



## FUNDAMENTOS DEL CONCURSO

### Introducción

La Plata ha sido siempre una ciudad que llamó la atención de sus visitantes por su trazado planificado, su exquisito patrimonio arquitectónico fundacional y su impronta forestal y de espacios verdes. Sin embargo, desde su fundación, los platenses han desestimado el potencial de destino turístico regional que la ciudad inspira, postergando decisiones de planificación en este sentido y desaprovechando un puntal de Desarrollo Económico Local de gran magnitud, por su derrame y equidad en la distribución de los beneficios que otorga el sector.

El desafío comprende el reconocimiento de este potencial, la planificación correcta del posicionamiento de la ciudad en la región y el mundo, y la minuciosa ejecución del Plan Estratégico de Turismo Receptivo.

El Proyecto Marca Destino supone uno de los primeros pasos en la ejecución del Plan, porque determina los rasgos fundamentales de posicionamiento comunicacional y es el puntapié inicial de otros proyectos de comunicación vinculados (activos digitales de comunicación, señalética, merchandising, etc).

### Necesidad y producto esperado

La Plata necesita el desarrollo de su “marca destino”, apoyada en los atributos que la caracterizan y diferencian del resto de las ciudades de la región y es por eso que invitamos a diseñadores residentes en la Argentina para que aporten sus propuestas.

Esperamos recibir una marca gráfica que represente estos atributos y que la misma esté acompañada por un slogan, frase o “tagline” que invite a visitar, a conocer la ciudad de La Plata.

La marca gráfica será de libre uso, condicionada a respetar las directivas de un libro de estilos gráficos y será utilizada por todas las entidades que componen el ecosistema turístico y de congresos en la ciudad.

Por lo tanto, es una marca que convivirá con la imagen de instituciones de distinta índole en piezas gráficas variadas o inclusive de comunicación audiovisual o digital.

Se espera que el formato permita ampliaciones y reducciones que van desde un gigantismo o un formato de cartel en vía pública, hasta un pequeño sello en una landing o sitio web.

También es necesario prever formatos de utilización que van desde una versión full color hasta versiones en una sola tinta plana, debido a que las situaciones de utilización estarán sujetas a variables muy amplias por las hipotéticas posibilidades de reproducción de la misma.



## El proceso de construcción

La ciudad atravesó un proceso de consensos entre instituciones y actores que componen el ecosistema turístico de la ciudad, a través de talleres de construcción de la marca destino, para elaborar un documento de atributos de la ciudad que logró las adhesiones de todos los participantes.

En este sentido, se abordó la problemática, a partir de la presentación del Plan Estratégico de Turismo Receptivo elaborado por la Municipalidad de La Plata (PeTR2020) que se puede descargar desde el sitio web <http://marcalaplata.com>

Por otra parte, se tuvo en cuenta el resumen e informe final otorgado por el SITI y la consultoría abordada por la ciudad en el marco del Plan Estratégico La Plata 2030, a través del programa ICES (Iniciativa Ciudades Emergentes y Sustentables) del BID (Banco Interamericano de Desarrollo), cuyas conclusiones enmarcan el potencial de la ciudad en un turismo del tipo “Bleisure” - Bussiness + Leisure, es decir, turismo que combina congresos, estudios o negocios con ocio.

Las entidades adherentes al siguiente texto de conclusiones de los atributos de la ciudad, son: Municipalidad de La Plata, Universidad Nacional de La Plata, CONICET, Polo IT, FELP (Federación Empresaria La Plata), CAME (Confederación Argentina de La Mediana Empresa), Cámara de Turismo Regional La Plata, Cámara Argentina de Turismo, PULPA Asociación de Gastronomicos, AEHG (Asociación de Empresarios Hoteleros Gastronómicos La Plata), ACRA (Asociación Cocina Regional Argentina), Ministerio de Turismo de la Prov. de Bs. As., ADCV BA (Asociación de Diseñadores en Comunicación Visual Provincia de Buenos Aires).

## Atributos de nuestra ciudad

La Plata es una ciudad del conocimiento. Sus universidades, su patrimonio cultural, arquitectónico y urbanístico, la definen como una ciudad iluminada.

Desde su planificación en manos de ingenieros masones que aplicaron sus conocimientos en la proyección de una capital provincial que valió premios y reconocimientos internacionales, hasta el actual posicionamiento como una de las ciudades universitarias y de investigación preferidas por estudiantes de todo el país y el continente.

La más completa y abarcativa red de laboratorios y centros de investigación conformada por CONICET, CIC y UNLP, relaciona a La Plata, con descubrimientos para todo el mundo. Desde la ciencia dura, hasta la ciencia aplicada, todo el conocimiento del talento local.

Industrias culturales y de servicios basados en conocimiento se expanden a partir del talento y los recursos humanos de artistas, músicos, diseñadores, desarrolladores de software y productores audiovisuales o de videojuegos que logran el éxito nacional e internacional.

Ancestrales conocimientos aplicados a la producción de alimentos se arraigaron en nuestro cordón frutihortícola para desarrollar el más importante eje flori-fruti-hortícola del país, con productos icónicos como el alcaucil, el tomate, el huevo o las flores de corte, entre otros.



La Plata es una ciudad multicultural, con variada gastronomía que aprovecha los productos de su tierra, con una reconocida cerveza artesanal que crece día a día.

Conocimientos aplicados a la forma de producir y ofrecer experiencias gastronómicas distintas, propias, inolvidables.

La Plata es una ciudad con cultura artística. Teatros de excelencia, museos emblemáticos, cine, centros culturales y espacios de expresión musical con una cargada agenda anual, escenarios de reconocidos artistas locales, regionales e internacionales. El conocimiento transformado en arte y cultura, invade cada rincón de la ciudad.

El primer parque temático educativo del mundo es la República de los Niños. Sus 50 hectáreas disponen espacios educativos que van desde la cría de animales en granjas hasta la educación vial, desde el funcionamiento de un parlamento en miniatura hasta la visita de una zona aeroportuaria y un avión real. El aprendizaje de los niños, la vinculación con el conocimiento del funcionamiento de una sociedad en miniatura a partir de lo lúdico, proyectan este emblemático espacio a nivel regional e internacional.

#### **Atributo principal a comunicar:**

- Ciudad del Conocimiento
- Conocimiento aplicado a la vida diaria, a la investigación, a la producción de arte y cultura, a la educación, al trabajo, a la generación de riqueza.

#### **Otros aspectos importantes**

- Cultura. Artes plásticas. Música. Museo. Teatro. Gastronomía.
- Patrimonio arquitectónico y urbanístico. Traza. Edificios emblemáticos. Monumentos.
- Naturaleza. Productos de la tierra. Reservas ecológicas. Cordón verde.

#### **Frases disparadoras**

- ✓ La Plata es una ciudad para descubrir, para recorrer, para visitar.
- ✓ La Plata es una ciudad para vivir y para volver.
- ✓ La Plata te espera.