



Урбаника

Роль региональных брендов в формировании имиджа региона

Колесова Е.И.

Руководитель департамента экономического анализа и исследований
ООО «Институт территориального планирования «Урбаника»

БРЕНД

ВЫДЕЛЕНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ И СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТЕРРИТОРИИ

КАПИТАЛ

ОБЪЕДИНЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ТРАДИЦИЙ НАСЕЛЕНИЯ, ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ





Бренд – важный индикатор экономического развития, оказывающий помощь в конкуренции за:

- УЛУЧШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ СРЕДЫ;
- ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ РЕЗИДЕНТОВ И ТУРИСТОВ;
- ПРЕОДОЛЕНИЕ ДЕФИЦИТА РАЗЛИЧНЫХ РЕСУРСОВ;
- ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ОБ УНИКАЛЬНОСТИ ТЕРРИТОРИИ;
- ПОВЫШЕНИЕ ЕЁ УЗНАВАЕМОСТИ;
- СТИМУЛИРОВАНИЕ ПРОДАЖ МЕСТНЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ.



REGION
OF WESTERN
GREECE

full of contrast!



Брендинг городов – одно из важных направлений при привлечении туристов



I amsterdam®



Одесса





Бренд региона

ИСТОРИЧЕСКИ СЛОЖИВШИЙСЯ



Калининградская
область



Ненецкий
автономный
округ

Североевропейская кладовая России



«НОВЫЙ»



Бренд города

СОБЫТИЙНЫЙ

ПОД НАЗРЕВШИЕ
ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ

ИСТОРИЧЕСКИ
СЛОЖИВШИЙСЯ



Учёт брендинга в официальных документах

Региональный брендинг

- ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ
- ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПРОГРАММЫ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА
- ИНВЕСТИЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ
- СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ
- ПОСТАНОВЛЕНИЯ О КОНЦЕПЦИИ ИМИДЖЕВОГО ОБРАЗА (БРЕНДА)



Городской брендинг

- СТРАТЕГИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ
- ДОРОЖНАЯ КАРТА ПО СНИЖЕНИЮ АДМИНИСТРАТИВНЫХ БАРЬЕРОВ И УЛУЧШЕНИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КЛИМАТА
- МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ ПО РАЗВИТИЮ И ПОДДЕРЖКЕ ТУРИЗМА



Урбаника

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

ООО «Институт территориального планирования «Урбаника»

Санкт-Петербург, Лиговский проспект, д. 87, Бизнес-центр «Андреевский дом», офис 301

Телефон/факс: +7 (812) 449-19-30

<http://www.urbanica.spb.ru>

E-mail: info@urbanica.spb.ru