



El concurso, promovido por la Comunidad y el Ayuntamiento de Madrid, está convocado por la Asociación Turismo de Madrid

---

## Arranca el concurso para crear la marca única Madrid como destino turístico

- Está dotado con 70.000 euros para la propuesta ganadora
- El plazo de presentación de credenciales se abre desde hoy hasta el 18 de abril
- Un jurado elegirá, de un máximo de 20, la mejor propuesta para una logomarca e idea que comunique Madrid
- La ATM es una entidad integrada por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de la capital y empresas del sector

**7 de abril de 2016.-** La Asociación Turismo de Madrid ha abierto un concurso de ideas con el fin de crear una nueva marca paraguas que aúne todos los atractivos turísticos de la capital y del conjunto de la región y de este modo hacer llegar al mayor número de personas que Madrid es un destino imprescindible, lleno de propuestas y experiencias y en un entorno acogedor.

Las propuestas presentadas para crear la marca y el *claim* de Madrid deberán ser realizables y factibles, comprender toda la oferta que el turista encuentra en la ciudad y la región, deberán tener vocación de largo plazo y además ser capaz de atraer a más y mejores turistas internacionales. El ganador del concurso cederá la propiedad intelectual y el uso a la ATM.

El organismo convocante del concurso es la ATM -una entidad integrada por la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de la capital y empresas del sector-, que ha nombrado a la Asociación de Marketing de España (MKT) y a la Asociación de Diseñadores de Madrid (DIMAD) como oficina técnica para llevar a cabo este proceso. Las bases del concurso se pueden consultar en [www.madridnetwork.org](http://www.madridnetwork.org), [www.asociacionmkt.es](http://www.asociacionmkt.es) y [www.dimad.org](http://www.dimad.org)



El procedimiento consta de dos fases. En la primera, que se abre hoy, jueves, 7 de abril, se inicia el plazo para recibir todas las credenciales técnicas y administrativas. El plazo de recepción, a través del correo [marcamadrid@madridnetwork.org](mailto:marcamadrid@madridnetwork.org), terminará el 18 de abril.

El 6 de mayo se dará a conocer los seleccionados que pasan a la segunda fase. Estos tendrán hasta el 3 de junio para presentar sus propuestas de creación de la marca única Madrid. La entrega de los documentos será en la sede de la ATM en la calle José Abascal, 56, 3ª puerta. El fallo del jurado se comunicará a partir del 20 de junio. El proyecto ganador resultará premiado con 70.000 euros para desarrollar su propuesta.

El proyecto ganador será elegido por un jurado que decidirá cuál es la propuesta más idónea entre un máximo de 20. El jurado estará compuesto por técnicos profesionales con experiencia y reconocido prestigio en el sector, un representante de la Comunidad de Madrid, uno del Ayuntamiento, tres de representantes de tres empresas de la ATM, tres representantes designados por la MKT y tres por la DIMAD.

#### **PUERTA DE ENTRADA**

El director general de Turismo, Carlos Chaguaceda, ha explicado hoy que con la creación de esta marca única se persigue que Madrid sea considerada como la puerta de entrada y de distribución del turismo internacional hacia otras regiones, tras señalar que la Comunidad de Madrid tiene una excelente oferta turística de primer nivel tanto en calidad como en variedad.

“Madrid posee tres ciudades Patrimonio de la Humanidad, tres museos de relevancia internacional, una gastronomía inigualable, gran riqueza natural, ocio nocturno, una forma única de vida. Cuenta con todos los ingredientes para ser un gran producto turístico, y lo es, el reto es añadir una marca que potencia y amplíe su capacidad de influencia”, ha destacado Chaguaceda.

En este sentido, el director general ha recordado que la Comunidad de Madrid atrae a turistas internacionales, en su mayoría europeos (un 50 por ciento), pero también de EE.UU, China y Japón con poder adquisitivo para gastar en destino, tanto jóvenes como mayores de 25 años. “Con la marca Madrid se busca atraer turismo de calidad, con capacidad de gasto”, ha incidido Chaguaceda.

Por su parte, la directora general del Área de Turismo de Madrid Destino (Ayuntamiento de Madrid), Mar de Miguel, ha señalado que “la creación de una marca que actúe como paraguas de todos los destinos de la región es una de las prioridades que señaló el Plan Estratégico de Turismo y que vuelve a resaltar el Plan de Marketing de la ATM”.



“Si queremos situarnos donde nos corresponde como destino turístico a nivel mundial, agentes públicos y privados madrileños tenemos que identificar y seleccionar cuales son los atributos y valores de la marca Madrid y, en consecuencia, sobre esa base, crear la nueva marca”, ha explicado la directora general.

“Esta marca busca mejorar el posicionamiento de Madrid y su Comunidad como destino turístico facilitando una mejor comunicación y difusión de todos los recursos turísticos de la ciudad y la región como la gastronomía, compras, cultura y negocios de una forma conjunta. Será la clave en el éxito de la marca el compromiso de todos los actores, públicos y privados, en su promoción y difusión”, ha destacado De Miguel.