níger, de la qual no hi ha programa de conservació ex situ. Per representar-la, s'ha triat la girafa de Rothschild (*Giraffa camelopardalis rothschildi*), **una de les subespècies més amenaçades**, de la qual en sobreviuen només uns pocs centenars d'exemplars. **El Zoo de Barcelona participa en el programa de conservació ex situ dels zoos europeus (EEP) de la girafa de Rothschild.**

Pel que fa a les mangostes, el seu nou hàbitat disposa d'una xarxa de galeries interconnectades, així com d'un cau visible pel públic. Es poden observar des de dos nivells diferents, un d'ells a l'alçada de la vista que permet una millor visió dels detalls desenvolupats per aquesta espècie per a l'adaptació al seu medi.

La gasela dorcas és un petit ungulat característic de les grans extensions desèrtiques i subdesèrtiques del nord d'Àfrica, Aràbia i el Pròxim Orient. La **subespècie que viu al nostre Zoo i que ha estat reintroduïda al Senegal, gràcies a la participació del Zoo en un projecte de reintroducció**, és la gasela dorcas saharauí (*Gazella dorcas neglecta*)-, una de les races que es troben avui en més **greu perill d'extinció**.

L'elefant africà (*Loxodonta africana*), una **espècie en perill d'extinció**, té un nou espai que substitueix el ciment per la sorra i les dunes. Hi viuen tres elefantes, la Bully, la Susi i la Yoyo, provinents de centres diferents però que van arribar al Zoo en circumstàncies similars: totes tres s'havien quedat soles o havien estat rebutjades pel seu grup. La seva instal·lació consta de diversos elements que simulen els entrebancs que aquests animals es troben a la natura a l'hora d'alimentar-se.

Eix central de les grans campanyes 2020

El Zoo es troba en un moment de canvi de concepte incipient, on s'estan posant les bases del que ha de ser la realitat del Zoo a mig i llarg termini. És per aquest motiu que, per trencar amb les campanyes anteriors on l'eix central de la campanya era aquest canvi, la campanya es centri en una realitat que permeti visibilitzar ja aquest canvi de rumb. Així doncs, les noves instal·lacions del Sabana Sahel, amb la biodiversitat que s'hi troba, seran l'eix central de les campanyes del 2020 per tal d'aterrar aquest canvi a un fet concret.

BRÍFING DE CAMPANYES 2020

En aquest document es facilita un brífung de campanyes inicial, per tal de dimensionar els diferents encàrrecs, i que es desenvoluparà en la seva totalitat en el moment d'executar cada una de les campanyes.

SETMANA SANTA
Llançament campanya: 25 de març
Objectiu: • Donar a conèixer el nou complex de la sabana del Sahel i les espècies que l'habiten. • Incrementar les visites al Zoo, reforçar la reputació de la marca del Zoo com a centre de referència en la conservació de la biodiversitat i que compta amb professionals dedicats a la recerca, conservació i educació.
Encàrrec: <u>Idea creativa i disseny</u> 1. Conceptualització de l'idea creativa tenint en compte que aquest disseny serà el marc comú de totes les campanyes que s'aniran fent al llarg de l'any i per tant requerirà d'adaptacions futures. 2. L'idea creativa ha d'estar enfocada a la nova instal·lació de la sabana del Sahel. 3. L'actual claim que s'utilitza és el "Treballem per la natura" però deixem oberta la possibilitat de plantejar un de nou. <u>Declinacions</u> Adaptació de la idea creativa als formats necessaris per a la campanya, així com la seva producció fins a originals (inclosa programació i guió en el cas dels formats d'alguns online)
Àrees d'actuació: • Ciutat de Barcelona • Àrea metropolitana • Resta de Catalunya (Tarragona, Lleida i Girona)
Target: • Famílies amb nens de 0 a 12 anys de Barcelona i AMB • Membres del Zoo Club

