



Área de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones

EL AYUNTAMIENTO PONE EN MARCHA UN CONCURSO PARA DISEÑAR LA MARCA CIUDAD DE MÁLAGA DIRIGIDO A PROFESIONALES NACIONALES E INTERNACIONALES DEL 'BRANDING'

Se hará a través de Promálaga, con un jurado compuesto por expertos y profesionales

El objeto del concurso es la conceptualización y creación de la marca, así como la creación de su identidad visual

El ganador obtendrá un contrato valorado en 75.000 euros más IVA para el desarrollo de su propuesta

17/01/2022.- El Ayuntamiento de Málaga, a través de Promálaga, ha puesto en marcha un concurso público para desarrollar una marca ciudad, la marca territorio Ciudad de Málaga. El objeto del concurso es la conceptualización, diseño y construcción de la marca ciudad de Málaga, así como la creación de su identidad visual.

Esta licitación ha sido presentada hoy por la concejala delegada de Turismo, Promoción de la Ciudad y Captación de Inversiones, Rosa Sánchez, acompañada del experto en *branding* Daniel Vico, profesional malagueño contratado para el asesoramiento técnico necesario para la elaboración de los pliegos y bases del concurso.

Esta iniciativa responde a la necesidad de contar con una marca territorio que represente a todos los sectores y a la ciudad de Málaga en todas sus dimensiones, con una mirada transversal capaz de aglutinar todos los puntos de vista de ciudadanos, visitantes, empresas e instituciones. El objetivo es disponer de una marca que abrace a toda la ciudad; una marca global que posicione a Málaga en el contexto de los territorios, capaz de competir en el mundo, que refleje su identidad múltiple, que visibilice los valores y propósitos que hacen de Málaga una ciudad única.

Es por ello que la marca debe identificar a Málaga, teniendo en cuenta su contexto histórico, cultural, económico, social y ambiental; posicionar la imagen de la ciudad en el ámbito local, nacional e internacional; influir positivamente en la cultura de toda la ciudadanía de Málaga; y, a la vez, integrar a los ciudadanos, lograr que se identifiquen con la marca y sientan que la misma les representa dentro y fuera de la ciudad.



BASES DEL CONCURSO

El concurso se rige por el principio de libre concurrencia y está abierto a empresas y profesionales de ámbito nacional e internacional. Se desarrollará en dos fases, y contará con la participación de un jurado compuesto por siete expertos y profesionales del *branding*, el diseño y la comunicación a nivel nacional:

- Cristina Vicedo Álvarez (presidenta del Jurado). Presidenta de la asociación AeBrand, CEO y fundadora de la agencia creativa Sincerely y directora académica del Instituto de Empresa.
- Antonio Herráiz Pacheco. Director creativo en Antonio Herráiz Publicidad y Diseño, SL.
- Juan Aguilar Jiménez. Docente e Investigador de la Universidad de Málaga. Director de Creative Lab en la Universidad de Málaga.
- Alfonso Simón. Docente en la Escuela de Arte San Telmo de Málaga.
- Mónica Moro. Presidenta del Club de Creativos. Directora general creativa en McCann Spain. Consultora independiente.
- Idamor Fernández. Consultor en creatividad y estrategia de marca. Vocal en la Asociación Andaluza de Diseñadores (AAD).
- Jesús Espino González. Director general de Comunicación del Ayuntamiento de Málaga.

FASES DEL CONCURSO

La primera fase consta de la inscripción, que tendrá un plazo de 20 días a partir de la licitación y la selección de cinco finalistas. Éstos pasarán a una segunda fase, en la que deberán desarrollar un anteproyecto de la conceptualización, diseño de la imagen visual de marca ciudad Málaga. Los cinco finalistas serán remunerados con 5.000 euros por su participación y el desarrollo de las propuestas. Para ello, recibirán un *briefing* cuyo contenido debe ser la base del desarrollo de las propuestas.

Este *briefing*, que será el punto de partida de la marca Málaga, se ha realizado a partir de varios meses de trabajo en el que han participado personas que representan a toda la sociedad malagueña. Incluye testimonios de personas relacionados con los distintos ámbitos y sectores de la vida de la ciudad: institucional, económico, cultural, empresarial, educativo, político, deportivo, etcétera.

Los anteproyectos deberán incluir una memoria descriptiva (propuesta estratégica, plataforma de marca, posicionamiento y conceptualización creativa de la marca, propuesta gráfica, propuesta de desarrollo, propuesta de acciones para el lanzamiento e implementación del *briefing*...) y una propuesta de organización del servicio a prestar teniendo en cuenta la fase de lanzamiento e implantación de la marca (debe incluir propuesta de calendario de ejecución en función de las especificaciones del *briefing* y recursos humanos).

Las propuestas serán estudiadas por el jurado, quien, en el plazo de un mes a partir de la recepción de los anteproyectos, fallará el resultado dando por





concluido el concurso. En una fase posterior a este concurso, el procedimiento continuará con la contratación al ganador, por parte de Promálaga, del proyecto de creación de marca y desarrollo de estrategia de lanzamiento e implantación por un importe de 75.000 euros más IVA.