

# ANNEX II

---

## ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA

ADREÇA. DISSENY D'UNA COL·LECCIÓ EDITORIAL DE GUIES  
TURÍSTIQUES PER PROMOCIONAR LES ZONES RURALS.

Per Irene Velázquez Tomás

Facultat de Belles Arts de Sant Carles  
Grau en Disseny i Tecnologies Creatives  
Curs 2021-2022



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES

# ANÀLISI INDIVIDUAL I



THE PERFECT HOST FOR CURIOUS TRAVELERS

## Públic objectiu

Viatgers curiosos a ciutats europees

## Personalitat

Juganer, De confiança,  
Accessible, Enginyós

## Valors

Vitalitat, Sostenible, Autèntic, Curiós,  
Proximitat, Accessible

## Territori

Turisme / Grans ciutats europees

## Arquitectura de marca



Madrid

Oslo

Berlin

Paris

...

## Tipografia

Tipografia amb serifa combinada als  
interiors amb notes handwritten y una altra  
sans serif

## Cromatisme



## Interiors/Format

Mapa extensible i personalitzable





# ANÀLISI INDIVIDUAL II



SAVING YOU FROM TOURIST TRAPS  
SINCE 2015

Públic objectiu

Turistes alternatius arreu del món

Personalitat

Únic, Estetic, Qualitat

Valors

Autèntic, Alternatiu, Comunitat, Creatiu,  
Varietat, Disponibilitat, Estètic

Territori

Turisme / Grans ciutats del món

Arquitectura de marca



...

Tipografia

Tipografia canviant a cada ciutat combina-  
da als interiors amb una altra geomètrica i  
sans serif.

Cromatisme



...

Interiors/Format

Revista colleccionable 21 x 16 centímetres





# ANÀLISI INDIVIDUAL II



A JOURNEY DOESN'T HAVE TO BE LONG  
TO BE UNFORGETTABLE

**Públic objectiu**

Viatgers amb poc de temps i autèntics

**Personalitat**

Senzill, Prefessional, Accessible

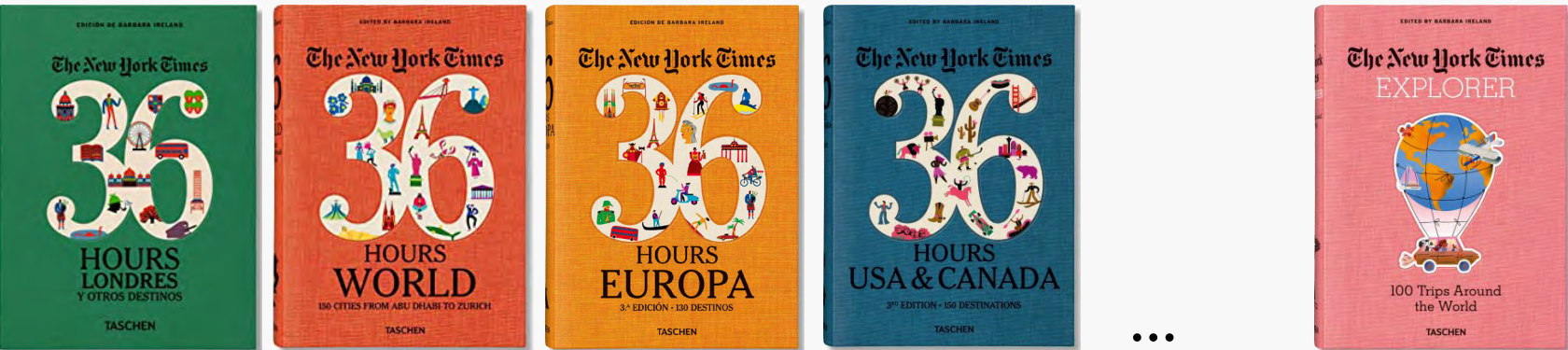
**Valors**

Vitalitat, Autèntic, Senzill,  
Comunitat, Curiós, Qualitat, Estètic

**Territori**

Turisme / Continents/Grans Països...

