

# Projeto de Estratégia de Marca Baseada em Lugar - "Quem escolher, será escolhido."

City Innovation Library · Good practice · Países Baixos

Pontuação de qualidade: 86/100

Força da evidência: Descriptive / self-reported

## Sumário

O município tinha a ambição de ser o líder europeu da inovação criativa até 2020 após o colapso do Lehman Brothers. A cidade criou um programa e estrutura de gestão para investir na imagem e reputação de Eindhoven.

## Dimensões-chave

| Dimensão                                   | Pontuação |
|--------------------------------------------|-----------|
| Evidence of impact / measured results      | 3/3       |
| Transferability / demonstrated replication | 2/3       |
| Scalability                                | 2/3       |
| Sustainability / continuity                | 3/3       |
| Innovation                                 | 3/3       |
| Inclusiveness / equity                     | 2/3       |
| Multi-stakeholder collaboration            | 3/3       |

Avaliado por C-NAPSE

## Fontes de dados

[C-NAPSE City Innovation Library research](#) — acedido a 2026-07-22

[2022-2030 City Marketing Strategy](#) — acedido a 2026-07-22

[#ShareTheVibe](#) — acedido a 2026-07-22

[Place Brand Observer focus on Eindhoven](#) — acedido a 2026-07-22

[This is Eindhoven homepage](#) — acedido a 2026-07-22

[2020 interview with Eindhoven365](#) — acedido a 2026-07-22

[WeEindhoven policy programme](#), — acedido a 2026-07-22

---

Citar — Evidoria. *Projeto de Estratégia de Marca Baseada em Lugar - "Quem escolher, será escolhido."*. ID persistente: 11fa8f0d-b9f2-4216-9e30-0d343fd2d140.