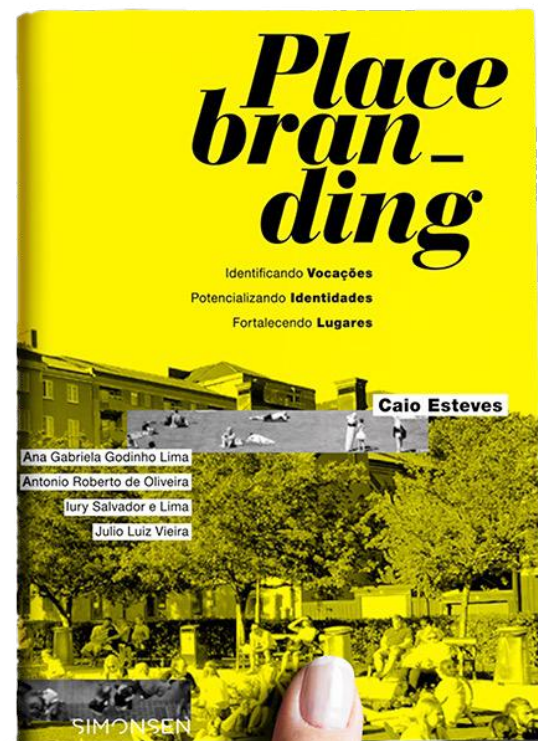


PLACE BRANDING E LUGARES PARA O FUTURO

CAIO ESTEVES | BLOOM CONSULTING

Sobre o palestrante



O que é
um lu
gar?
?

-13

↖ B 27-30

B 8

Mercedes-Benz Cafè

B 27-30

MENU PRINCIPALE
€9,50

LUNCH MENU
€9,50

LUNCH MENU
€9,50

AREA LOUNGE

LOUNGE AREA

Mercedes-Benz

AREA LOUNGE

LOUNGE AREA

Mercedes-Benz





pes -

so -

as

A collage of three women's faces is shown behind a shattered glass effect. The woman on the left has dark hair and is wearing a purple jacket. The woman in the center has blonde hair and glasses, wearing a light blue shirt. The woman on the right has dark hair and is wearing a blue top. The text 'Identidade' is overlaid on the right side of the image in a large, white, sans-serif font, with horizontal lines separating the words.

Identidade

FOOD HYGIENE RATED
-★★★★-
SCORES
ON THE DOORS
A FIVE STAR SCHEME

Recommended on tripadvisor.co.uk

tripadvisor®

Food Standards Agency
food.gov.uk/ratings
This scheme is operated
in partnership with your
local authority
FOOD HYGIENE RATING
0 1 2 3 **4** 5
GOOD

PEOPLE
LOVE US
ON
yelp
www.yelp.com









CAMDEN LOCK

HONEST

HONEST BURGERS

HALL

COMING SOON

LADS LOCKSIDE

Cheese truck
Our local burger, available only in Camden
Honest beef, bacon, deep fried mozzarella, old Winchester, chipotle
Tom, pickles and rocket
with homemade tangy chips
@honesttrucks

FISH AND CHIPS

**bra_
nding**

“

Não compramos mais
produtos, serviços
ou mesmo **marcas.**

**bra_
nding**

“
ADERIMOS
A UMA
IDEIA !

place_ branding



Place branding é o **processo** de identificar **vocações**, potencializar **identidades** e fortalecer **lugares**, sempre envolvendo as **pessoas**.

