Ивент-брендинг г. Нальчика

Брендинг городов

- За последние несколько лет в индустрии внутреннего туризма РФ сформировалась четкая тенденция брендинга российских городов.

- Создавая и продвигая уникальный бренд своего города, городские власти привлекают новые туристические потоки и связанные с ними инвестиции.

- Как результат, брендированные города получают новые статьи доходов, новые рабочие места, новые перспективы социально-экономического развития

Примеры

г.Великий Устюг

город провозгласил себя как «резиденция Деда Мороза». Этот нехитрый ход в короткое время помог переориентировать значительные новогодние туристические потоки с финской Лапландии в российскую глубинку.

г.Томск

борется за звание «Северные Афины» - город мудрости. Проводимые под этой тематикой научные конференции, съезды, фестивали и симпозиумы позволяют поддерживать привлекательный имидж, что самым положительным образом сказывается на инвестиционной привлекательности города.

Примеры

г.Суздаль

«Город русских сказок и народных праздников». Проводимые в городе в течении года «Фестиваль Банщиков» в ноябре, «День Птиц» в апреле, «Неделя Русалок» летом, «Праздник Огурца» осенью – поддерживают постоянный приток туристов, обеспечивают работой гостиничные комплексы, пополняют бюджет города.

г.Муром

объявил себя «Городом Любви». В этом году там впервые отмечали праздник супружеской любви – День Петра и Февроньи Муромских.

(по заявлению городских властей, их инициативу поддержала супруга президента РФ Светлана Медведева, которая решила таким образом противопоставить этот праздник иностранному Дню святого Валентина).

Событийный брендинг Нальчика

Туристический брендинг города Нальчик – давно назревшая потребность.

Для поддержания этого начинания можно было бы использовать уже имеющийся потенциал и переформатировать фестиваль «Танцы над Эльбрусом» во всемирный фестиваль национальных танцев народов Кавказа по модели знаменитого фестиваля самбы в Рио-де-Жанейро, Бразилия

В финале - главный конкурсный парад-шествие всех школ национальных танцев народов Кавказа по центральному проспекту г.Нальчика.

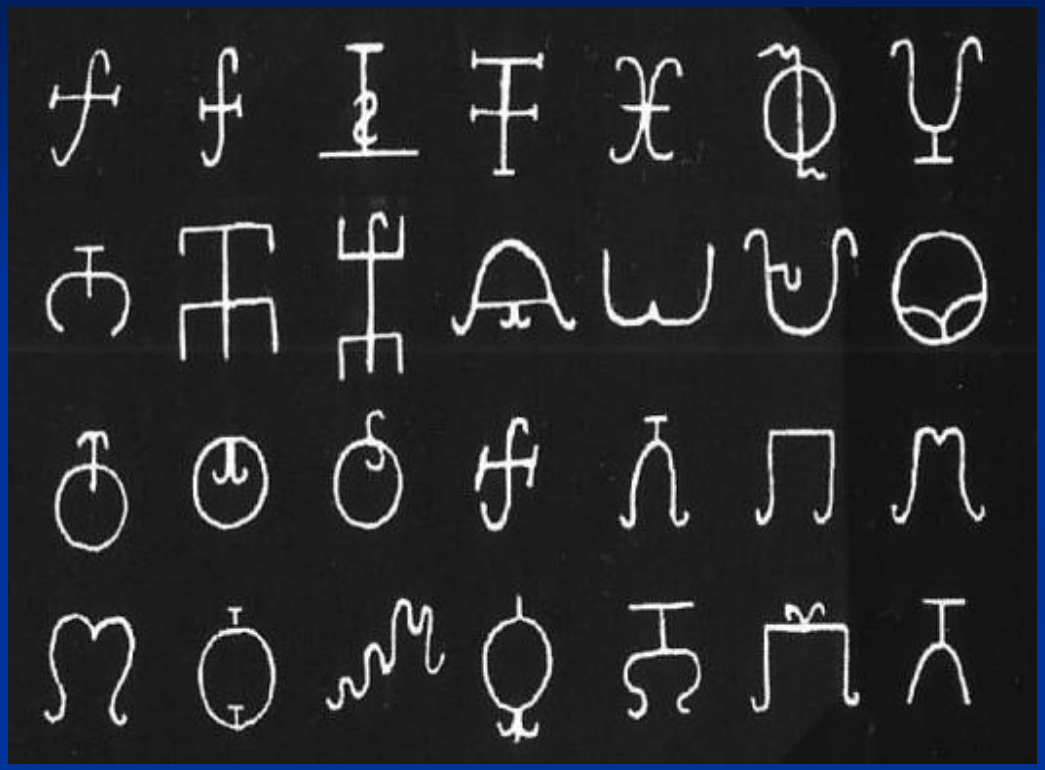
Танцевальные школы соревнуются друг с другом в искусстве танцев передвигаясь на специально оборудованных и украшенных самодвижущихся платформах в окружении музыкантов и групп поддержки.

Визуальная инсталляция

Гвоздем фестивальной программы могла бы стать вечерняя визуальная инсталляция на базе гостиницы «Нарт» (г. Нальчик), выполненная в цветах флага КБР и в сопровождении выступления лучших школ танцев в национальных костюмах.

(пример того как реализуется визуальная инсталляция, можно посмотреть на прилагаемом DVD-диске)

Визуальная инсталляция



Включение в программу визуальной инсталляции символов древних родов и прочих исторических и этно-культурных символов, придаст празднику особый колорит и будет способствовать продвижению культуры и истории Кабардино-Балкарии на международной арене.

Финансовые расчеты

Главная цель праздника состоит в ежегодном привлечении иностранных туристов в республику.

Если исходить из того, что один турист за три дня проведения фестиваля потратит около 15 000 рублей на проживание, питание, транспорт и прочее, то городские власти инвестируя в проект могут ожидать следующие поступления в экономику города и республики:

1 год –	**30 000 чел**	**450 000 000 руб.**
2 год –	**50 000 чел**	**750 000 000 руб.**
3 год –	**70 000 чел**	**1 050 000 000 руб.**

Конец презентации

Автор:

Корецкий Николай Васильевич

Т: +7 928 6341211

email: paramail@bk.ru

Skype: nikes1971