



TARRAGONA
20-21 OCTUBRE 2017

DOSSIER DE PREMSA

TARRAGONA MARCA CIUTAT 2017

*El seminari de referència en màrqueting de
ciutats i territoris de Catalunya*

Tarragona, 20 i 21 d'octubre del 2017

www.marcaciutat.cat

TARRAGONA MARCA CIUTAT 2017

El seminari de referència en màrqueting de ciutats i territoris de Catalunya

Centre Tarraconense El Seminari

Tarragona, 20 i 21 d'octubre del 2017

www.marcaciutat.cat

La marca en clau interna: el paper de la marca per generar sentiment de pertinença entre els ciutadans

Des de fa anys, les ciutats s'han convertit en un dels principals pols d'atracció d'un país. Les ciutats, avui en dia, concentren les principals inversions, són un dels principals destins dels turistes i sobretot, són la imatge principal d'un país al món.

Per aquest motiu, les ciutats competeixen entre elles per tal de convertir-se en ciutat de referència, i així poder capitalitzar bona part de les energies culturals, econòmiques i emprenedores que el país genera. L'eina més útil perquè una ciutat tingui èxit, és el *citymàrketing*.

En aquest marc neix el Marca Ciutat, el seminari especialitzat en creació de marca de ciutat i destinacions més important que es realitza a Catalunya, que en la seva vuitena edició, repeteix seu a la localitat de Tarragona durant els dies 20 i 21 d'octubre del 2017.

El seminari té com a objectiu acostar les tècniques i noves tendències del màrqueting i la comunicació estratègica necessàries per tal

d'ajudar a les ciutats i destinacions a posicionar-se en un entorn competitiu.

El seminari Marca Ciutat s'ha convertit en una cita anual imprescindible per a responsables de turisme, promoció econòmica i comunicació així com per a professionals del màrqueting i la comunicació que treballin en el món del *citymàrketing* i *placebranding*.

A l'edició d'aquest 2017, l'eix central del seminari serà el paper de la marca d'una ciutat com a mecanisme capaç de generar i vertebrar un sentiment de pertinença cap a les pròpies localitats ("*La marca en clau interna: el paper de la marca per generar sentiment de pertinença*"), amb la participació de més d'una desena de ponents nacionals i internacionals per introduir i aprofundir en les principals tècniques del màrqueting de ciutats i *placebranding*.

Des de la seva creació, l'any 2009, el seminari Marca Ciutat ha disposat de quatre seus (Figueres, Roses, Torroella de Montgrí i Tarragona), i amb més d'un miler d'assistents entre tècnics d'administracions públiques, càrrecs polítics, responsables de promoció econòmica i publicistes, consultors en màrqueting i comunicació, i estudiants i professors de turisme, màrqueting, publicitat i relacions públiques.

Què és el seminari TARRAGONA MARCA CIUTAT?

Marca Ciutat és l'únic seminari que es realitza a Catalunya sobre *citymàrketing*, és a dir, sobre la utilització de les tècniques del màrqueting per posicionar una ciutat dins d'una xarxa global de ciutats.

Durant dos dies es reuniran a la localitat de Tarragona, els màxims especialistes en *citymàrketing* així com els responsables de promocionar la seva ciutat al món.

En aquesta vuitena edició, hem introduït un seguit de novetats que ajudaran als assistents al seminari, a aprofundir en les tècniques que utilitzen les ciutats més innovadores.

Què és el *citymarketing*?

El màrqueting, que s'ha aplicat tradicionalment a productes i serveis, d'un temps ençà s'ha vist que és una eina molt útil per a les ciutats. El *citymarketing* constitueix una estratègia de desenvolupament de la ciutat orientada a satisfer, millor que altres ciutats competidores, les necessitats dels usuaris actuals i futurs del conjunt dels serveis de la ciutat.

Concretament, el *citymarketing* desenvolupa quatre funcions bàsiques:

- Aconseguir una combinació òptima de les característiques i els serveis de la ciutat, des del punt de vista dels residents, visitants i inversors.
- Articular una oferta d'incentius que augmenti l'atractiu de la ciutat per als actuals i futurs usuaris dels serveis.
- Augmentar el sentiment de pertinença dels ciutadans
- Garantir un accés ràpid i eficient de la ciutat als mercats d'interès.

Què ens oferirà el seminari TARRAGONA MARCA CIUTAT?