**Arquitectura de marca**



**Tipografia**

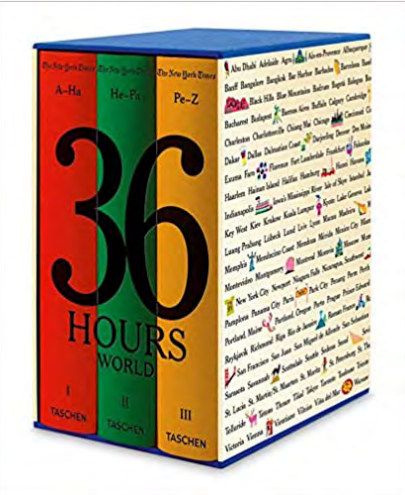
Tipografia amb serifa, a l'interior combinada  
alguns títols amb una sense serifa.

**Cromatisme**



**Interiors/Format**

Llibre de 672 pàgines coleccionable de 23,8  
x 16,7 centímetres





# ANÀLISI INDIVIDUAL IV



REVEALS OUR FAVOURITE PLACES IN EACH CITY WE COVER

**Públic objectiu**

Adults que busquen descobrir llocs autèntics

**Personalitat**

Estètic, Segur, Professional

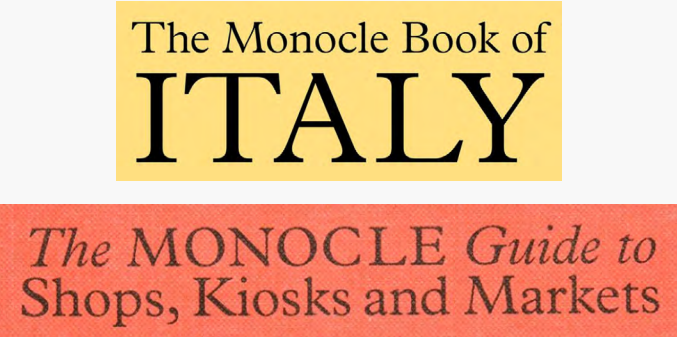
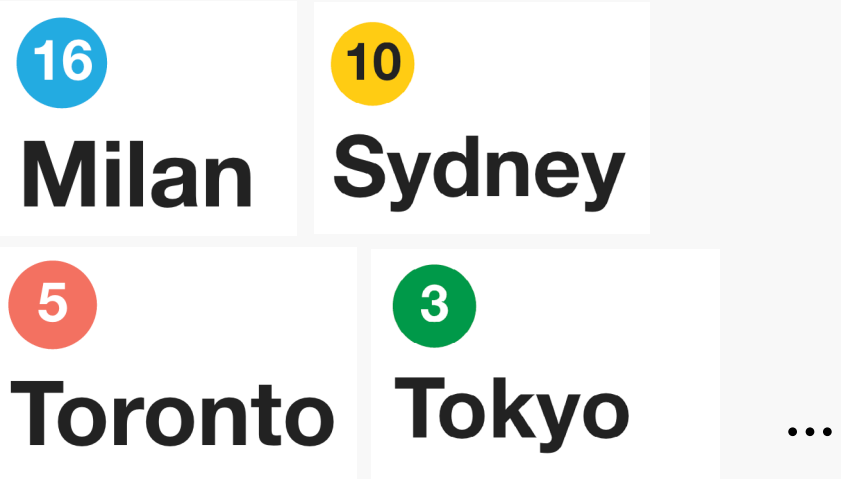
**Valors**

