Madrid marca su camino. Relato de ciudad.

Madrid: Leveraging Brand to Embrace the Future. Our City Brand Narrative.

MADRID

Madrid marca su camino. Relato de ciudad.

Madrid: Leveraging Brand to Embrace the Future. Our City Brand Narrative.

Ayuntamiento de Madrid
Área de Economía, Innovación y Empleo
Coordinación General de Economía, Comercio, Consumo y Partenariado
Oficina de Partenariado y Marca Madrid
Madrid City Government Department for Economy, Innovation and Employment
General Coordination Unit for Economy, Trade, Consumer Affairs and Partnership
Madrid City Brand and Partnership Office

madridcitybrand

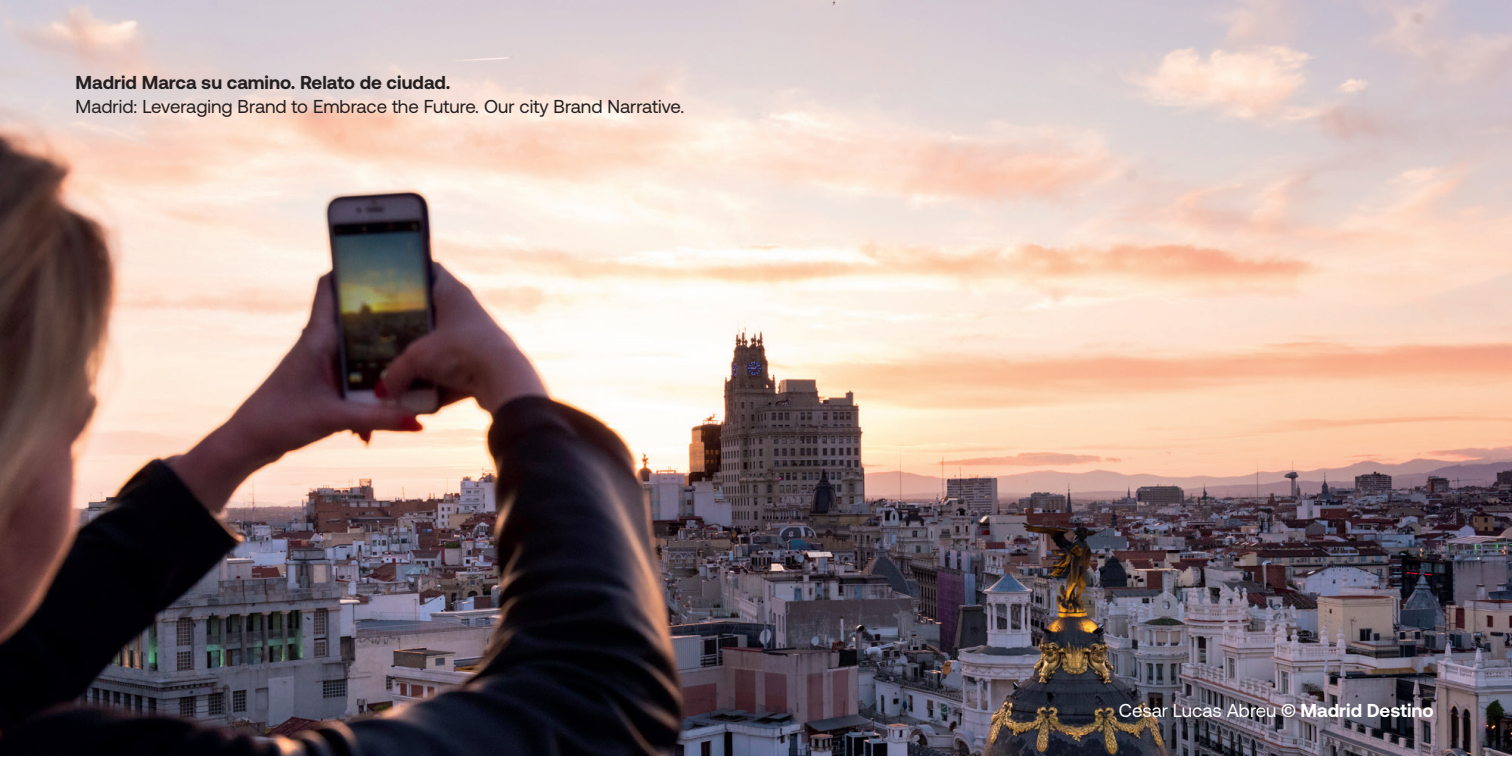
marcamadridciudad.es
madridcitybrand.es

Depósito legal: M-33779-2021
Legal Deposit No. M-33779-2021
© Ayuntamiento de Madrid. 2021
© Madrid City Council, 2021

