**ACCIÓN DE CALLE ANIVERSARIO RANA PLAZA - NAVARRA**

**VIDEO**

**VIDEO NAVARRA duración 3-4 minutos, Horizontal. Caso de SETEM Navarra-Nafarroa**

Como idea inicial para el guión:

* Imágenes inicio de la acción. Se congrega la gene.
* INTERIOR de las 4 TIENDAS: Las personas activistas de la CRL se acercan a las tiendas, entran para gestionar la reclamación, hablan con las personas que atienden la tienda para la gestión y otras pueden hacerlo con las consumidoras.

EXTERIOR de las 4 TIENDAS: Se graban imágenes de fuera de la tienda quedan personas con carteles, repartiendo información y ofreciendo la posibilidad de hacer reclamación, a personas que entran o salen de la tienda o que estén cerca en la calle, sobre si saben que la tienda no ha firmado el acuerdo de por la seguridad de Bangladesh, y si les importa.

* PREGUNTAS: Se graba al menos 4-5 consumidores de las 4-5 marca las respuestas a las preguntas preparadas.

**PREGUNTAS: ¿Sabes que women´ secret no ha firmado el Acuerdo Internacional para la Salud y la Seguridad en la Industria Textil y de la Confección de Bangladesh? Qué te parece? ¿Es algo que te importa a la hora de consumir esta marca?**

* TESTIMONIO ACTIVISTA: se pregunta a activistas porque es importante movilizarse para el cambio de la industria de la moda y presionar para que las marcas sean más responsables.

**Propuesta: ¿Por qué es importante salir a la calle y exigir a estas marcas que firmen el Acuerdo?**

**Otras?**

* IMAGEN -RECURSOS: Se graba imagen los desplazamientos del grupo? Imágenes de los exteriores de la tienda, viandantes observando la acción, imágenes de los mensajes de los escaparates, etc.
* IMÁGENES cierre de la acción: imágenes lectura manifiesto, que se escuche las reivindicaciones.
* LOGOS, financiadores.

**VIDEO COMÚN. Duración 2,20 min (vertical, horizontal) subtitulado cast, eus, cat**

**Lo que graba cada SETEM se manda a SETEM Nafarroa para crear un vídeo común.**

Como idea inicial para el guión:

* INTERIOR TIENDA: Las personas activistas de la CRL se acercan a las tiendas, entran para gestionar la reclamación, hablan con las personas que atienden la tienda para la gestión y otras pueden hacerlo con las consumidoras.

EXTERIOR TIENDA: Se graban imágenes de fuera de la tienda quedan personas con carteles, repartiendo información y ofreciendo la posibilidad de hacer reclamación, a personas que entran o salen de la tienda o que estén cerca en la calle, sobre si saben que la tienda no ha firmado el acuerdo de por la seguridad de Bangladesh, y si les importa.

* PREGUNTAS: Activistas graban a consumidores de la marca las respuestas a las preguntas preparadas.
* RECURSOS: Se graba imagen los desplazamientos del grupo? Imágenes de los exteriores de la tienda, viandantes observando la acción, imágenes de los mensajes de los escaparates, etc

**PREGUNTAS:**

**¿Sabes que women´ secret no ha firmado el Acuerdo Internacional para la Salud y la Seguridad en la Industria Textil y de la Confección de Bangladesh?**

**¿Qué te parece? ¿Es algo que te importa a la hora de consumir esta marca?**

**4 -5 VIDEOS CAPSULA duración 30-90 segundos, (vertical, horizontal) subtitulado cast, eus, cat**

Propuesta:

1 video –capsula por cada una de las marcas objetivo con respuestas de las personas consumidoras de distintas ciudades. Saldría 1 video por cada una de las marcas

O se podría plantear el tener grabaciones de la misma marca en varias ciudades para que salga junto?

Así se podría mostrar imágenes de todas las marcas en todas las localidades donde se ha realizado la acción?

Cuestión: ¿Se tiene planteado en cada ciudad hacer todas las marcas?

Hay que ver cómo distribuir tiendas o preguntas según capacidad etc y repartir que ciudad graba en cada tienda- marca?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | WOMEN SECRET | SPRINFIELD | CORTEFIEL-PEDO DEL HIERRO | DECATHLON |
| PAMPLONA | SI | SI | SI | SI |
| VITORIA |  |  |  |  |
| MADRID |  |  |  |  |
| BARCELONA |  |  |  |  |
| CÓRDOBA |  |  |  |  |
| VALENCIA? |  |  |  |  |