

# «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](mailto:welcome@propaganda.ru)

[www.propaganda.ru](http://www.propaganda.ru)

**«ПАРКОВЫЕ» ПРОЕКТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДИНГА**

**Новосибирск – Москва – Воронеж, 2011 год**