El seminari MARCA CIUTAT reunirà els dies 20 i 21 d'octubre al Centre Tarraconense El Seminari de Tarragona els màxims experts en *citymarketing* així, com els artífex de les iniciatives més innovadores en el camp de la promoció i posicionament de les ciutats en la xarxa global de ciutats.

S'analitzaran de la mà de destacats especialistes en màrqueting, comunicació, urbanisme, comerç, promoció, publicitat, turisme, etc.

les eines més útils per aconseguir maximitzar els avantatges competitiu d'una ciutat i convertir-la una ciutat de referència.

A Tarragona s'analitzaran les experiències de les ciutats que han tingut més èxit en el seu posicionament i sobretot, aquelles que han sabut incrementar el sentiment de pertinença a través de la marca.

A qui s'adreça el TARRAGONA MARCA CIUTAT?

A tècnics d'administracions públiques: tècnics de promoció i turisme d'ajuntaments, diputacions o consells comarcals.

A càrrecs polítics responsables de promoció i turisme d'un ajuntament, d'una comarca, província, etc.

A gerents, directors o responsables de promoció i màrqueting turístic d'institucions turístiques, patronals turístiques, etc.

A publicistes, consultors en màrqueting i comunicació, dissenyadors, etc.

A estudiants i professors de turisme, màrqueting, publicitat i relacions públiques.

I en definitiva, a tothom que necessiti promocionar la seva ciutat amb eficàcia.

TARRAGONA MARCA CIUTAT 2017

Tarragona, 20 i 21 d'octubre del 2017

Centre Tarraconense El Seminari, Carrer de Sant Pau, 2, 43003

PROGRAMA

| DIVENDRES 20 D'OCTUBRE | |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 9.30 h | Acreditacions. |
| 10.00 h | Inauguració. |
| 10.15 h | " <i>La marca de ciutat com a element de cohesió i projecció</i> ", a càrrec de Martin Boisen , geògraf i consultor en <i>placebranding</i> . |
| 11.10 h | " <i>La marca amb, per i de la mà dels ciutadans</i> ", a càrrec de Toni Puig , professor de màrqueting públic a ESADE. |
| 12.00 h | Pausa-cafè. |
| 12.20 h | " <i>Sostenibilitat, ciutadania, marca i turisme sostenible</i> " a càrrec de Natàlia Ferrer , editora associada a <i>The Place BrandObserver</i> . |
| 12.50 h | " <i>Marca global, marca propera als ciutadans</i> ", a càrrec de César de la Cruz , director de Mitjans de Comunicació de l'Ajuntament de Madrid. |
| 13.45 h | Dinar. |
| 16.00 h | Experiències de marca en clau interna. Idees per a municipis. |
| 16.10 h | " <i>Repensa Lloret. O com redefinir la marca de la mà dels ciutadans</i> ", a càrrec de Jaume Dulsat , alcalde de Lloret de Mar. |
| 16.30 h | " <i>Llavaneres. Compartim privilegi</i> ", a càrrec d' Anna Sosa , regidora de Comunicació i Educació a l'Ajuntament de Sant Andreu de Llavaneres. |
| 16.10 h | " <i>El procés de la marca Tarragona</i> ", a càrrec d' Àngel Arenas , gerent del Patronat Municipal de Turisme de Tarragona. |
| 17.10 h | " <i>Viladecans. Posicionament extern i intern</i> " a càrrec de Marina Jarque , directora de Comunicació de l'Ajuntament de Viladecans. |
| 17.30 h | Taula rodona i torn de preguntes. |
| 18.00 h | Fi primera jornada. |
| | |

**Programa subjecte a modificacions i canvis aliens a l'organització.*

| DISSABTE 21 D'OCTUBRE | |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10.00 h | " <i>El relat, la clau de la marca interna</i> ", a càrrec de Pau Canaleta , director de seminari Marca Ciutat i consultor en comunicació. |
| 10.45 h | " <i>Explicar, comunicar la ciutat</i> " a càrrec de Lluís Pastor , director dels Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació de la Universitat Oberta de Catalunya. |
| 11.30 h | Pausa-cafè |
| 12.00 h | " <i>La imatge interna de marca a la xarxa</i> ", a càrrec de José Fernández , professor de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra, i Sara Vinyals , professora associada a la Universitat Pompeu Fabra. |

