

PLEC TÈCNIC LICITACIÓ PER LA CONTRACTACIÓ DEL SERVEI D'ANÀLISIS, CONCEPTUALITZACIÓ, DISSENY I COMUNICACIÓ DE LA IDENTITAT DEL ZOO DE BARCELONA

1.- Introducció

L'objectiu de la present licitació és el servei d'anàlisi, conceptualització, disseny i comunicació de la identitat del zoo de Barcelona

context

El Zoo de Barcelona, ubicat en el Parc de la Ciutadella, és una institució pública que va obrir les seves portes el 1892. Des de llavors ha estat una 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.

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, aprovat per unanimitat al plenari municipal l'any 2019, que marca el full de ruta amb el benestar animal com a element imprescindible a totes les actuacions.

Aquest nou model de Zoo es basa en tres eixos centrals:

- **L'educació i sensibilització** en el respecte de la biodiversitat del planeta.
- L'impuls de **la recerca** i dels projectes a la natura que millorin la seva situació.
- **La conservació** de la fauna autòctona, mediterrània i d'aquelles espècies del món que estiguin amenaçades o en perill d'extinció.

L'objectiu és que el Zoo de Barcelona esdevingui el punt de trobada principal per desenvolupar aquests tres eixos anteriors 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, la

millora de la resta d'instal·lacions i l'adequació de l'espai públic existent. Així mateix, reduirà el nombre d'espècies i es prioritzarà les espècies autòctones així com la implementació de noves tecnologies per conèixer aquelles espècies que no es troben al Zoo.

El Nou Model de Zoo també ha incorporat la veu de les escoles de la ciutat fruit del qual en aquest s'hi inclouen la millora dels recursos educatius i els programes per escoles i famílies.

La nostra missió i visió en l'actualitat

La missió del Zoo de Barcelona és intervenir activament en la conservació, la recerca científica i la divulgació de la biodiversitat del planeta i dels seus hàbitats naturals per contribuir a la conservació de la natura 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.

La nostra visió és 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.

El nostre públic

El Zoo rep aproximadament 800.000 visitants anuals, majoritàriament famílies amb nens i nenes que el visiten de manera esporàdica, però també dels membres compromesos del Zoo Club (integrat majoritàriament per unes 25.000 famílies amb nens). Per l'Escola del Zoo hi passen al voltant de 15.000 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.

La Fundació

El Zoo també 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.

Una nova proposta de valor

Aprofitant aquesta etapa de transformació, el context actual i la creació d'un nou pla mestre que dibuixa el Zoo del futur, el Zoo ha retreballat la seva proposta de valor i el seu propòsit, que a més de posar el focus en els animals i la conservació de les espècies, també el posa en les persones i en la sensibilització d'una manera més immersiva i experiencial, per tal de conscienciar de la necessitat de la defensa de la biodiversitat.

Situació actual de la identitat del Zoo de Barcelona

A partir del Nou Pla mestre i d'aquesta nova proposta de valor, el Zoo del futur ja està començant a ser una realitat i cal que això es plasmi en tots els àmbits de la institució,

començant per la seva identitat. Hi ha una oportunitat per explicar el canvi 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. Així doncs, cal fer un pas més i analitzar quina haurà de ser l'evolució de la identitat de marca del Zoo, així com valorar l'adaptació del nom i la imatge gràfica al Nou Zoo per després desenvolupar-la i executar-la a gran escala.

2.- Objecte

L'objectiu de la present licitació és el servei d'anàlisi, conceptualització, disseny i comunicació de la identitat del zoo de Barcelona

Dins d'aquest global detallem els treballs necessaris i sempre tenint en compte d'altres que puguin sorgir com a resultat del desenvolupament d'aquests treballs a realitzar i del moment canviant que està vivint el Zoo de Barcelona i en conseqüència la nostra gestió.

3.- Abast

Les principals tasques que s'hauran de desenvolupar per la prestació d'aquest servei es detallen a continuació, sense que aquest llistat tingui caràcter limitatiu:

L'objecte contractual inclou les següents tasques sense que aquest llistat tingui caràcter limitatiu:

ESTRATÈGIA DE REBRANDING DEL ZOO DE BARCELONA

1. Estudi de la identitat corporativa actual

- Anàlisi i diagnòstic de la identitat visual i conceptual del Zoo actual.
- Entrega d'un document que inclogui les explicacions dels punts anteriors i les conclusions extretes.

