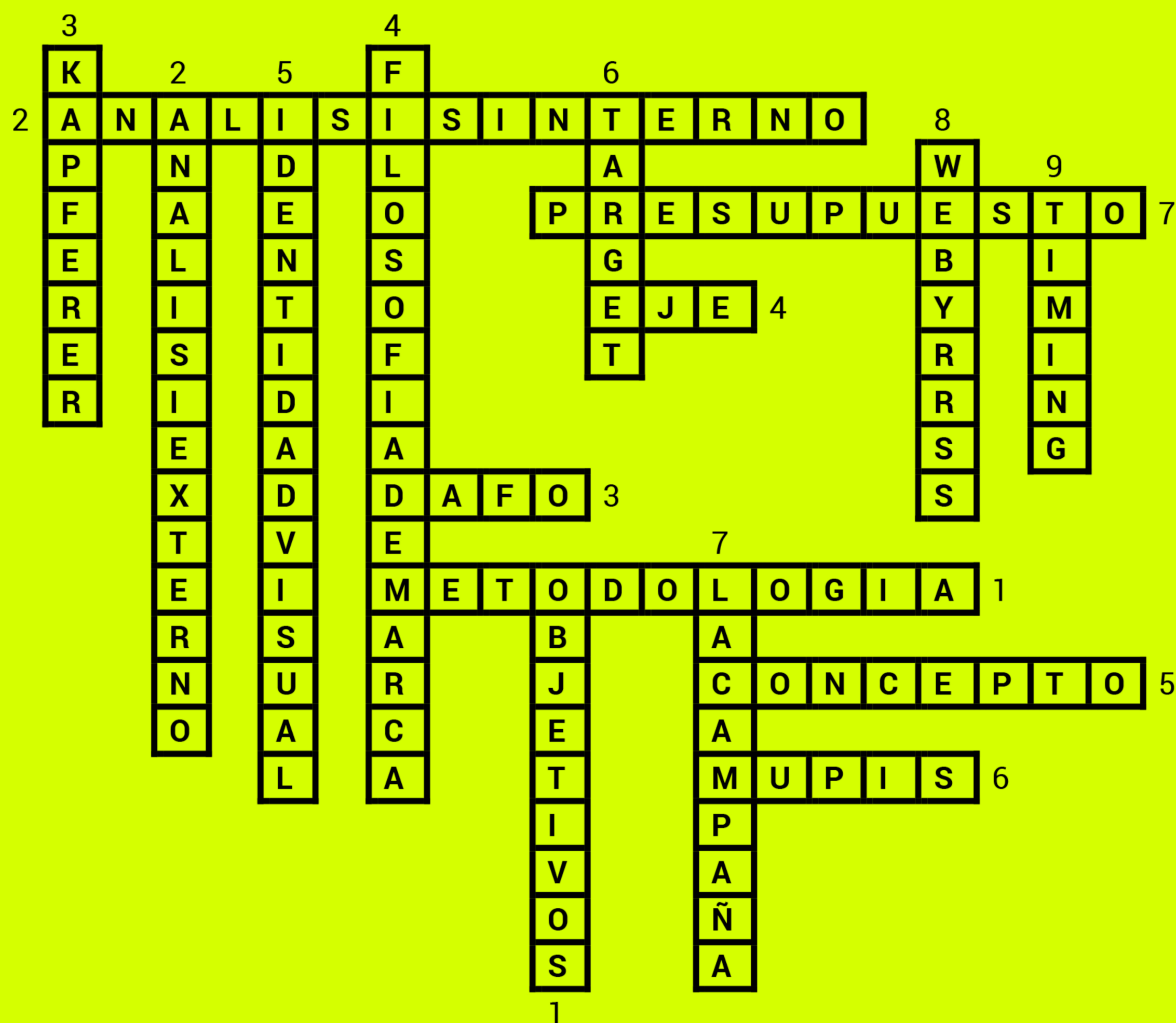


PROPUESTA ESTRATÉGICA DE IDENTIDAD PARA EL INSTITUTO DE LA CULTURA Y LAS ARTES DE SEVILLA



HORIZONTALES

1. Análisis bibliográfico e investigación del ICAS y de la ciudad de Sevilla como contexto para el desarrollo posterior de la propuesta.
2. Naturaleza pública, dejadez en la gestión, espacios sin un posicionamiento definido, públicos variados y competencia fuerte.
3. Calidad, grandes recursos y oportunidades de crecimiento frente a la falta de interés en la oferta cultural actual.
4. El ICAS como cultura por y para la ciudad.
5. Vivir aquí, una reflexión sobre el significado de vivir culturalmente la ciudad de Sevilla.
6. Publicidad exterior. Crucigramas en puntos de espera con datos sobre la cultura local y enlace a las RRSS.
7. A repartir entre la campaña de publicidad exterior, la producción de objetos promocionales, el obsequio de entradas para el SEFF y la promoción de las publicaciones en RRSS.

VERTICALES

1. Diseño de una propuesta de identidad para el ICAS y planificación de una campaña de relanzamiento de la marca.
2. Fuertes desigualdades socioeconómicas, multiculturalidad, escasez de referentes locales e importancia de lo digital.
3. Organismo público dedicado al ocio cultural; de personalidad madura, formal y comprometida. Interacciona en un contexto local y multicultural y apuesta por relaciones basadas en la integración y la confianza.
4. Calidad, compromiso, innovación e integración.
5. Realización de un manual de identidad visual corporativa (isologotipo, gama cromática, tipografías, estilo fotográfico y aplicaciones).
6. Hombres y mujeres de entre 18 y 40 años, que se encuentran formándose (comunidad estudiantil) o poseen un nivel de formación medio o alto pero; con nivel de renta medio o bajo y consumo cultural esporádico.
7. Una propuesta interactiva que busca el descubrimiento de nuevos referentes y lograr una mayor implicación de la población con la cultura local; a la par que presenta la nueva identidad del ICAS.
8. Revisión y relanzamiento de los canales propios de comunicación de la marca.
9. Del 17 de septiembre al 28 de octubre.