PROMOCIÓ ZOO CLUB
Llançament campanya: 18 d'abril i 2 de novembre
Objectiu: • Incrementar les altes al Zoo Club i posar en valor la pertinença a aquest col·lectiu. Presentació del nou Zoo Club: ○ Quotes ○ Activitats ○ Avantatges
Encàrrec: <u>Idea creativa i disseny</u> 1. Adaptació del disseny de la campanya principal. 2. El missatge ha d'estar enfocat a la captació de nous membres del Zoo Club (principalment familiar). 3. L'estil ha de ser promocional i comercial, sempre respectant el to de la campanya. <u>Declinacions</u> Adaptació de la idea creativa als formats necessaris per a la campanya, així com la seva producció fins a originals (inclosa programació i guió en el cas dels formats d'alguns online)
Àrees d'actuació: • Ciutat de Barcelona • Àrea metropolitana
Target: • Famílies amb nens de 0 a 12 anys de Barcelona i AMB

ESTIU

Llançament campanya: 20 de juny

Objectiu:

- Donar a conèixer l'inici de la temporada d'estiu el que implica més horari d'obertura.
- Durant les vacances escolars, activitats diàries incloses en el preu de l'entrada.
- Incrementar les visites al Zoo i la venda online.

Encàrrec:

Idea creativa i disseny

1. Adaptació del disseny de la campanya principal.
2. El missatge anirà adaptat a la novetat del moment
3. Ideació del storyboard i concepte de campanya per a producció de l'espot de 10' (la producció de l'espot anirà a càrrec d'una empresa de serveis audiovisuals). Seguiment del càsting, coordinació de rodatge, producció i postproducció fins a acabat final.

Declinacions

Adaptació de la idea creativa als formats necessaris per a la campanya, així com la seva producció fins a originals (inclosa programació i guió en el cas dels formats d'alguns online)

Àrees d'actuació:

- Ciutat de Barcelona
- Àrea metropolitana
- Resta de Catalunya (Tarragona, Lleida i Girona)

Target:

- Famílies amb nens de 0 a 12 anys de Barcelona i AMB
- Membres del Zoo Club

TORNADA A L'ESCOLA

Llançament campanya: 11 de setembre

Objectiu:

- Donar a conèixer que durant la visita es poden gaudir d'activitats gratuïtes per a tots els visitants, incloses en el preu de l'entrada.
- Donar a conèixer les activitats que es realitzen en el departament d'educació, per a públic familiar i per centres escolars.

Encàrrec:

Idea creativa i disseny

1. Adaptació del disseny de la campanya principal.
2. El missatge anirà adaptat a les activitats noves de les que disposem en el catàleg (públic familiar: obertes i de pagament; i les escolars)

Declinacions

Adaptació de la idea creativa als formats necessaris per a la campanya, així com la seva producció fins a originals (inclosa programació i guió en el cas dels formats d'alguns online)

Àrees d'actuació:

- Ciutat de Barcelona
- Àrea metropolitana

Target:

- Famílies amb nens de 0 a 12 anys de Barcelona i AMB

TARDOR/CASTANYADA

Llançament campanya: 7 d'octubre

Objectiu:

- Donar a conèixer que durant la visita es poden gaudir d'activitats gratuïtes per a tots els visitants, incloses en el preu de l'entrada, adaptades per la castanyada. El parc tindrà decoració tematitzada.
- Incrementar les altes del Zoo Club.
- Incrementar les visites al Zoo.

Encàrrec:

Idea creativa i disseny

1. Adaptació del disseny de la campanya principal.
2. El missatge anirà adaptat a la novetat del moment (**pendent de confirmar en el moment de preparació de campanya**).

