

## ANNEX 3. BRÍFING CREATIU

### Campanya de comunicació de la 8a edició del concurs Jo Innovo

#### 1. Context

El Campus Vall d'Hebron impulsa anualment el concurs **Jo Innovo**, una iniciativa destinada a promoure la cultura de la innovació entre tots els professionals del Campus, reconèixer les seves iniciatives i impulsar projectes que contribueixin a millorar l'assistència, la recerca, la docència, la gestió, la sostenibilitat i l'experiència dels pacients.

La present prova creativa consisteix en el desenvolupament de la campanya de comunicació corresponent a la **8a edició del concurs Jo Innovo**.

Juntament amb aquest brífung es facilitarà únicament el logotip oficial del concurs. La resta dels elements conceptuals, creatius i gràfics seran desenvolupats lliurement per les empreses licitadores.

#### 2. Repte creatiu

Desenvolupar una campanya de comunicació capaç d'aconseguir la màxima participació dels professionals del Campus Vall d'Hebron a la 8a edició del concurs **Jo Innovo**.

La proposta haurà de transmetre que la innovació forma part de la manera de treballar del Campus Vall d'Hebron i que qualsevol professional, independentment del seu perfil o funcions, pot contribuir a transformar l'organització mitjançant les seves idees.

#### 3. Objectius de la campanya

La proposta creativa haurà de contribuir a:

- Incrementar la participació dels professionals del Campus en el concurs.
- Reforçar la cultura de la innovació com un valor transversal del Campus Vall d'Hebron.
- Posicionar **Jo Innovo** com una oportunitat perquè qualsevol professional pugui transformar Vall d'Hebron a través de les seves idees.
- Generar notorietat, record i implicació envers el concurs.
- Despertar orgull de pertinença i sentiment de contribució col·lectiva.

#### **4. Públic objectiu**

La campanya s'adreça a tots els professionals del Campus Vall d'Hebron, independentment del seu perfil professional, categoria o funcions.

Entre d'altres:

- Personal mèdic.
- Personal d'infermeria.
- Professionals de la recerca.
- Personal administratiu.
- Professionals de gestió.
- Personal tècnic.
- Professionals dels serveis generals.

La proposta haurà de ser inclusiva i capaç d'interpel·lar el conjunt dels professionals del Campus.

#### **5. Categories del concurs**

Les idees presentades al concurs s'emmarquen en les categories següents:

- Atenció centrada en el pacient i la família.
- Talent, desenvolupament i benestar professional.
- Organització, qualitat i seguretat.
- Sostenibilitat, eficiència i responsabilitat social.

Aquestes categories tenen un caràcter informatiu i no condicionen el plantejament creatiu de la campanya.

#### **6. Identitat de marca**

La proposta creativa haurà de respectar i integrar els atributs propis de la marca **Campus Vall d'Hebron**, transmetent una identitat coherent amb els seus valors, personalitat i posicionament institucional.

Es valorarà especialment la capacitat de la proposta per reflectir un estil comunicatiu alineat amb la identitat del Campus Vall d'Hebron, desenvolupant una campanya contemporània, inspiradora, humana, propera i amb capacitat de generar implicació entre els professionals.

La proposta haurà de demostrar que podria formar part de les campanyes habituals desenvolupades per la Direcció de Comunicació.

Per a l'elaboració de la proposta, les empreses licitadores podran consultar els canals públics de comunicació del Campus Vall d'Hebron (web corporativa, xarxes socials i altres materials públicament accessibles), amb l'objectiu de conèixer la identitat visual, el llenguatge i el to comunicatiu de la institució.

## **7. Encàrrec**

Les empreses licitadores hauran de presentar una proposta creativa completa per a la campanya de comunicació de la **8a edició del concurs Jo Innovo**.

La proposta haurà d'incloure, com a mínim:

- El concepte creatiu de la campanya.
- El lema o slogan principal.
- La justificació estratègica de la proposta.
- El Key Visual principal de la campanya.
- Una adaptació del Key Visual per a les pantalles digitals del Campus (format panoràmic 20:9).
- Una adaptació per a xarxes socials.

A més, les empreses licitadores podran proposar lliurement aquelles peces, accions o suports de comunicació que considerin adequats per reforçar l'eficàcia de la campanya, sempre que estiguin justificats dins de l'estratègia creativa presentada.

## **8. Presentació de la proposta**

La proposta es presentarà en format PDF.

La presentació haurà de permetre comprendre de manera clara:

- el repte comunicatiu plantejat;
- el concepte creatiu desenvolupat;
- la justificació estratègica de la proposta;
- el desenvolupament gràfic de la campanya;
- les principals aplicacions proposades.

L'objectiu d'aquesta prova és valorar la qualitat de la idea creativa, la solidesa estratègica de la proposta, la qualitat de la direcció d'art i la seva capacitat d'integrar-se de manera natural en la comunicació habitual del Campus Vall d'Hebron.

## **9. Criteris de valoració**

La proposta serà valorada d'acord amb els criteris establerts al document de criteris d'adjudicació.

Es valorarà especialment:

- La qualitat i originalitat del concepte creatiu.
- La capacitat de resposta als objectius plantejats.
- La solidesa estratègica de la proposta.
- La qualitat de la direcció d'art i del desenvolupament visual.
- La coherència entre el concepte creatiu i totes les aplicacions presentades.
- L'adequació al posicionament, els valors, la identitat visual i el to comunicatiu del Campus Vall d'Hebron.
- La capacitat de generar una campanya inspiradora, participativa, memorable i aplicable a la realitat del Campus.