Índice
Index

o5 ¿Qué contiene este documento?
06 ¿Qué define Madrid?
08 ¿Pero por qué “se vive bien” en Madrid?
14 Idea de Marca
18 Atributos de marca Madrid
22 Copies para piezas de comunicación.

o5 What’s inside this document?
06 What defines Madrid?
08 But why is life good in Madrid?
14 The Brand Idea
18 Madrid City Brand Attributes
22 Copy for communications material



Qué contiene este documento. What's inside this document?

La construcción de un relato de ciudad auténtico, relevante y diferenciador para los distintos verticales y audiencias de la ciudad de Madrid.

The story of the creation of an authentic, relevant, distinctive city brand narrative for the different verticals and audiences in the city of Madrid.

¿Qué define a Madrid?
What defines Madrid?

Álvaro López © **Madrid Destino**

Al igual que en Madrid no importa el origen, podemos afirmar que en Madrid lo que de verdad importa son las personas, ideas y proyectos que pasan por ella. Madrid sucede despierto, y si bien no cuenta con el mejor skyline, la mejor paella o la mejor playa, tiene otras facetas que hacen posible manifestar con confianza que en Madrid "se vive bien". La ciudad tiene una de las mejores calidades de vida en comparación con ciudades de referencia como Londres, Milán, París, Roma o Nueva York.

In Madrid, just as it makes no difference where you're originally from, we can proudly state that what really matters are the people, ideas and projects that pass through the city. Madrid offers round-the-clock excitement and opportunities. It may not have the world's best skyline, paella or beach, but its other attributes make it possible to say without hesitation that "life is good" in Madrid. The city's quality of life is among the best in the world in comparison to leading cities like London, Milan, Paris, Rome and New York.

Paolo Giocoso © **Madrid Destino**

¿Pero por qué “se vive bien” en Madrid?

But why is life good in Madrid?

Cesar Lucas Abreu © **Madrid Destino**

En Madrid “se vive bien” porque existe bienestar anímico e impulso intelectual, dos elementos necesarios para que cualquier persona pueda emprender el proyecto personal o profesional que se proponga. El otro facilitador es el tiempo.

“Life is good” in Madrid because there’s a sense of emotional well-being and it provides intellectual stimulus: two prerequisites for bringing a personal or professional project to fruition. Time is another great facilitator.