2. Tractament de la identitat de marca del Zoo de futur

- Entrega d'un nou llibre d'estil i manual d'identitat visual al Zoo de Barcelona. Un document que inclogui una sèrie de regles per determinar com ha de ser la identitat visual dels projectes comunicatius. El document ha d'incloure, com a mínim i sense tenir caràcter limitatiu, les diferents aplicacions del nou logotip, tipografies i colors. A més, ha d'incloure exemples d'usos correctes i incorrectes i especificar l'escala amb la que s'ha d'aplicar a tots els elements comunicatius actuals per la seva actualització.
- Creació de plantilles corporatives (peces *offline* i *online*): S'hauran d'entregar una sèrie de plantilles que serveixin de base per diferents projectes comunicatius del Zoo, com per exemple documents pe Microsoft Word (bàsic, informe i carta), presentació de PowerPoint, targeta de visita, sobres, etc. És important que hi hagi també el logo de BSM (Barcelona Serveis Municipals de l'Ajuntament de Barcelona) complint la normativa d'aplicació al respecte.

PLA DE COMUNICACIÓ DE LA NOVA IDENTITAT DEL ZOO

1. Definició, creació i desenvolupament d'un pla estratègic per donar a conèixer la nova identitat del Zoo (comunicació externa i interna) així com el seu pla de transformació física.

- Definició d'objectius comunicatius
- Desenvolupament d'una estratègia de màrqueting i comunicació a 360º
- Desenvolupament d'un pla de comunicació en mitjans (360)
- Definició i desenvolupament de les accions de comunicació i RRPP dirigides als donar a conèixer la nova identitat gràfica en tots els *targets* del Zoo (tant de caràcter intern com extern), en base a les fites acordades amb el Zoo de Barcelona.
- Definició dels canals interns i externs a comunicar adaptats a cada públic objectiu i a cada fita.
- Planificació temporal d'aquestes accions/campanyes (incloure el desenvolupament de cadascuna de les accions i el disseny de les peces creatives)
- Identificació d'ambaixadors de marca potencials per abanderar les accions proposades.
- Creació de dues campanyes de comunicació a l'any que incloguin: màster de campanya i adaptacions.

2. Baixada a comunicació digital i xarxes socials

- Desenvolupament estratègic digital segons fites, incloent també la revisió de l'estratègia paid media segons mètriques establertes.
- Definició d'accions digitals en base als objectius.
- Definició de KPI i mètriques de presència en xarxes socials.
- Detecció de influencers (o microinfluencers) i prescriptors.

4.- Interlocutor

El Zoo de Barcelona requereix un interlocutor únic als estudis gràfics i agències de comunicació homologats per a gestionar els diferents encàrrecs que es generin.

Serà obligació de l'adjudicatari assistir a les reunions periòdiques que proposi el Zoo de Barcelona, durant tot el procés.

La supervisió, avaluació i aprovació dels resultats finals de cada acció el valida i conforma la Direcció del Zoo de Barcelona i la Direcció Corporativa Comunicació i Màrqueting de BSM.

5.- Recursos humans

L'empresa adjudicatària es compromet a posar tots els mitjans personals i materials que siguin necessaris per a la correcta execució de les tasques a desenvolupar i a facilitar tota la informació i assistència necessària per a la utilització dels resultats aportats.

Lloc de prestació del servei:

- El Zoo de Barcelona podrà sol·licitar en qualsevol moment que part dels serveis sol·licitats es duguin a terme des de les seves pròpies dependències. Així mateix, el les entitats, com a servei essencial que és, podrà demanar al adjudicatari que els serveis es donin a nivell presencial.

Els licitadors hauran de comprometre's a adscriure un equip de professionals integrat, com a mínim, pels següents perfils professionals:

- 1 Cap de projecte, amb la titulació mínima de màster/postgrau amb coneixements i experiència en posicionament d'estratègia de marca corporativa i comunicació (interna i externa) en els darrers 8 anys.
- 1 Consultor Sènior amb la titulació mínima d'un màster/postgrau, amb coneixements i experiència en posicionament i estratègia de marca corporativa i comunicació (interna i externa) en els darrers 10 anys.
- 1 Director Creatiu amb coneixements i experiència en identitat visual i verbal de marca en els darrers 10 anys.
- 1 Director d'Art amb coneixements i experiència en identitat visual i verbal de marca en els darrers 10 anys.
- 1 copy creatiu amb coneixements i experiència en identitat visual i verbal de marca en els darrers 5 anys.
- 1 social strategist amb coneixements i experiència en estratègia en els darrers 5 anys.