Autèntic, Qualitat, Descobriment, Disponibilitat, Seguretat, Comunitat

**Territori**

Turisme / Grans ciutats del món

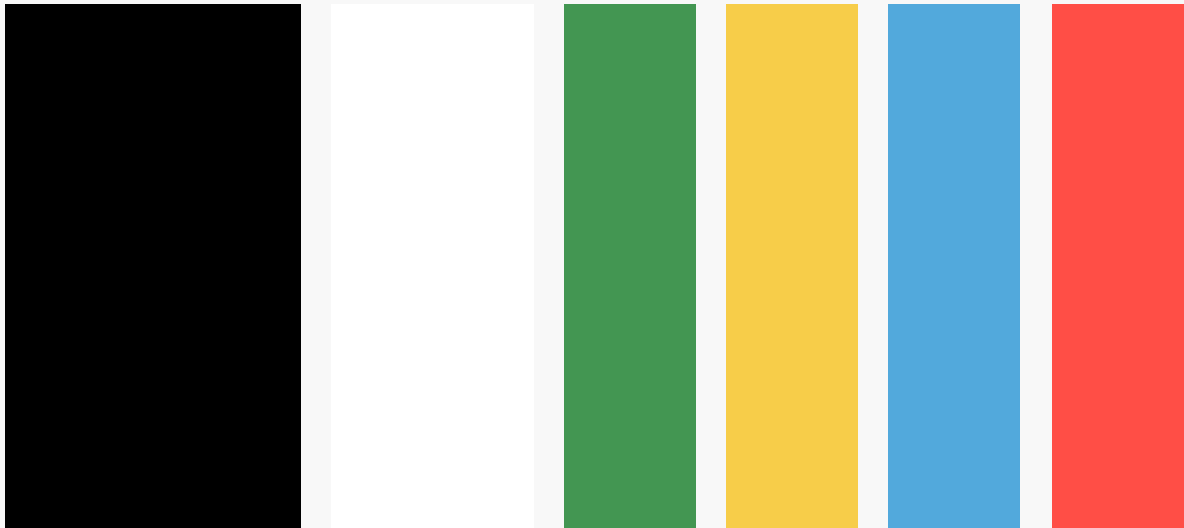
**Arquitectura de marca**



**Tipografia**

Tipografia al logotip amb serifa que contrasta amb la tipografia de pal sec de les ciutats

**Cromatisme**



**Interiors/Format**

Llibre tapa dura coleccionable de 22 x 14 centímetres





# ANÀLISI INDIVIDUAL V

CITIX60

60 LOCAL CREATIVES BRING YOU THE  
BEST OF THE CITY

**Públic objectiu**

Turistes amb una vora artística

**Personalitat**

Simpàtic, Accessible, Diferent

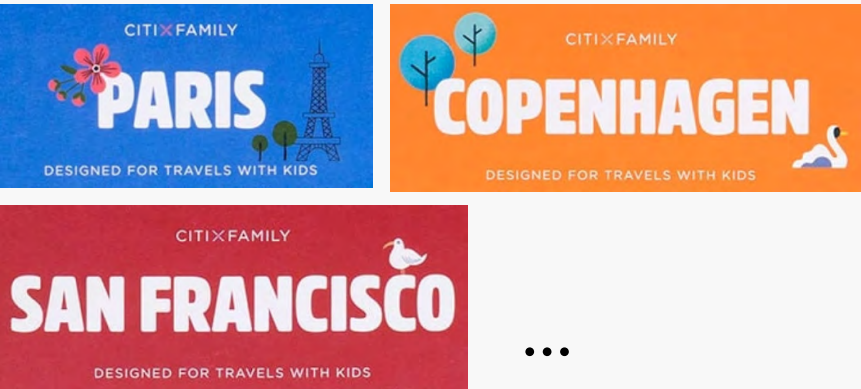
**Valors**

Autèntic, Contemporani, Vitalitat,  
Alternatiu, Proximitat, Adaptabilitat

**Territori**

Turisme / Grans ciutats del món

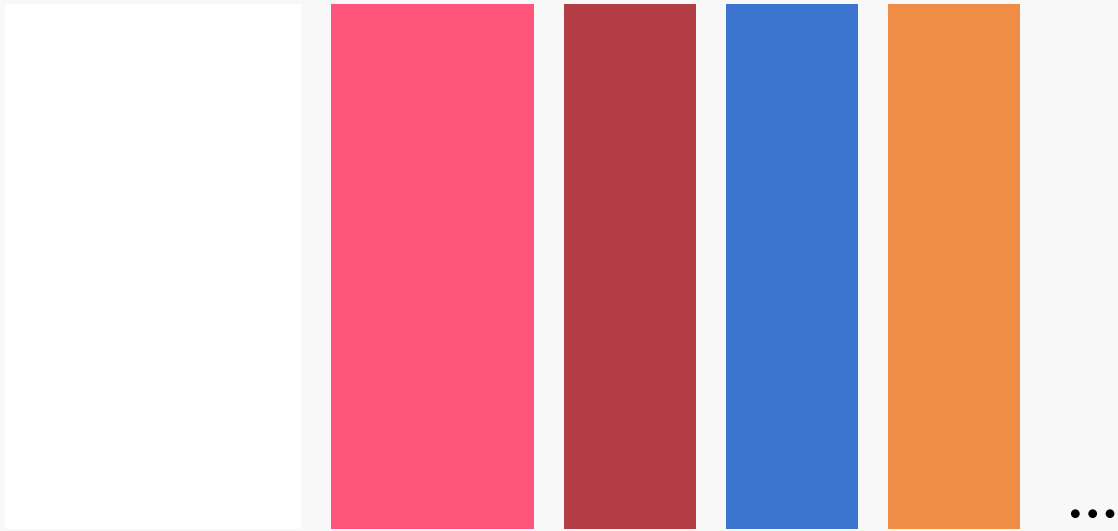
**Arquitectura de marca**



**Tipografia**

Tipografia sense serifa per al logotip i  
handwritten per als noms de les ciutats  
combinada als interiors amb una altra sense  
serifa.