**pla_
ce bra_
nding _**

Identidade

=

engajamento



QUE ACTIVIDADES VECÉ
GOSTARIA QUE ACON
TECEJAM NA UFRJ

COM SERIA
14 IDEAL

Balletos

Exposições e Teatro Grátis

Assessoria de carreira

Atividades de inclusão social

Atividades de inclusão social

Atividades de inclusão social

Atividades de inclusão social

Atividades de inclusão social

Atividades de inclusão social

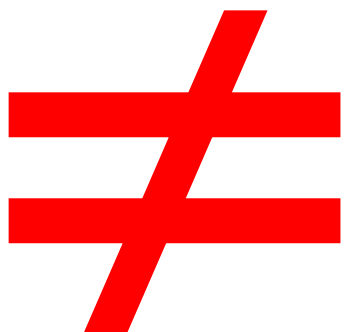




**pla_
ce bra_
nding**

**Identidade
+ engajamento
=
visão**

pla_
ce bra_
nding



logo_
ti_
po

**pla_
ce
brand**





pes -
so -
as

hardware

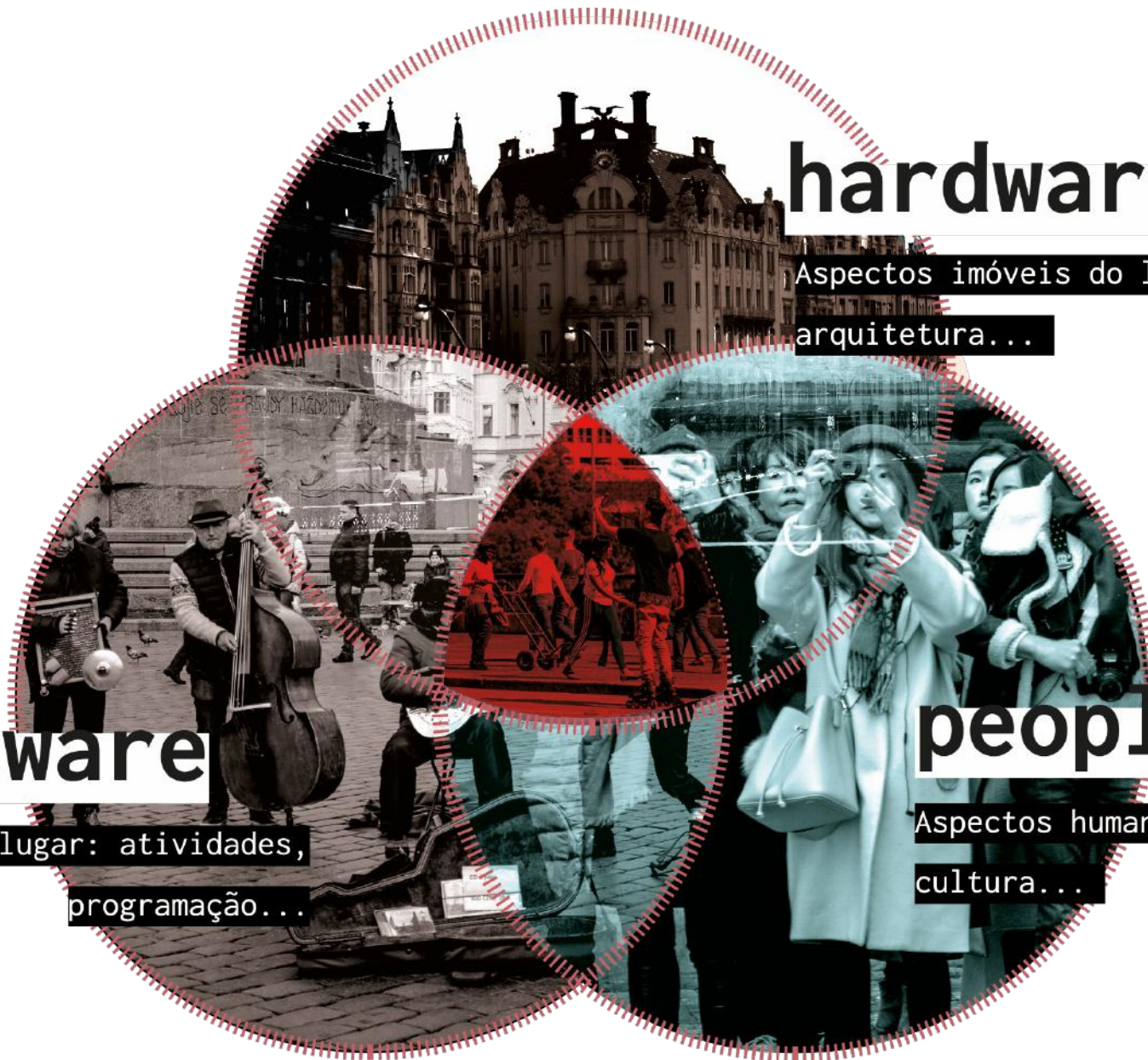
Aspectos imóveis do lugar: geografia,
arquitetura...

software

Aspectos móveis do lugar: atividades,
programação...

peopLeaware

Aspectos humanos do lugar: identidade,
cultura...