6.- Idioma

Les feines que s'encarreguin podran ser en qualsevol idioma: català, castellà i/o llengües estrangeres. Es sol·licita que la correcció ortogràfica estigui inclosa en el projecte.

7.- Horaris

Quan les necessitats així ho requereixin, el servei ha de donar cobertura de dilluns a divendres en horari de 9.00h a 18.00h.

8.- Peces a entregar

Una vegada finalitzats els projectes creatius, s'hauran d'entregar les arts finals i les peces en obert i ben empaquetades amb tots els links inclosos.

En el cas que hi hagi peces audiovisuals, també s'hauran d'entregar sempre tots els vídeos en brut.

9. Terminis

La durada màxima del contracte serà de 12 mesos.

10.-Confidencialitat i propietat intel·lectual

Compliment de les obligacions legals que es deriven de la Llei orgànica 3/2018 de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals, i del reglament que la desenvolupa, així com també de la resta de l'ordenament jurídic que sigui d'aplicació.

Les empreses licitadores s'obliguen a vetllar pel compliment de la legislació vigent aplicable, i especialment pel que fa referència a la protecció de dades de caràcter personal.

10.1.- Clàusula de propietat intel·lectual

La propietat intel·lectual dels treballs fets a l'empara d'aquest contracte pertany a BSM, de forma exclusiva. Els productes o subproductes derivats no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'accés a la informació o productes protegits per la propietat intel·lectual necessaris per desenvolupar el treball no es poden emprar sense la deguda autorització prèvia.

L'empresa contractada accepta expressament que els drets d'explotació dels productes derivats d'aquest plec correspon única i exclusivament al Zoo de Barcelona i a BSM.

10.2.- Clàusula de confidencialitat

L'empresa contractada s'obliga a no difondre i a guardar el més absolut secret de tota la informació a la qual tingui accés en compliment del present contracte, i a subministrar-la només a personal autoritzar pel Zoo de Barcelona.

10.3.- Clàusula de protecció de dades de caràcter personal

Atesa la naturalesa particular de la informació inclosa en els arxius que resideixen en les instal·lacions informàtiques de la de les entitats contractants, i a les quals es considera que el personal de l'empresa adjudicatària pot tenir accés, és d'obligat compliment tot allò indicat en la Llei orgànica Llei orgànica 3/2018 de protecció de dades de caràcter personal i garantia dels drets digitals.

Queda estrictament prohibit tot mal ús, còpia en suport magnètic, òptic o paper, cessió a tercers, transferència, divulgació oral o escrita de la informació dels arxius de la de les entitats contractants que puguin fer els tècnics de l'adjudicatària. També està estrictament prohibida qualsevol alteració, esborrat o alta d'informació d'arxius de la Direcció de les entitats contractants i sense l'autorització del seu personal intern.

Seguint el principi de subsidiarietat, l'adjudicatari es responsabilitza directament i absolutament de qualsevol de les actuacions que facin els seus operadors, i accepta qualsevol responsabilitat civil o penal que se'n pugui derivar.

Un cop signat el contracte d'adjudicació, i abans que s'iniciï el servei, el personal de l'adjudicatari que portarà a terme el servei objecte d'aquest contracte haurà de ser clarament advertit sobre

aquests temes, com també qualsevol tècnic que es pugui incorporar a la prestació d'aquest servei posteriorment.

La Direcció de les entitats contractants es reserva el dret d'establir qualsevol tipus de marcatge dels seus fitxers, de manera que les seves característiques es puguin constituir com a prova que possibiliti localitzar l'origen i els responsables de les eventuais cessions.

Barcelona,

Sra. Noemí Bellmonte Pascual

Cap d'Unitat de Màrqueting, Comunicació i Atenció al Visitant Zoo de Barcelona

Barcelona de Serveis Municipals, SA