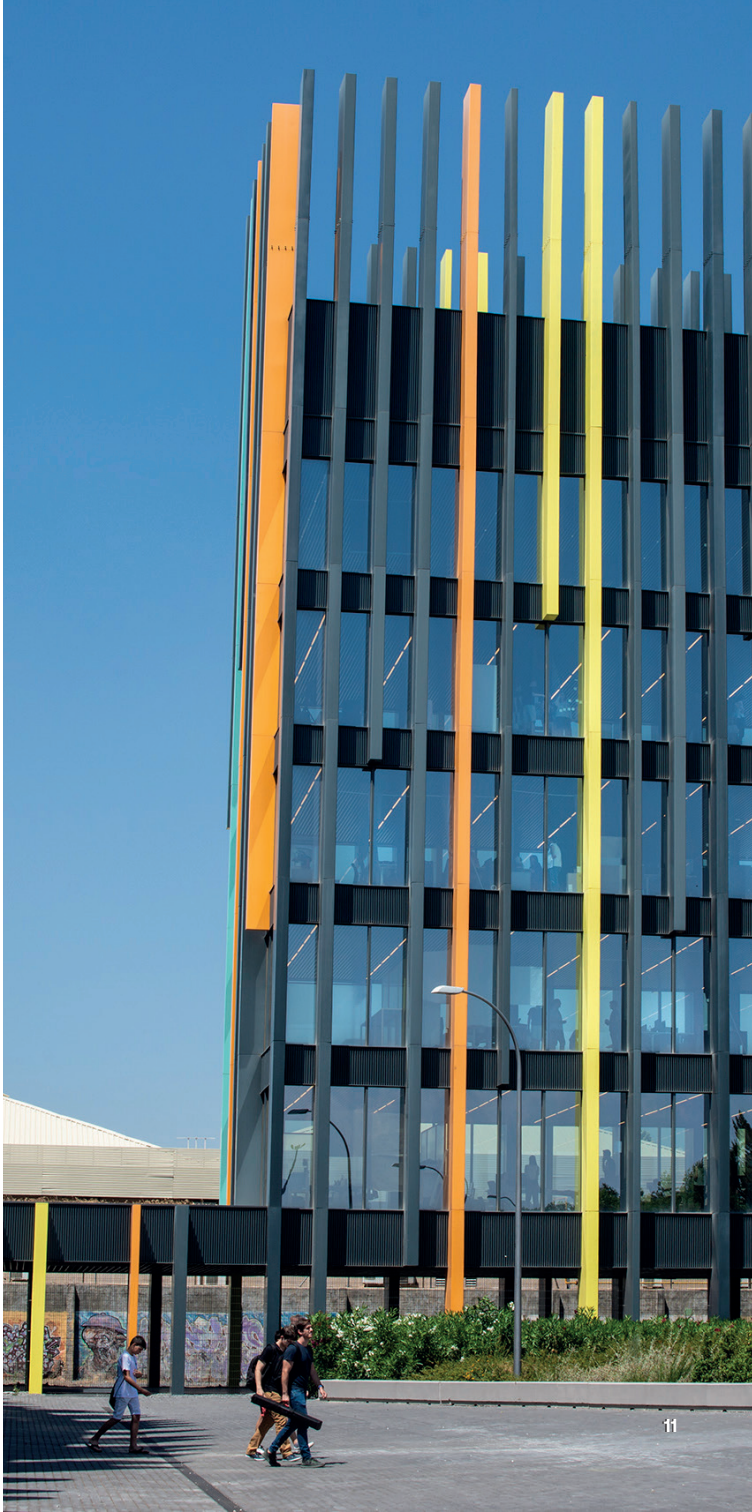
Agustín Martínez © **Madrid Destino**

El tiempo fue precisamente uno de los conceptos más recurrentes durante la construcción del relato de ciudad. Time was one of the concepts that kept coming up when the city's brand narrative was being developed.

Cesar Lucas Abreu © **Madrid Destino**

El tiempo ha sido además un bien escaso durante la crisis sanitaria, pues muchas personas quisieron llevar a cabo entonces determinados proyectos personales o profesionales que habían postergado en el pasado y en esos momentos se revelaban de suma importancia. Se convirtieron así el bienestar anímico, el impulso intelectual y el tiempo en los tres “ingredientes” principales que guiaron el proceso de creación del relato de ciudad.

Time was something that was in short supply during the health crisis, as many people got busy pursuing personal or professional projects that they had put off in the past but which became highly important during that period.Emotional well-being, intellectual stimulus and time thus became the three key “ingredients” that underpinned the process of creating the city brand narrative.



Con más tiempo, los madrileños se acercan a la perpetuidad, entendida en términos metafóricos. Los que viven o visitan Madrid saben que la ciudad no tiene fin ya que siempre ofrece algo que hacer, aprender o compartir. Madrid es el escenario ideal para emprender un proyecto personal o profesional, pues ofrece tiempo perpetuo. Es esa "duración sin fin" alegórica la que aporta bienestar anímico e impulso intelectual.

With more time, Madrid's residents approach the infinite, metaphorically speaking. People who live in or visit Madrid know that the city is endless; there's always something to do, learn or share together. Time is limitless in Madrid, and as such it's the ideal place to launch a personal or professional project. It's this figurative "endlessness" that's at the heart of the emotional well-being and intellectual stimulus it provides.

Francesco Pinton © **Madrid Destino**

Finalmente, partiendo del concepto del tiempo y del bienestar anímico e impulso intelectual que se aspira a proporcionar a las audiencias de Madrid, se creó la Idea de Marca: **“La ciudad de tu tiempo”.**

Finally, based on the concepts of time, emotional well-beings and intellectual stimulus that were to be conveyed to Madrid’s audiences, the Brand Idea was created: “The City of Your Time”

Ciudad contemporánea.
Espacio para crecer.
Esperanza de vida.
Contemporary city
A place to grow
Life expectancy

La ciudad de tu tiempo.
The City of Your Time.

Ciudad personalizada.
Tus proyectos.
En tus manos.
Personalised city
Your projects
In your hands

Para explicar y transmitir la Idea de Marca de forma convincente se desarrolló una narrativa de Marca.
A Brand Narrative was developed to explain and convey the Brand Idea.

