

04.12.2023

BRIEF **LOGO** +
SLOGAN MAMAIA

CONTEXT

Ca parte a unui efort pe termen lung de rejuvenare a brandului turistic Mamaia, OMD Mamaia-Constanța intenționează să dezvolte elemente de identitate vizuală (logo, aplicații, cromatică) și un slogan care să reprezinte brandul acestei stațiuni fanion a României în următorul său stadiu de dezvoltare.

Mamaia este o stațiune cu background regal: reședința Reginei Maria, zona hotelului Rex, Cazinoul sunt câteva dintre landmark-urile care aduc până la noi povestea fondării unei stațiuni în care burghezia (în special bucureșteană) venea să se afișeze alături de aristocrație, dar și să se bucure de una dintre cele mai mari și mai frumoase plaje ale Mării Negre pe limba de nisip dintre mare și lacul Siutghiol.

Anii 1960-80 au adus o sistematizare și dezvoltare unitară, ordonată și modernă a stațiunii sub „bagheta” marelui arhitect Cezar Lăzărescu, cel care, inspirat de modernismul occidental, a creat o bijuterie turistică destinată în special turiștilor occidentali (în special datorită prețurilor subvenționate, foarte mici), dar și românilor dornici de experiențe „ca-n filme”. Comunicarea în acea perioadă era axată pe romantism – veneai la Mamaia ca să te îndrăgostești. Ei descopereau astfel o lume nouă și fascinantă, ca-n filme, iar plimbările pe faleză cu atmosfera vibrantă, glamour, „din altă lume” sunt și acum puncte luminoase în amintirile din copilărie ale multor români, laolaltă cu nisipul fin și pozele cu barca.

Perioada tranziției a fost una în care regimul de proprietate s-a schimbat și stațiunea a decăzut, trecând în modul „exploatare fără investiții”. Lucrurile s-au schimbat iarăși într-o bună perioadă în anii 2000-2015 cu petreceri, vedete, artiști invitați, cu deschiderea cluburilor din Nord. O „epocă nebună” în care stațiunea a devenit „fiță”, un pol monden, de party și distracție, un loc în care „trebuia să fii”. În același timp însă, orientarea prea puternică pe party în defavoarea distracțiilor de familie și spectacolele cu mare ecou, dar gust îndoielnic, au transformat Mamaia într-o stațiune mai degrabă de weekend. Între timp, fițele au început să fie mai mult satisfăcute în străinătate pe măsură ce veniturile românilor au crescut, în timp ce datorită unei gândiri foarte oportuniste a administrației, s-au înmulțit proprietățile rezidențiale.

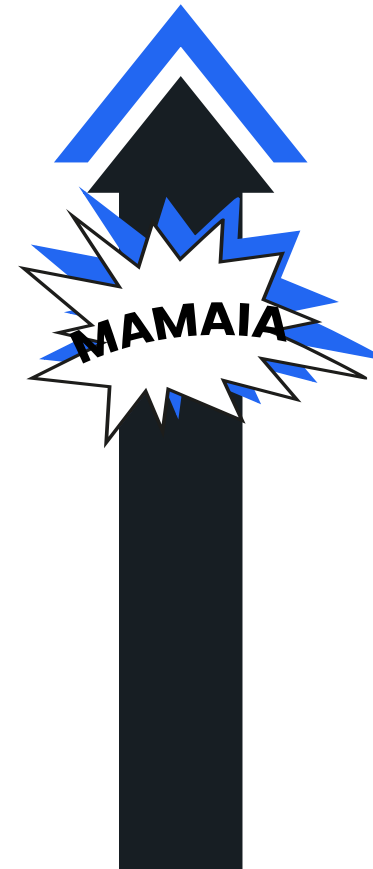
Viziunea pentru viitor a Mamaiei este să redevină un pol al distracției estivale, pentru toate vârstele. Un loc unde „să fii” atât prin spectacole, festivaluri, happening-uri, dar și de distracție pentru toți prin extinderea amplă a spațiilor verzi amenajate între hoteluri și plajă.

Acest viitor are nevoie de o identitate vizuală și un slogan care să sintetizeze promisiunea stațiunii pentru oaspeții săi.