**Cromatisme**



**Interiors/Format**

Format revista mida butxaca  
amb mapa extensible

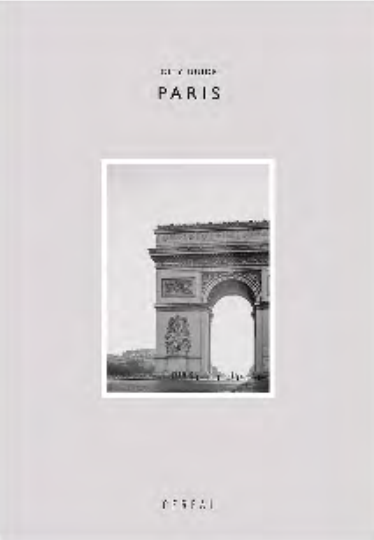




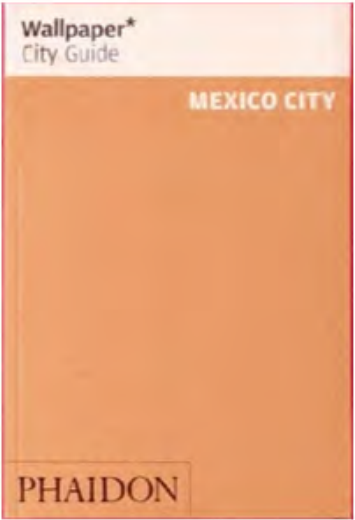
ALTRA COMPETÈNCIA OFFLINE



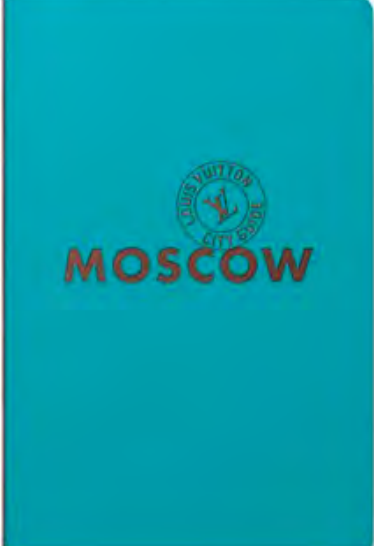
ASSOULINE



CEREAL



Wallpaper\*  
City Guide



LUXE  
CITY GUIDES



Herb Lester Associates



WILDSAM  
FIELD GUIDES



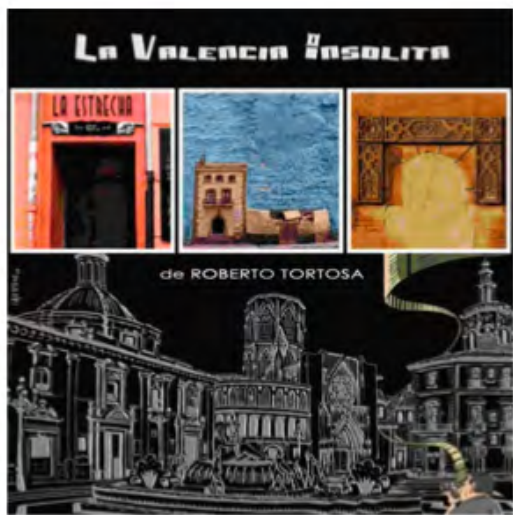
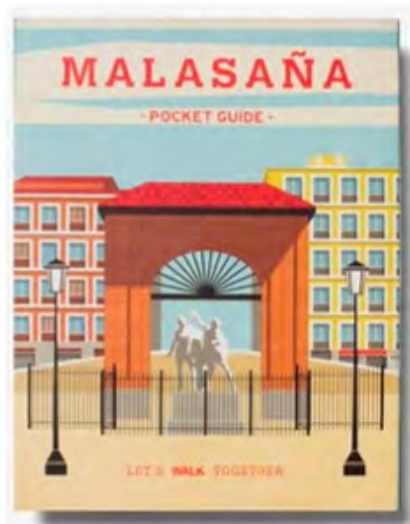
the hunt  
GUIDES