Agustín Martínez © **Madrid Destino**

Narrativa

En Madrid hay tiempo para todo porque aquí la vida dura más. Hay instantes que son eternos y vidas enteras que duran un segundo.

En la ciudad que sigue tu ritmo, el tiempo se mide en calidad de vida, días de sol y oportunidades. Aquí siempre hay tiempo para aprender, progresar, emprender o simplemente para vivir mejor.

Esta es la capital de los que son dueños de su tiempo, porque Madrid sucede despierto.

En Madrid el tiempo siempre empieza por ti. **Madrid es la ciudad de tu tiempo.**

Narrative

In Madrid, there's time for everything because life lasts longer here. There are moments that are eternal and entire lives that pass in a second.

In the city that follows the pace you set, time is measured in quality of life, days of sunshine and opportunities. There's always time to learn, make progress, launch a project or simply live better here.

Madrid is the ultimate capital for those who are the masters of their time, because it offers round-the-clock excitement and opportunities.

In Madrid, time always starts with you. **Madrid is the city of your time.**

Utilizando el tiempo como hilo conductor **“La ciudad de tu tiempo” tiene las siguientes virtudes.** Drawing on time as its overarching theme, “The City of Your Time” has the following merits:

- **Presenta el potencial de adueñarse del concepto “tiempo”.** It presents the potential for taking ownership of the concept of “time”.

- **Aún partiendo del concepto del tiempo, es atemporal – pues el relato convierte el dato en emoción, al primar la calidad sobre la cantidad del tiempo.** Despite using the concept of time as a starting point, it’s timeless: the brand narrative turns facts and figures into emotion, with quality time taking precedence over quantity of time.

- **Cuenta con relevancia intergeneracional.** It has intergenerational relevance.

- **Apela al valeroso carácter madrileño, ya que invita a las audiencias al máximo aprovechamiento de su tiempo y las oportunidades que el tiempo les presenta.** It draws attention to Madrid’s get-up-and-go spirit, inviting audiences to make the most of their time and the opportunities it presents them with.

- **Subraya la contemporaneidad de Madrid (de “tu tiempo”, siempre al día).** It underscores Madrid’s contemporaneity (“your time”, always up to the minute).

- **Es una frase inspiradora y motivante para la ciudadanía.** It’s an inspiring and motivating phrase for citizens.

- **Transmite que no es necesario detener el tiempo para disfrutar del momento, algo que en Madrid es posible porque es una ciudad fácil para moverse y un lugar donde las distancias son relativamente cortas.** It conveys that there’s no need to stop time to enjoy the moment, something that’s possible in Madrid because the city is easy to travel round and distances are relatively short.

- **Implica que Madrid da más tiempo (y oportunidades) para hacer cosas.** It implies that Madrid gives people more time (and opportunities) to do things.

Atributos de Marca.
Madrid City Brand Attributes.

Esperanza y calidad de vida
Life expectancy and quality of life

Generadora de valor emprendimiento
Creator of Entrepreneurial Value

Atractivo internacional
International Attractiveness

Foco de innovación
Innovation Hub

Ciudad abierta
Open City

Capital cultural
Cultural Capital

Francesco Pintón © **Madrid Destino**

Atributos de marca Madrid.
Madrid City Brand Attributes.

1. Esperanza y calidad de vida.
Madrid como ciudad donde se vive más y mejor. Una ciudad agradable para vivir o visitar, donde suceden cosas, con más tiempo para hacer lo que importa a cada persona. Gracias a sus entornos sostenibles y a la optimización del tiempo existe una vida sana y cómoda en Madrid.

1. Life expectancy and quality of life.
Madrid as a city where people live longer and better, a great city to live in or visit, where things are always happening and there's more time for each person to do what matters to them. Thanks to its sustainable environments and the optimisation of time, life in Madrid is healthy and comfortable.

2. Generadora de valor emprendimiento.
Madrid como ciudad que genera valor en el entorno regional, nacional e internacional. En Madrid, la nuevas ideas y proyectos se reciben con entusiasmo y existen los mecanismos adecuados para hacerlas realidad.

2. Creator of Entrepreneurial Value.
Madrid as a city that creates value in the regional, national and international spheres. In Madrid, new ideas and projects are welcomed with enthusiasm and there are appropriate mechanisms to bring them to life.

Agustín Martínez © **Madrid Destino**

Atributos de marca Madrid.
Madrid City Brand Attributes.