Declinacions

Adaptació de la idea creativa als formats necessaris per a la campanya, així com la seva producció fins a originals (inclosa programació i guió en el cas dels formats d'alguns online)

Àrees d'actuació:

- Ciutat de Barcelona
- Àrea metropolitana
- Resta de Catalunya (Tarragona, Lleida i Girona)

Target:

- Famílies amb nens de 0 a 12 anys de Barcelona i AMB
- Membres del Zoo Club

NADAL

Llançament campanya: 25 de novembre

Objectiu:

- Donar a conèixer que durant la visita es poden gaudir d'activitats gratuïtes per a tots els visitants, incloses en el preu de l'entrada, adaptades per Nadal. El parc tindrà decoració tematitzada.
- Incrementar les altes del Zoo Club.
- Incrementar les visites al Zoo.

Encàrrec:

Idea creativa i disseny

1. Adaptació del disseny de la campanya principal.
2. El missatge anirà adaptat a la novetat del moment (pendent de confirmar en el moment de preparació de campanya).

Declinacions

Adaptació de la idea creativa als formats necessaris per a la campanya, així com la seva producció fins a originals (inclosa programació i guió en el cas dels formats d'alguns online)

Àrees d'actuació:

- Ciutat de Barcelona
- Àrea metropolitana
- Resta de Catalunya (Tarragona, Lleida i Girona)

Target:

- Famílies amb nens de 0 a 12 anys de Barcelona i AMB
- Membres del Zoo Club

TURISTES

Llançament campanya: A partir de setmana santa

Objectiu:

- Donar a conèixer que la visita al Zoo de Barcelona és una visita obligada pel turista. És un dels racons més icònics de la ciutat on podran veure espècies autòctones i exòtiques, moltes d'elles en perill d'extinció. Actualment és un objectiu clau incentivar les visites turístiques ja que en els dies vall (laborables) té molta capacitat de creixement.

Encàrrec:

1. El missatge anirà adaptat per captar públic turista, per tant potenciar la pàgina web. Ha de transmetre que la visita al Zoo és imprescindible si vens de vacances a Barcelona.
2. Possibilitat de crear un hashtag per potenciar la interacció a xarxes socials.

Declinacions

Adaptació de la idea creativa als formats necessaris per a la campanya, així com la seva producció fins a originals (inclosa programació i guió en el cas dels formats d'alguns online)

Target:

- Turistes que visiten la ciutat de Barcelona (en especial a partir de 2a visita a la ciutat)

COMUNICACIÓ INTERNA

Objectiu:

- Es vol iniciar un projecte de Comunicació Interna que inclogui una unificació l'estètica de la comunicació interna del Zoo.. Aquest projecte està en fase inicial i es vol treballar en algunes accions, com per exemple, la de classificar les informacions en base a 4 temàtiques: PERSONES, AVISOS, ESPAIS ZOO I CORPORATIU

Encàrrec:

1. Idear un naming i un logotip identificatiu de tot el que té a veure amb la Comunicació Interna del Zoo, que afegirem o bé a les peces o bé als suports (TV, pissarres, etc.)
2. Minimanual d'identitat que serveixi com a màster i guia de totes les peces que necessitem:
 - Tipografia
 - Colors
 - To del llenguatge
 - En quina persona ens dirigim als treballadors i treballadores (tu, vosaltres, etc.)
3. Disseny de les "peces tipus" bàsiques.

Declinacions

Adaptació de la idea creativa als formats necessaris com papereria office i creativitat format pantalla de TV (a definir en el moment de l'encàrrec), així com la seva producció fins a originals (inclosa programació i guió en el cas dels formats d'alguns online)

Mandatàries & condicionants

Les tipografies del Zoo són:

- Montserrat (la més utilitzada)
- Kabel (logotip)
- Ludicrous (tipografia script)

Tot i això, pels documents oberts (word, excel) caldrà establir una lletra de text "tot terreny" que tothom tingui instal·lada.

Target:

- Equip humà del Zoo de Barcelona.

