



TÂRGU MUREȘ MAROSVÁSÁRHELY **THE TREASURE CITY**

proiect implementat de:  A.D.I. VALEA TÂRNAVELOR	proiect cofinanțat de: CONSILIUL JUDEȚEAN MUREȘ  MAROS MEGYEI TANÁCS	proiect cofinanțat de: PRIMĂRIA MUNICIPIULUI TÂRGU MUREȘ  MAROSVÁSÁRHELY POLGÁRMESTERI HIVATALA
director de imagine:  www.mihalyandrei.ro film	design: CARDTECH	

concept: Sergiu Zereș

www.istoriecugust.ro
www.madeinmures.ro

cod proiect: Târgu Mureș/Marosvásárhely - călătorie virtuală prin istorii neștiute
cod proiect: Brand MS

IDENTITATE LOCALĂ TÂRGUMUREȘEANĂ

www.madeinmmures.ro este un manual virtual de identitate locală. Acesta lipsește din programa școlară. De acum însă, profesorii vor putea, printr-un singur click, să îl propună elevilor, într-un curs opțional de istorie locală a Târgu Mureșului.

Ecosistemul digital, realizat pentalingvistic (în limbile română, maghiară, engleză, germană, franceză) cuprinde filmele de prezentare a primelor obiective de patrimoniu material și imaterial, dar și a unor elemente de brand, care diferențiază municipiul Târgu Mureș și îi dau valoare de unicitate, la nivel național și universal. De aceea l-am numit - Târgu Mureș/Marosvásárhely – THE TREASURE CITY.

Pentru iubitorii de turism, istorie, cultură și patrimoniu care doresc o altfel de experiență, învăluită în frumusețea și bogăția spirituală târgumureșeană, acest ecosistem digital este susținut și de identificarea unui traseu turistic de vizitare a câtorva dintre obiectivele de patrimoniu existente pe teritoriul municipiului Târgu Mureș.



THE TREASURE CITY



CELE MAI APRECIATE BRANDURI MUREȘENE

Pe www.madeinmmures.ro vedeți și cum am măsurat “puterea” mărcilor mureșene, din perspectiva investiției de încredere și afectivitate care le este acordată de către consumatori. Nu am luat în calcul indici financiari și comerciali. Studiul este reprezentativ la nivelul municipiului Târgu Mureș, în rândul populației pe peste 18 ani și are o eroare de eșantionare de maxim 4%, fiind realizat de compania Unlock Research.

Mărcile evaluate în studiu sunt specifice și diferențiatore pentru municipiul Târgu Mureș. Performanța mărcilor este măsurată în baza a trei indicatori: importanța mărcii, gradul de utilizare și notorietatea ei.

Importanța unei mărci pentru consumator a fost măsurată cu ajutorul metodologiei MaxDiff și toate analizele au fost realizate la nivel de categorie de produse.

Respondenții au făcut alegeri între calupuri de mărci, respectiv au ales care este cea mai importantă și cea mai puțin importantă marcă pentru ei. Aceștia au făcut alegeri multiple între combinații unice de mărci.

În urma acestor alegeri, a fost calculat un indice de preferință pentru fiecare brand, care ulterior a fost analizat împreună cu indicele de importanță al fiecărei categorii în parte, obținându-se astfel topul final.