“

**A qualidade de uma cidade
é medida, em grande parte,
pela qualidade de seus
espaços públicos**

pla_ ce_bra_ nding_ & pla_ cema_ king_

Atrai **investimentos**

Atrai **visitantes**

Atrai **usuários**

Cria **senso de pertencimento**

Fortalece a **cultural local**

Estimula a **economia local**

Aumenta a percepção de valor do lugar



**MAS E
AGORA?
TUDO
MUDOU...**

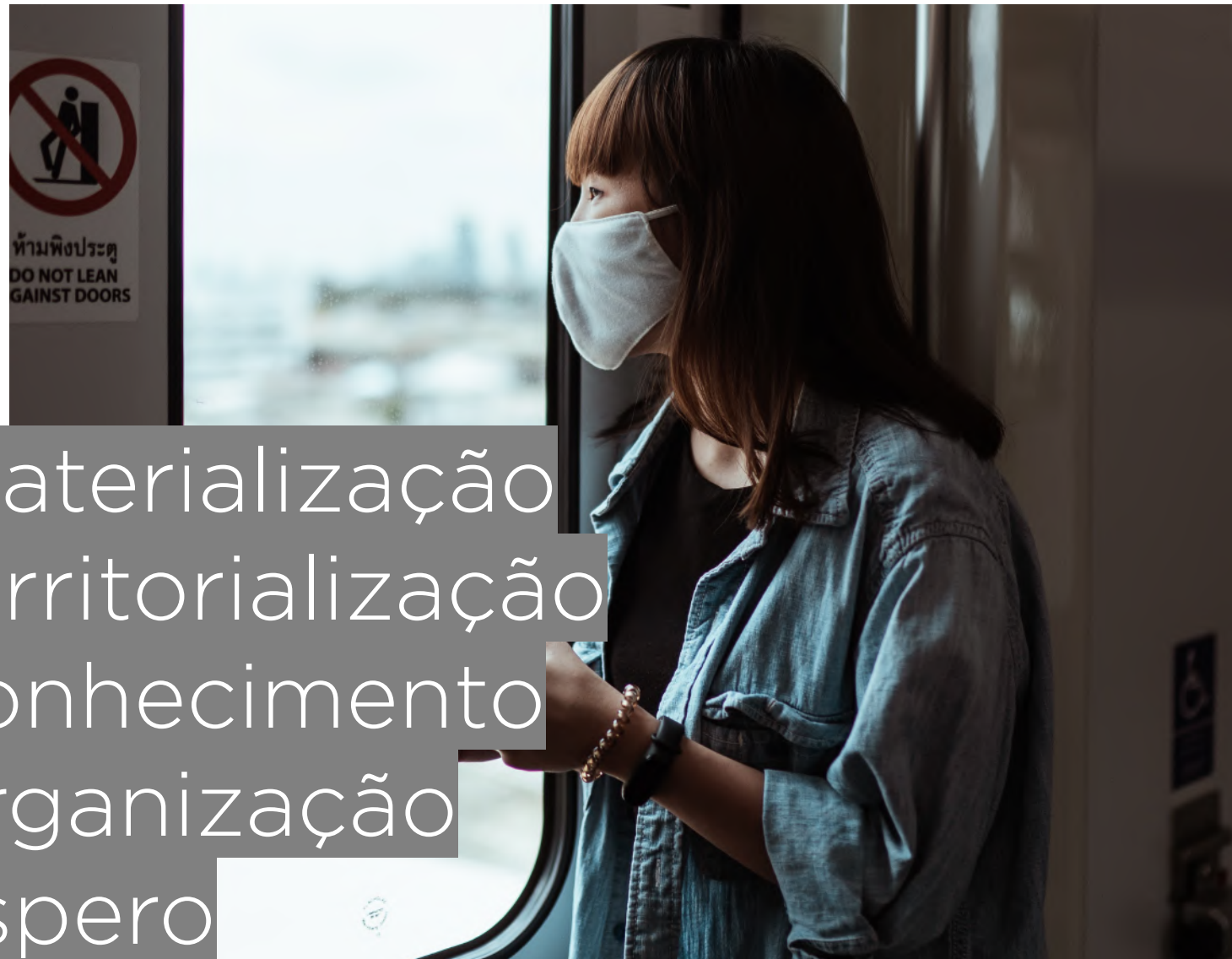




Desterritorialização & **Desmaterialização**

“DES” é o prefixo pandêmico

Desmaterialização
Desterritorialização
Desconhecimento
Desorganização
Desespero



“CO” é o prefixo pós-pandêmico

Colaboração
Cocriação
Coexistência
Consciência
Compreensão



**COMO PREPARAR-SE
PARA O FUTURO
DINÂMICO E INCERTO?**

A Cidade Antifrágil

As 12 dimensões da **Cidade** **Antifrágil**

IDENTIDADE

VOCAÇÃO

OPCIONALIDADE

**PARTICIPAÇÃO
POPULAR E
ENGAJAMENTO
COMUNITÁRIO**

**VITALIDADE
COMUNITÁRIA**

VISÃO

TRANSPARÊNCIA

**QUALIDADE
URBANA**

ESCALA HUMANA

**NARRATIVA
BASEADA EM
AÇÃO**

**SUPRA
TERRITORIAL**

**IMAGINAÇÃO
E
CRIATIVIDADE**

E **sua** cidade...

O que ela **significa**?

O que ela **representa** ?

Como ela está **preparada**
para lidar com a **nova**
realidade?

obrigado!

cesteves@bloom-consulting.com

www.bloom-consulting.com