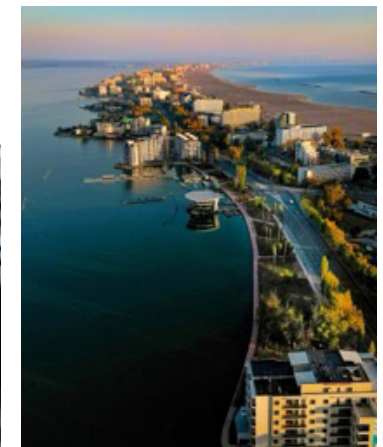
PUBLIC ȚINTĂ

- Mamaia este o stațiune mare și diversă, un punct forte și unul dintre factorii-cheie pentru succesul brandului său. Aceasta nu țintește un anumit tip de public, ci mai degrabă o stare: starea de distracție.
- Mamaia este o stațiune pentru români activi de toate vârstele, care caută o mare diversitate de experiențe având în comun distracția, bucuria vieții, încântarea simțurilor și intensitatea.
- Mamaia are nevoie și de turiști străini, nu neapărat din considerente economice, cât pentru atmosfera și vibe-ul pe care îl creează. Turiștii străini ar trebui să fie atrași de libertate și distracție, pentru ei Mamaia fiind o stațiune unde te poți distra mult cu bani relativ puțini.

DISTRACȚIE



RELAXARE



POZIȚIONARE

PENTRU...

- Oameni activi de toate vârstele, cu spirit tânăr, în căutarea distracției vara la mare

MAMAIA ESTE...

- Cea mai importantă stațiune de pe litoralul românesc al Mării Negre

CE OFERĂ...

- Funcțional: Valuri de distracție. Mamaia este polul distracției estivale pentru toate vârstele
- Emoțional: lubești viața și o trăiești cu bucurie și scîlpire
- Social: Parte dintr-o "lume magică" unde te simți special

DATORITĂ...

- Atracțiilor de tot felul pe malul mării ce-ți vrăjesc simțurile și stimulează o experiență incitantă, ca-n filme
- Vedete românești și internaționale cu care te poți întâlni la tot pasul - "regi și regine" ale entertainmentului de toate felurile - și tradiției regale
- Landmarks (e.g. telegondola, pasarelele, plaja)

ARHETIP

Mamaia este un Magician (te uimeste, te „vrajeste”, te transforma dintr-un om preocupat, într-o persoană mai frumoasă, mai „vie”, mai fără griji).

Poate avea în secundar și note de „Rege” (prin faima și tradiție) sau de „Jester” (prin orientarea spre distracție)



PRACTIC... CE NE DORIM

LOGO

- Un logo original care să atragă atenția (inclusiv cromatică)
- Să comunice instant vibe-ul de distracție la mare
- Să exprime personalitatea flamboyantă pe care o are Mamaia

SLOGAN

- Un slogan original și memorabil în română și engleză
- Care să exprime foarte succint esența poziționării dorite

CRITERII PENTRU SUCCES ÎN CONCURS (pereche logo + slogan)

A. Impact (40%)

- Cât de mult atrage atenția
- Originalitate

B. Exprimarea brandului (40%)

- Cât de bine exprimă poziționarea
- Cât de bine exprimă personalitatea plină de viață dar totuși elegantă pe care o merită Mamaia

C. Portabilitate (20%)

- Cât de ușor se poate declina pe diverse materiale
- Cât este de rezistent în timp ("timeless")
- Cât de ușor este de tradus în diferite limbi (sloganul)

Câștigătorul concursului va avea responsabilitatea de a dezvolta un **manual de identitate vizuală**, cuprinzând:



Logo



Slogan



Cromatică



Instrucțiuni Utilizare

Aplicații corecte și greșite, separat și împreună, color și monocrom, pe diverse materiale (cărți de vizită, prezentări, postere, standuri, broșuri, pagini web, cover pages social media etc.)



Expresie vizuală

Stil vizual, fotografic, etc.

CUM SE VA DESFĂȘURA CONCURSUL

Concursul va
avea **4 etape:**

- 1** **Înscrierea în concurs a propunerilor de logo și slogan se va face prin** completarea formularului disponibil pe site-ul www.concurslogomamaia.ro.
- 2** **Selectarea de către juriu a unui număr de 10 propuneri (logo și slogan).** Selectarea propunerilor se va face în baza votului juraților și a respectării briefului de creație de către participanți.
- 3** **Vot public desfășurat online pe platforma www.concurslogomamaia.ro pentru cele 10 propuneri selectate de către juriu.** Fiecare vizitator unic poate vota o singură propunere de logo și slogan, în funcție de preferință. Se va lua în considerare un singur vot pentru o adresă permanentă de email validată. Organizatorii își rezervă dreptul de a elimina voturile frauduloase.
- 4** **Selecția finală a trei propuneri de logo și slogan.** Selecția finală a celor 3 propuneri se face luând în considerare în punctajul final 40% vot public și 60% vot juriu. Toate cele 3 propuneri selectate în această etapă vor fi remunerate. În această remunerație este inclusă și posibilitatea revizuirii propunerii conform unei runde de feedback din partea juriului.