

«ПАРКОВЫЕ» ПРОЕКТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА

13 ФАКТОВ И ОДИН ВЫВОД

ЦКТ **ПРОПАГАНДА**

ДЕПАРТАМЕНТ АНАЛИТИКИ И
МЕДИА-МОНИТОРИНГА

Факт № 1

«Парковые» проекты:

1. **Инновационные парки** (не более 25 на РФ);
2. **Технопарки** (около 50 на РФ);
3. **Индустриальные парки** (свыше 120 на РФ);
4. **Логистические парки** (2 на РФ).

Факт № 2

«Парковые» проекты создаются:

- 1. По инициативе властей региона;**
- 2. По инициативе частных инвесторов;**
- 3. Как особые экономические зоны (со специальными налоговыми и таможенными режимами).**

Факт № 3

200 «парковых» проектов на территории РФ =

1507 публикаций об индустриальных парках +
1593 публикации о промышленных парках +
292 публикации о пром.-логистических парках +
26 публикаций о технопарках.

Итого с 01.03.2011 по 31.08.2011 года:
3418 публикаций (19 публикаций в день)

**Из них в федеральных СМИ –
916 публикаций** (5 публикаций в день)

Факт № 4

Экономически активное население РФ не знает:

о планировании;

о существовании;

о преимуществах «парковых» проектов.

Знает – лишь 4%!!!

Факт № 5

«Парковые» проекты:

**Географически распределены неравномерно
(преимущественно на Юге и в Центре РФ).**

Факт № 6

«Парковые» проекты:

Преимущественно малорентабельны или нерентабельны

Факт № 7

«Парковые» проекты:

Преимущественно оторваны от комплексного освоения территорий

Факт № 8

«Парковые» проекты страдают от:

- **Изношенности инфраструктуры**
(инженерия, коммуникации и сети);
- **Неразвитости финансового рынка;**
- **Несоответствия площадок запросам инвесторов** (в том числе, иностранных).

Факт № 9

Многие «парковые» проекты – это:

- **лишь презентационная документация;**
- **без физических действий по обустройству территории;**
- **без минимального финансирования.**

Факт № 10

«Парковые» проекты привлекательны для регионов в качестве:

- 1. Позитивной оценки инвестиционной привлекательности регионов;**
- 2. Положительной значимости региона на федеральном уровне и среди регионов-конкурентов;**
- 3. Увеличения промышленного потенциала регионов;**
- 4. Увеличения политического капитала властей регионов;**
- 5. Возможности для реализации смежных проектов (занятость, жильё, дороги, транспорт и пр.)**

Факт № 11

Эффективная заполняемость в среднем по России
(в пересчёте на 1 «парковый» проект):

всего 30 гектаров в год

Факт № 12

«Парковые» проекты

содержат в себе преимущественно позитивный информационный ресурс (риски негатива – минимальны и легко регулируются).

Вывод № 1 (на данный момент - единственный)

«Парковые» проекты – это потенциально:

- 1. Экономически-эффективные территории;**
- 2. Информационно-продуктивные территории.**

Факт № 13

За время этой презентации в России было освоено около **50 квадратных метров** территорий «парковых» проектов.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Центр коммуникативных технологий «**ПРОПАГАНДА**»

Тел.: (495) 970-1560, 970-1561

Факс:(495) 970-1562

welcome@propaganda.ru

www.propaganda.ru

«ПАРКОВЫЕ» ПРОЕКТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА

Новосибирск – Москва – Воронеж, 2011 год