GO GO



CITY CYCLING  
EUROPE  
Rapha



La Valencia  
Insolita

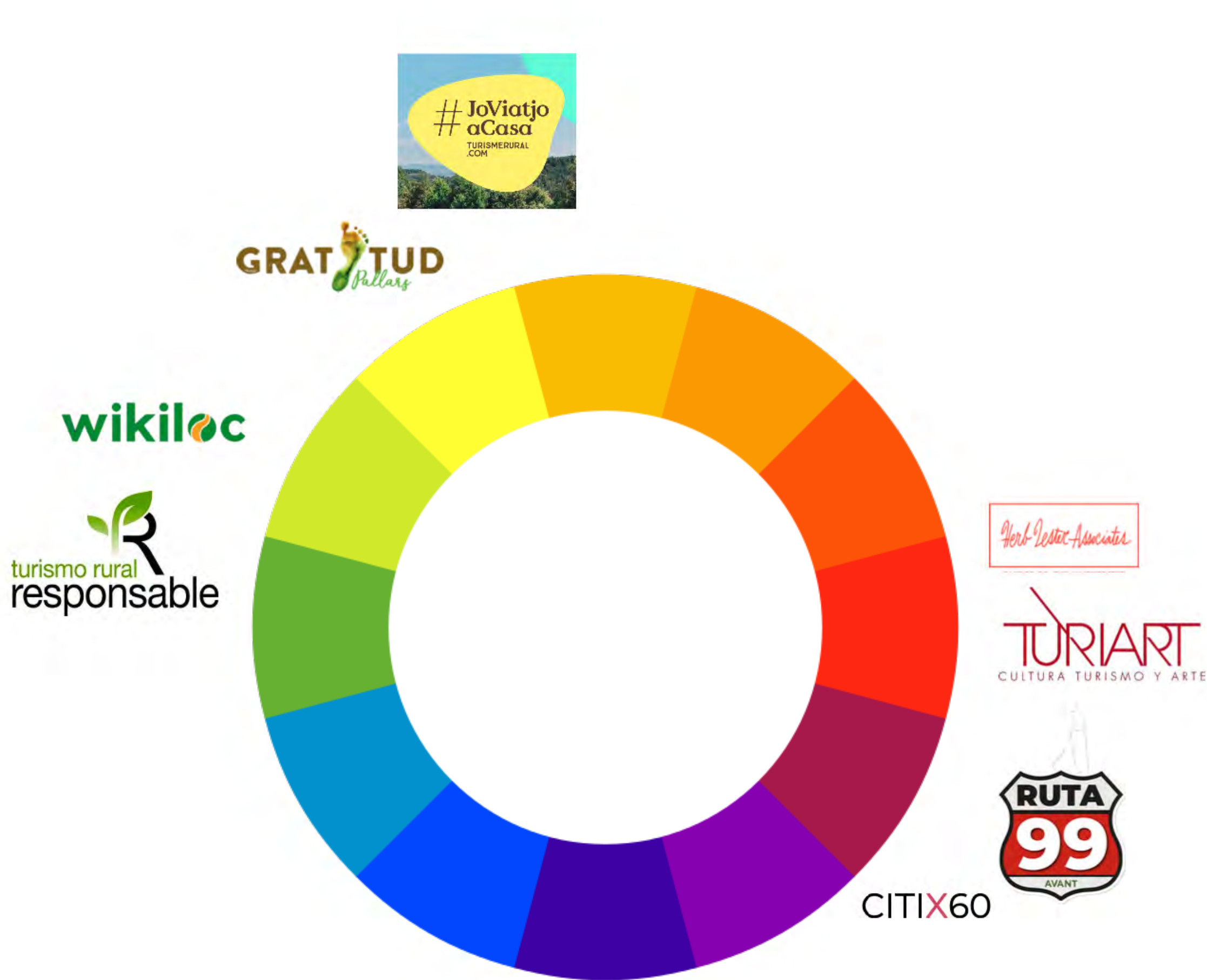


COMPETÈNCIA ONLINE

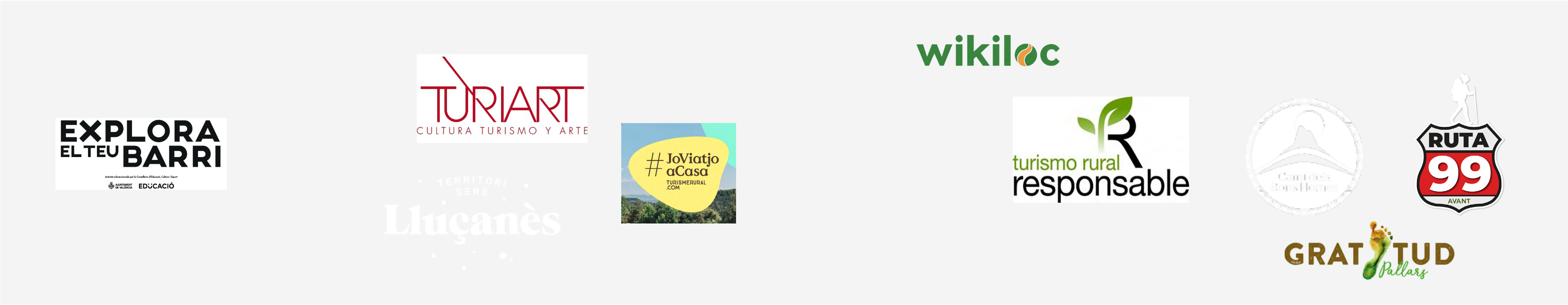




CROMATISME



ICONOGRAFIA





TIPOGRAFIA I

SENSE SERIFA

AMB SERIFA

ASSOULINE

CEREAL

LOST IN

La VALENCIA INSOLITA

WILDSAM FIELD GUIDES

LOUIS VUITTON CITY GUIDE

CITY CYCLING EUROPE Rapha

CITIX60

The MONOCLE Travel Guide Series

the hunt GUIDES

Herb Lester Associates GUIDES TO THE UNEXPECTED

LUXE CITY GUIDES

Goodtime Monty.

Wallpaper\* City Guide

GO GO

The New York Times 36 HOURS

EXPLORA EL TEU BARRI

TURIART CULTURA TURISMO Y ARTE

wikiloc

GRATUTUD Pallars

turismo rural responsable

RUTA 99 AVANT

#JoViatjo aCasa TURISMERURAL.COM

Canal dels Bons Homes

TERRITORI SERÉ Lluçanès

TIPOGRAFIA II

(AA) MAJÚSCULES



(Aa)



(aa) MINÚSCULES





DADES

CROMATISME

65% Monocromàtic  
35% Cromàtic

