

Nota de premsa

Terrassa, 7 d'abril de 2022

La nova marca turística «Terrassa» vol reforçar el patrimoni industrial i el caràcter d'avantguarda de la ciutat

Fruit del Pla de Màrqueting Turístic de la ciutat, la nova marca pretén projectar la ciutat i posar en valor el caràcter únic del municipi i la seva transformació permanent

Aquest migdia s'ha celebrat a la Sala Muncunill la presentació de la nova imatge gràfica turística de la ciutat de Terrassa. Una proposta que vol posar l'accent en la singularitat del patrimoni de la ciutat, industrial i modernista, i com Terrassa ha sabut mantenir el seu caràcter amb el pas del temps, en transformació permanent, mantenint el valor del seu caràcter com a ciutat. La nova imatge de marca que s'ha presentat ha d'esdevenir el paraigües de tota la diversitat de productes i ofertes turístiques existents de la ciutat i posar en valor Terrassa com a ciutat viva, moderna i amb un extens i valuós patrimoni industrial, com a tret identitari.

La nova marca turística és fruit del Pla de Màrqueting Turístic de Terrassa, aprovat en el Ple del mes de març de l'any 2021 per unanimitat de tots els grups municipals, com un document que analitzava la situació del sector turístic a la ciutat i establia les principals accions i línies d'actuació per millorar Terrassa com a destinació turística. Aquest pla, preveia la definició d'objectius i estratègies per incrementar la projecció i l'atractivitat de l'oferta turística de Terrassa i va comptar amb la col·laboració dels agents públics i privats del sector. En el document, s'inclouia també la renovació de la marca turística, com un element important d'aquesta estratègia per a la projecció turística de la ciutat.

La proposta gràfica, que ha estat elaborada per la Consultoria de Comunicació Estratègica Pau Canaleta, posa l'accent en el caràcter únic de Terrassa, amb passat industrial, com un fet diferencial amb d'altres ciutats d'arreu del món, i que ha continuat creixent demogràficament malgrat les crisis, i ha sabut reinventar-se, evolucionar, recuperar el seu patrimoni i donar-li nous usos. Terrassa, com a exemple de ciutat en transformació i en canvi permanent.



terrassa.cat



/ajterrassa



@ajterrassa



@ajterrassa

Per a l'alcalde de Terrassa, Jordi Ballart, la nova marca: **«És la representació de tot allò que vol projectar cap a l'exterior la ciutat, forjat gràcies a elements com el jazz, el cinema, la dansa, l'hoquei, el modernisme, la universitat, els museus, els mercats, el patrimoni arquitectònic tèxtil, les colles castelleres, l'audiovisual, l'entorn natural o el comerç, entre molts d'altres, i que ens posicionem com a destinació turística atractiva, sostenible i de qualitat».** Per a l'alcalde, a més, la nova marca: **«Ens identifica amb uns valors, adaptats a la nova conjuntura mundial mantenim el que hem estat, el que som i el que volem ser: una ciutat més justa, bonica i oberta al món».**

Proposta gràfica

Visualment, la nova marca concreta un relat visual basat en un element comú de molts elements patrimonials de la ciutat, les voltes, i el lliga amb la idea que els set districtes de la ciutat fan una sola ciutat, representant-los amb set voltes de diferents característiques. Una idea que permet fer múltiples combinacions aleatòries per aconseguir la sensació de dinamisme, de ciutat en moviment i en transformació permanent. El passat industrial de Terrassa, amb edificis que li confereixen un caràcter únic, com el Vapor Aymerich, Amat i Jover, la Masia Freixa o l'Escola Industrial comparteixen aquest element comú, però que també es troben en edificacions com les esglésies de la Seu d'Ègara o el Castell Cartoixa de Vallparadís.

Així, amb aquest element com a fil conductor i tenint en compte l'extensió dels districtes, s'ha dibuixat una volta per a cadascun d'aquests, creant una sola ciutat sota la marca i el nom de Terrassa, presentat en color terrós, fruit de la combinació del color castell de terra (Pantone 7599 C) i el to vermellós del maó de la indústria (Pantone 7416 C).

Amb aquesta idea, s'han plantejat diferents aplicacions en aquells àmbits municipals referents al turisme de la ciutat: turisme, Fira Modernista o Terrassa Gastronòmica, així com un lema associat, que resumeix la imatge turística que es vol projectar "Terrassa, Patrimoni industrial, Caràcter d'avantguarda".

El regidor de Turisme, Pep Forn, explica que la proposta: **«És l'expressió de la identitat de la ciutat i dona resposta a l'estratègia de comunicació de Terrassa com a destinació turística global i oberta».** En aquest sentit, el regidor, ha volgut posar en valor que el resultat: **«És fruit de la participació activa de les entitats i empreses de la Taula de Treball de Turisme de Terrassa, que es van implicar en el Pla de Màrqueting Turístic 2021-2023, impulsat per l'Ajuntament i la Diputació de Barcelona».**

Aplicacions

TERRASSA

GASTRONÒMICA
TERRASSA

TURISME
TERRASSA

FIRA MODERNISTA
TERRASSA

TURISME
TERRASSA