3. Atractivo internacional.
Madrid como ciudad abierta al mundo, que compite con las grandes capitales europeas como París, Londres, Milán o Roma. En Madrid conviven múltiples culturas y se celebran eventosy congresos de gran relevancia internacional, lo que atrae a personas y negocios del mundo entero.

3. International Attractiveness.
Madrid as a city that's open to the world, which rivals major European capitals like Paris, London, Milan and Rome. Madrid is home to multiple cultures and it hosts major events and conferences of international importance, attracting people and businesses from all over the world.

4. Foco de innovación.
Madrid como centro de innovación y ciudad de peso en el conjunto de la estructura productiva española por sus esfuerzos en I+D, posicionando a la ciudad a la cabeza de las últimas tendencias en sectores como la tecnología, sanidad, biotecnología o movilidad.

4. Innovation Hub.
Madrid as a centre of innovation and a city with a major role in Spain's productive fabric due to its R&D efforts, which position it at the forefront of the latest trends in sectors such as technology, health, biotechnology and mobility.

Cesar Lucas Abreu © **Madrid Destino**

Atributos de marca Madrid.
Madrid City Brand Attributes.

5. Ciudad abierta
Madrid como lugar abierto a la diferencia. Una ciudad donde no importa el origen de las personas, sino sus ideas y sus proyectos personales o profesionales en su paso por la ciudad. Esto hace de la ciudad una capital europea de referencia en materia de diversidad e inclusión y punto de encuentro de múltiples culturas.

5. Open City
Madrid as a place that's open to difference, where it's not a person's origin that matters but the ideas and personal or professional projects they pursue while in the city. This openness makes the city a European benchmark for diversity and inclusiveness and a meeting place for multiple cultures.

6. Capital cultural
Madrid como núcleo histórico y artístico de referencia, convirtiéndose en un destino de extraordinario valor. Madrid es una ciudad heredera de un patrimonio tangible e intangible incalculable que se mantiene vivo cada día gracias a una oferta cultural a la altura de otras ciudades monumentales, y en algunos casos imposible de encontrar en otro destino.

6. Cultural Capital
Madrid as a major historical and artistic centre, attributes which make it a destination with extraordinary value. Madrid is a city with an incalculable tangible and intangible heritage that lives on each day thanks to a range of cultural offerings on a par with those of other historic cities, and some that can't be found anywhere else.

Paolo Giocoso © **Madrid Destino**

Copies para piezas de comunicación.
Copy for communications material.

Madrid de todos los tiempos y de tu tiempo. Madrid: a city for all times that's in step with your time.

Madrid todo el tiempo.
Madrid all the time.

En Madrid siempre estás a tiempo.
There's always time in Madrid.

Madrid de tu tiempo.
Madrid runs on your time.

En Madrid, tiempo para todo.
There's time for everything in Madrid.

El tiempo es Retiro.
Time is El Retiro.

El tiempo pasa por Madrid.
Time marches through Madrid.

Madrid, tiempo libre.
Madrid, free time.

Conoce el tempo de Madrid.
Get to know Madrid's tempo.

A los que dicen que no hay tiempo: Madrid osespera. To those who say there's not enough time: Madrid awaits.

Madrid, contigo el tiempo se pasa molando. It's always fun when time goes by in Madrid.

No necesitas playa cuando tienes el tiempo y el agua de Madrid. Madrid time to do it all.

Tiempo al tiempo, Madrid al tiempo
All in good time, Madrid in good time.

En Madrid el tiempo empieza por ti.
In Madrid, time starts with you.

Tu tiempo, a tu tempo. In your own time, at your tempo.

Que todo lo cure el tiempo.
Let time heal all wounds.

En Madrid eres dueño de tu tiempo.
In Madrid, you're the master of your time.

Los madrileños, dueños de su tiempo. The Madrileños: masters of time.

Madrid es tiempo.
Madrid is time.

Detengamos el tiempo.
Let's stop time.

En Madrid el tiempo no acaba porque entiende más de fines que de finales. Time is endless in Madrid: it's about your ends, not about endings.

Una ciudad de presente y futuro, donde cualquier tiempo pasado fue vanguardia. A city for the present and the future, where any time in the past was avant-garde.

Contemporánea y atemperada. Atemporal e intemporal.
Contemporary and tempered. Timeless and ageless.

Porque tempus fugit, Madrid.
Madrid, because tempus fugit.

En Madrid el tiempo siempre es libre.
Time's always free in Madrid.

Agustín Martínez © **Madrid Destino**

Paolo Giocoso © **Madrid Destino**

marcamadridciudad.es