ICONOGRAFIA

50% Amb icones  
50% Sense icones

TIPOGRAFIA I

54% Sense serifa  
46% Amb serifa

TIPOGRAFIA II

54% AA  
9% Aa  
3% aa

ANÀLISI COMPARATIU VALORS

LOSTiN	CITIX60	THE MONOCLE TRAVEL GUIDE	36 HOURS
ALTERNATIU	VITALITAT	QUALITAT	QUEALITAT
COMUNITAT	ALTERNATIU	DESCOBRIMENT	SENZILL
CREATIU	AUTÈNTIC	DISPONIBILITAT	AUTÈNTIC
VARIETAT	ADAPTABILITAT	SEGURETAT	ESTÈTIC
DISPONIBILITAT	COMUNITAT	COMUNITAT	COMUNITAT
ESTÈTIC		ESTÈTIC	
VALORS HIGIÈNICS			
		AUTÈNTIC	
	COMUNITAT		ESTÈTIC
ALTERNATIU		QUALITAT	VITALITAT



## ANÀLISI VALORS

**AUTÈNTIC:** Són guies úniques que tracten de diferenciar-se de la resta pel contingut. No tracten el turisme de masses i busquen altres alternatives. Són el que són i no volen semblar-se a la resta.

**COMUNITAT:** Et fan sentir com en una comunitat. Normalment són coleccionables i tenen altres punts de contacte, bé per xarxes socials o altres events.

