

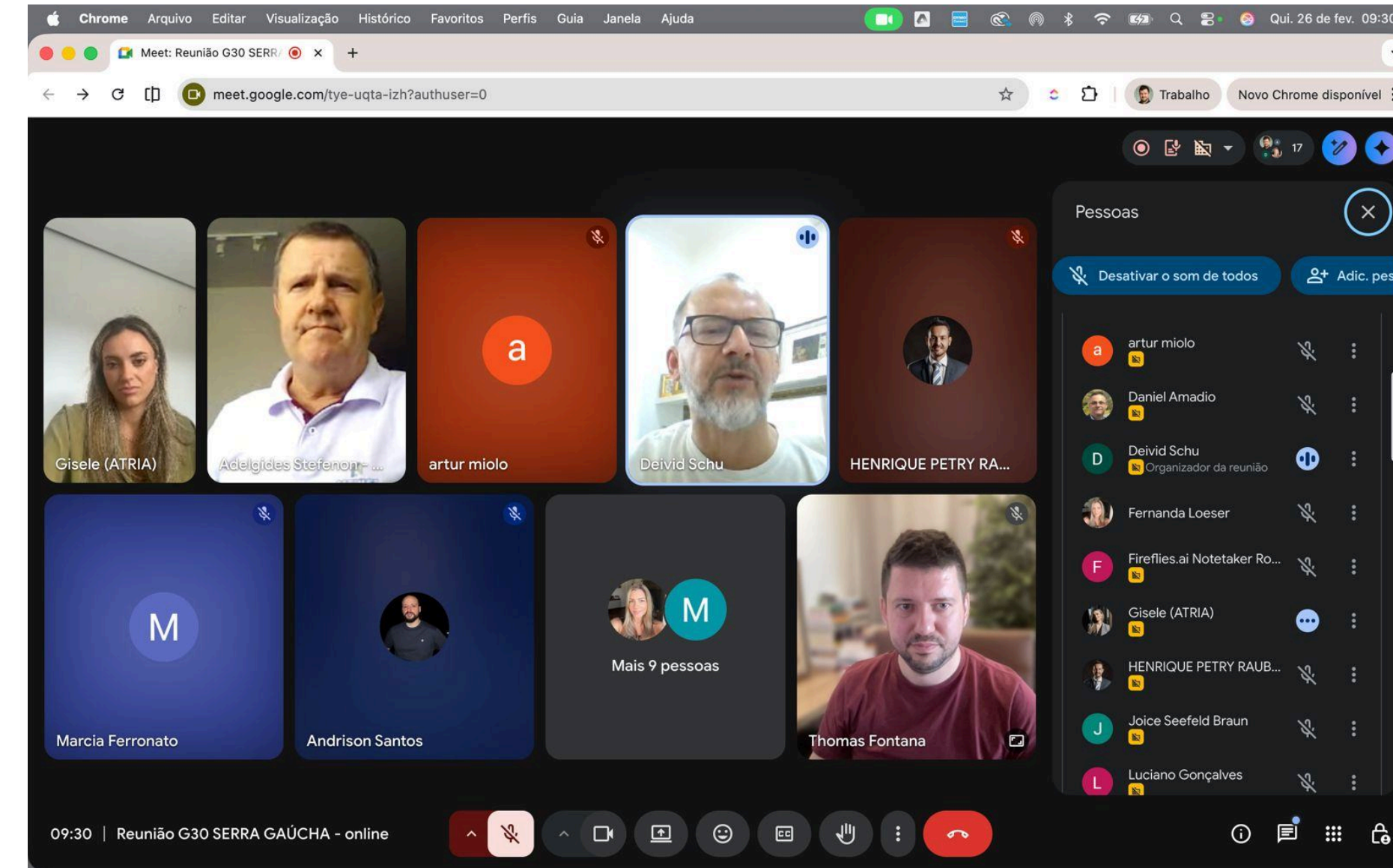
ATRIA

+



+

Somos ^{RS}



O processo

Dinâmica presencial 04/02 - Galópolis

Dinâmica online 26/02

Formulário digital - 58 respostas



Contexto do projeto

A Serra Gaúcha é um dos destinos turísticos mais reconhecidos do Brasil, com forte presença nacional e crescente projeção internacional. A região reúne atributos culturais, naturais, econômicos e simbólicos que a tornam única no país.

Este projeto tem como **objetivo desenvolver a marca oficial da Serra Gaúcha, a ser aplicada como selo e identidade institucional do destino, representando o território em diferentes frentes: turismo, negócios, produtos e serviços.**

O desenvolvimento será realizado por meio de concurso aberto, seguindo as diretrizes estratégicas consolidadas nesta etapa de escuta com lideranças do setor.



Objetivo da marca

A marca deve:

Representar a essência do território

Unificar as diferentes regiões sob um mesmo guarda-chuva simbólico

Gerar reconhecimento imediato

Agregar valor a produtos, serviços e empreendimentos

Transmitir confiança, qualidade e pertencimento

Ser perene, atemporal e estratégica

A marca não é apenas promocional.
Ela é um ativo de reputação e governança do destino.