PRESSUPOST TOTAL GRÀFICA: 39.800€ + IVA

4. Requeriments:

- L'agència haurà de garantir la correcció ortogràfica i gramatical de totes les peces de comunicació. Els textos hauran de passar correcció humana que, en el cas del català, haurà de tenir un nivell K.
- L'agència cedirà tots els drets d'autor, imatge, música, models, fotografia i altres de forma universal, per tots els formats i mitjans per un període de temps indefinit. El preu de compra/realització de totes les fotografies o il·lustracions estaran inclosos al pressupost.
- Els pressupostos que ens faci arribar l'agència en qualsevol format hauran d'incloure l'IVA. Si no s'especifica la inclusió o no del impost es pressuposarà sempre que els imports inclouen l'IVA.
- L'agència assignarà a la Direcció de Comunicació i Atenció Ciutadana un equip de comptes sènior amb responsabilitat directa sobre la coordinació i execució de tots els treballs, durant totes les fases de la campanya, i es coordinarà amb altres proveïdors que hi participin.
- L'Ajuntament es reserva el dret de contractar directament la realització d'aquests elements de comunicació a un altre proveïdor.
- L'agència estarà disposada en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis que pugui tenir la Direcció de Comunicació i Atenció Ciutadana, ja es tracti d'estudis, centrals de mitjans, agències d'esdeveniments, agències d'internet, productores, estudis de so etc.
- L'agència s'haurà de coordinar amb la central de mitjans que la Direcció de Comunicació designi, si aquest fos el cas.
- Un cop finalitzada la campanya, l'agència ha d'omplir les diferents fitxes tècniques de la campanya i enviar-les, juntament amb els originals de campanya (arts finals i arxius oberts) a l'empresa Metropolitana, a l'arxiu de la Direcció de Comunicació.
- Inclusió dels logos institucionals segons la normativa a tots els suports de comunicació els trobareu en els enllaços següents:

Tots els manuals d'identitat gràfica:

<http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>

En concret el de comunicació:

<http://ajuntament.barcelona.cat/normativagrafica/>
(Capítol 5

RESUM BRÍFING CAMPANYA ZOO DE BARCELONA

PLANIFICACIÓ ANUAL								
	SETMANA SANTA	PROMOCIO ZOO CLUB	ESTIU	TORNADA A L'ESCOLA	TARDOR/ CASTANYADA	PROMOCIO ZOO CLUB	NADAL	TURISTES
	GRAN	MITJANA	GRAN (derivada de setmana santa)	PETITA	PETITA	PETITA	MITJANA	ANUAL
Data llançament	25 de març	18 d'abril	20 de juny	11 de setembre	7 d'octubre	2 de novembre	25 de novembre	A partir de setmana santa fins al setembre
Dates PUSH campanya	Del 25 de març fins al 17 d'abril	Captació de nous membres del Zoo Club Presentació del nou Zoo Club: • Quotes • Activitats • Avantatges	Del 20 de juny al 10 de juliol Espot TV de 10 segons	Presentació de noves activitats familiars dins del Zoo	Activitats especials Decoració temàtica 1 activitat nova Captació de nous membres del Zoo Club	Captació de nous membres del Zoo Club (no cal noves peces, adaptar les de la campanya de promoció d'abril)	Activitats especials Decoració temàtica Captació de nous membres del Zoo Club	Important: abril, maig i juny
Inici Campanya	25 de març	18 d'abril	20 de juny	11 de setembre	7 d'octubre	2 de novembre	25 de novembre	
Fi Campanya	17 d'abril	19 de juny	10 de setembre	27 de setembre	1 de novembre	24 de novembre	7 de gener	
Dates especials	Setmana santa (10 al 13 abril)							
PUBLICITAT EXTERIOR								
Banderoles								
Busos								
Opis (cara b)								
Opis Ferrocarrils								
DIGITAL								
Banner (adwords)								
Anunci Facebook								
Anunci Instagram								
Espot Youtube o similar								
TV								
Espot TV (o			10 segons "					
RÀDIO								
Sorteig entrades								
Menció								