**Programa subjecte a modificacions i canvis aliens a l'organització.*

PREU INSCRIPCIÓ: 60 EUROS

Més informació: www.marcaciutat.cat

Inscripcions: info@marcaciutat.cat / 687525114

PONENTS

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Martin Boisen</p> <p>Geògraf, professor a la Universitat de Gronningen (Països Baixos). És assessor independent a <i>BOISEN: For the Love of Place</i> i cofundador de la consultora <i>Phønix: The International Place Branding Panel</i>. A més, és vicepresident d'<i>International Place Branding Association</i>.</p> <p>Durant els últims deu anys, Martin Boisen ha estat involucrat en el desenvolupament de més de 70 projectes relacionats amb <i>branding</i> per a ciutats i territoris.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



Toni Puig

Professor de màrqueting públic a ESADE i assessor en el desenvolupament i gestió de projectes de màrqueting per a ciutats i territoris. Va formar part de l'equip fundador de la revista *Ajoblanco*. És conferenciant de diferents institucions formatives com l'Institut de Ciències Polítiques i Socials (ICPS) o l'Institut Nacional de Administraciones Públicas (INAP).

A més viatja amb regularitat a l'Amèrica Llatina on exerceix com professor, conferenciant i assessor en gestió cultural i màrqueting urbà.



Natàlia Ferrer

Graduada en Periodisme i Negocis (Barcelona) i experta en polítiques de la comunicació (Londres i Nova Zelanda).

Actualment és editora associada a *The Place BrandObserver*, una publicació especialitzada en el *branding* de ciutats.



José Fernández

Llicenciat en Filologia Hispànica (UB), Llicenciat en Publicitat i Relacions Públiques (UAB) i Doctor en Ciències de la Comunicació (UAB).

Actualment és professor del departament de Comunicació de la UPF. Les seves línies d'investigació son el *placebranding*, la publicitat i les relacions públiques.




Sara Vinyals-Mirabent

Llicenciada en Publicitat i Relacions Públiques (UPF), màster en Comunicació Social (UPF). Professora associada a la Universitat Pompeu Fabra (UPF) i a la Universitat TecnoCampus Mataró-Maresme.

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>César de la Cruz</p> <p>Director de Mitjans de Comunicació de l'Ajuntament de Madrid. Llicenciat en Periodisme per la Universitat Complutense i postgrau en Màrqueting d'Internet per ICEMD-ESIC.</p> <p>Està especialitzat en comunicació digital, així com en formació de portaveus i gestió de crisi, i ha estat professor en diferents màsters.</p> |
|  | <p>Pau Canaleta</p> <p>Llicenciat en Història (UdG), diplomat en Estudis Europeus pel Ministeri d'Exteriors d'Espanya i màster en Marketing Polític (UAB).</p> <p>Consultor en comunicació estratègica per a governs, institucions i organitzacions.</p> <p>A més és coordinador del Màster de Comunicació política i institucional (UPF) i professor associat a la Universitat de Girona.</p> |
|  | <p>Lluís Pastor</p> <p>Doctor en Periodisme per la Universitat Ramon Llull, màster en Ciències de la Informació per la Universitat Autònoma de Barcelona i titulat en Direcció i Administració d'Empreses per l'IESE (Universitat de Navarra).</p> <p>Professor de la Universitat Oberta de Catalunya, la Universitat Ramon Llull i la Universitat de Girona.</p> |

EXPERIÈNCIES I TAULA RODONA

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Jaume Dulsat</p> <p>Graduat en Turisme (UdG) i màster MBA (FUDG). Ha estat gerent de la Fundació Carl Faust - Estació Internacional de Biologia Mediterrània (Blanes).</p> <p>Actualment és Alcalde de Lloret de Mar (Girona) i vicepresident del Patronat de Turisme Costa Brava Girona.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>Anna Sosa</p> <p>Regidora de Comunicació i Educació a l'Ajuntament de Sant Andreu de Llavaneres (Marseme).</p> |
|  | <p>Marina Jarque</p> <p>Directora de Comunicació de l'Ajuntament de Viladecans (Baix Llobregat).</p> |
|  | <p>Ángel Arenas</p> <p>Llicenciat en Sociologia i Ciències Polítiques per la Universitat Complutense de Madrid. Professor associat de la Universitat Rovira i Virgili (URV) de Tarragona.</p> <p>Actualment és el gerent del Patronat Municipal de Turisme de Tarragona.</p> |

ORGANITZA