O que torna a Serra Gaúcha única

Com base nas contribuições dos grupos, os principais diferenciais são:



Natureza e território

- Paisagens de altitude
- Clima com quatro estações
- Beleza natural marcante



Cultura e identidade

- História
- Formação étnica
- Tradições
- Empreendedorismo
- Valores ancorados em fé e trabalho
- Arquitetura autêntica



Enogastronomia

- Vinho
- Espumante
- Gastronomia de origem



Entretenimento e experiências

- Parques e atrações
- Eventos
- Experiências turísticas

Essência do território

A marca deve representar:

- Orgulho
- Pertencimento
- Segurança
- Prosperidade
- Confiança

A Serra Gaúcha é percebida como:

- Autêntica
- Elegante (sem ostentação)
- Tradicional (sem ser antiquada)
- Sofisticada e acolhedora
- Forte, resiliente e perene
- Inovadora e tradicional ao mesmo tempo

É uma região que une:

- Cultura
- Natureza
- Estrutura
- Trabalho
- Experiência

Públicos da marca

A marca deve dialogar simultaneamente com:

- Turista nacional
(de diferentes regiões e distâncias)
- Turista internacional
(com prioridade para América Latina)
- Produtor local
- Investidor
- Morador (comunidade)

O que cada público deve entender ao ver o selo:

Turista

Aqui é acolhedor, tem qualidade, é autêntico e seguro.

Investidor

Aqui há previsibilidade, crescimento, fluxo consolidado e retorno.

Produtor

Essa marca agrega valor ao meu produto.

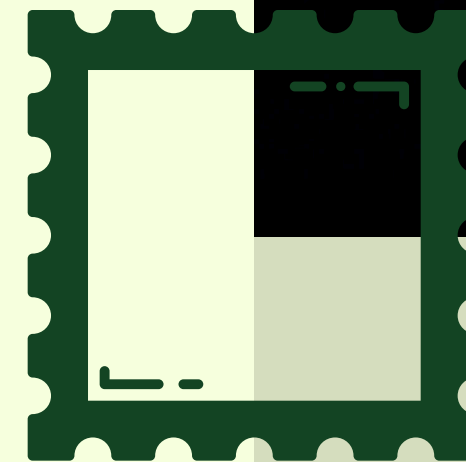
Morador

Essa marca me representa.

O que o selo deve garantir

A marca deve funcionar como um certificado de compromisso explícito com:

- Qualidade
- Origem
- Procedência
- Sustentabilidade
- Profissionalismo
- Experiência consistente e segura
- Governança responsável



Deve transmitir:

- Confiança
- Segurança
- Autenticidade
- Comprometimento
- Felicidade



Limites e exclusões

Não poderão utilizar o selo:

A marca exige critérios claros de adesão e governança.

*Os itens ao lado representam diretrizes iniciais já identificadas neste processo, **devendo ser complementados, ajustados e aprofundados a partir da estrutura de governança da marca***

Empreendimentos irregulares

Produtos sem qualidade

Serviços que representem risco de imagem

Negócios que não dialoguem com a identidade do destino

Turismo sexual

Cassinos irregulares / bets

Campanhas políticas

Produtos ilícitos

Produtos que não tenham vínculo com a Serra Gaúcha

Atividades que não passem pela governança da marca

Personalidade da marca

A marca É:



- Autêntica
- Elegante
- Acolhedora
- Perene
- Forte
- Confiável
- Representativa
- Genuína
- Desejada
- Democrática
- Convidativa
- Segura
- Impactante
- Verdadeira

A marca NÃO É:



- Arrogante
- Fake europeia
- Caricata
- Folclórica
- Escandalosa
- Brega
- Fria
- Genérica
- Temática
- “Turistona”
- Hype ou “modinha”
- Ostentosa
- Superficial

Diretrizes criativas

O desenvolvimento deve considerar:

- Marca com potencial de selo e sistema visual
- Alta legibilidade e aplicabilidade
- Capacidade de unificar as três regiões (evitar fragmentação territorial ou criação de sub-marcas regionais)
- Uso em produtos, serviços e comunicação institucional
- Flexibilidade e versatilidade
- Força simbólica



Tom e expressão

A marca deve soar:

- **Séria e confiante**
- **Elegante**
- **Alegre e agradável**
- **Acolhedora e madura**
- **Orgulhosa sem arrogância**
- **Tradicional sem ser antiquada**
- **Sofisticada sem ostentação**

Entregáveis esperados no concurso

Os participantes deverão apresentar:

- 01 Conceito estratégico da marca
- 02 Justificativa alinhada ao briefing
- 03 Identidade visual completa (logo + sistema)
- 04 Aplicações do selo
- 05 Diretrizes básicas de manual



Norte estratégico

A marca Serra Gaúcha deve representar:

Um território que combina tradição e inovação, natureza e estrutura, cultura e prosperidade, entregando experiências autênticas com padrão internacional.

Ela deve ser:

Perene
Representativa
Confiável
Desejada

OBRIGADO

ATRIA +  + *Somos*^{RS}