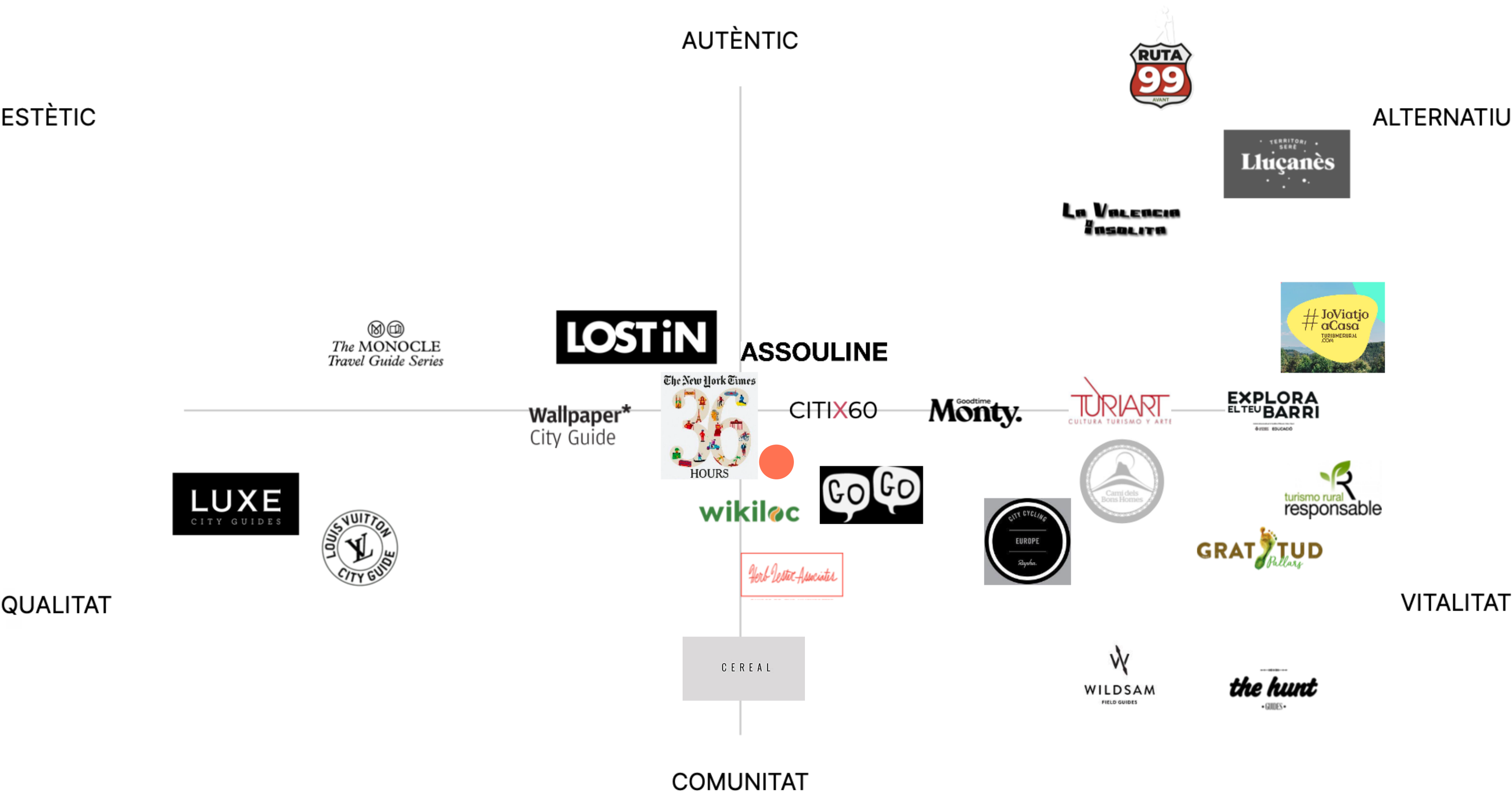
**ESTÈTIC:** Dirigides més a persones amb gust pel disseny gràfic. Solen utilitzar tipografies sense serifa i busquen la diferenciació de la marca. Són agradables a la vista. Normalment va lligat amb la qualitat.

**ALTERNATIU:** Semblant a autèntic però amb una vena més diferent. Es contraposen al turisme normalitzat o comú i pretenen crear altre tipus d'experiències.

**VITALITAT:** Amb colors vius i sobretot experiències per sentir-se així. Solen ser per a un públic més jove o familiar. Transmeten molta energia i ganes de fer coses.

**QUALITAT:** Hi ha un cuidat pels materials utilitzats al packaging. Certa tendència al blanc/negre o colors clars. També preocupa que el producte estiga en bones condicions. A més soles ser guies més grosses i amb més informació, quasi de coleccionista.

POSICIONAMENT A PARTIR DE VALORS



Indica on volem posicionar-nos

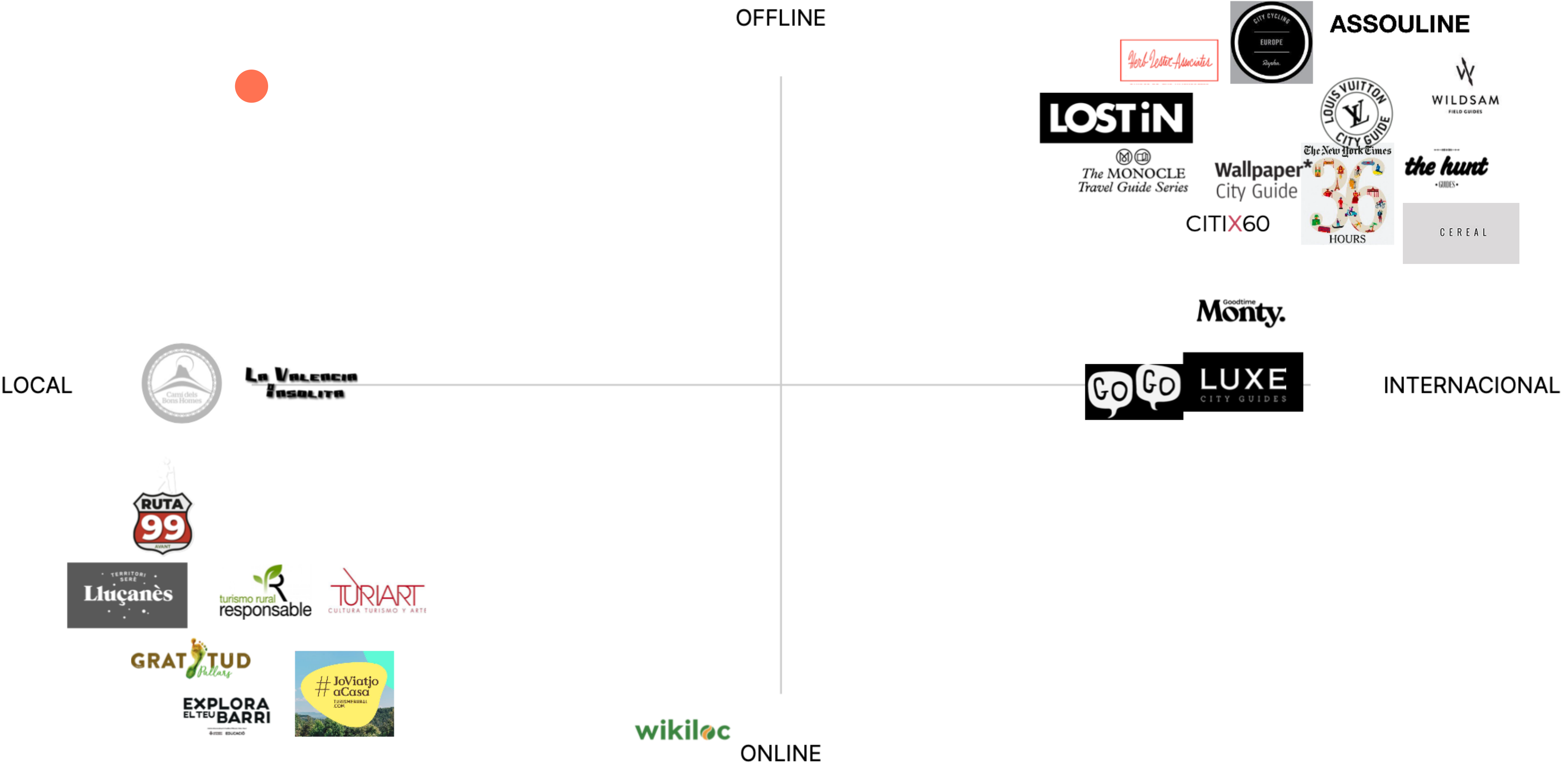


POSICIONAMENT I



Indica on volem posicionar-nos

POSICIONAMENT II



Indica on volem posicionar-nos