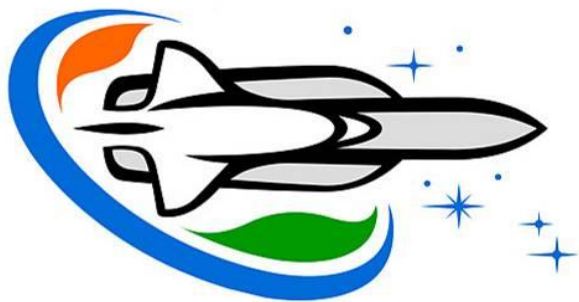

Брендинг Калужской области как инструмент её социально- экономического развития



Ситуация на май 2009 г. в РФ:

- ❑ Тема брендинга всё еще модна, по инерции
 - ❑ Примеров («кейсов») успешного брендинга российских регионов НЕТ. Исключения: отдельные малые города с небольшим количеством жителей.
-

Брендинг Калужской области: зачем?

2008 год – переломный:

- ❑ К.О. – лидер по темпам экономического роста в ЦФО и РФ;
 - ❑ Понимание необходимости перехода от количественного роста к качественному;
 - ❑ Попытка не допустить критического разрыва между экономико-инфраструктурным и гуманитарным развитием региона;
 - ❑ Создание нового «лица» региона; устранение критических «разрывов» в системе общественных связей области.
-

Целевые аудитории брендинга:

- ☐ Местные и новые жители
 - ☐ Федеральная власть
 - ☐ Инвесторы
 - ☐ Туристы
-

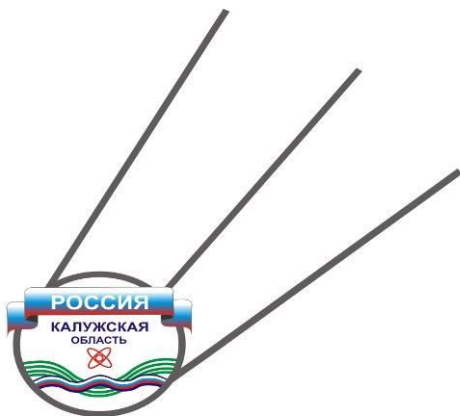
Брендинг Калужской области

Первый шаг:

Областной конкурс на разработку концепции использования конкурентных преимуществ Калужской области в целях её дальнейшего социально-экономического развития



ТЕМА № 1: КОЛЫБЕЛЬ КОСМОНАВТИКИ



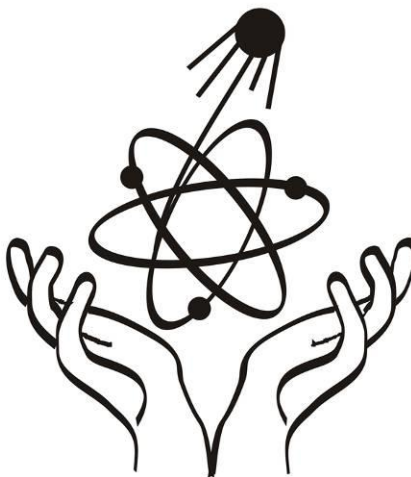
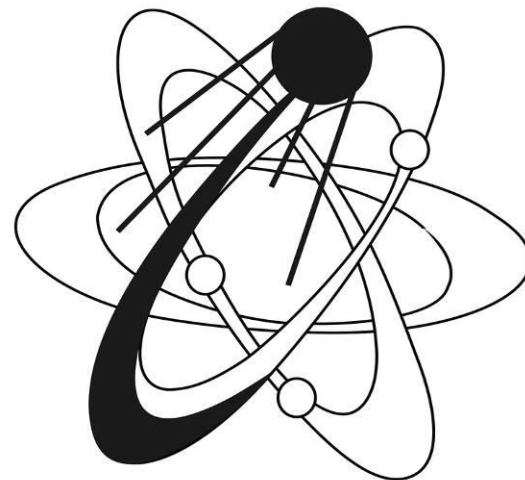
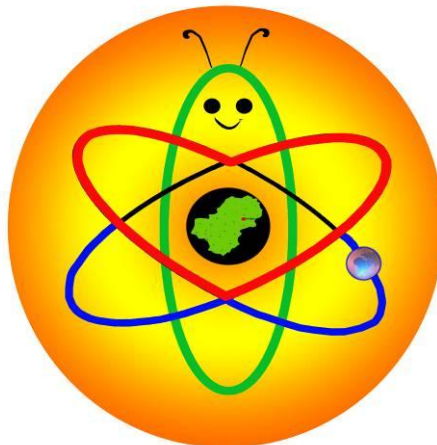
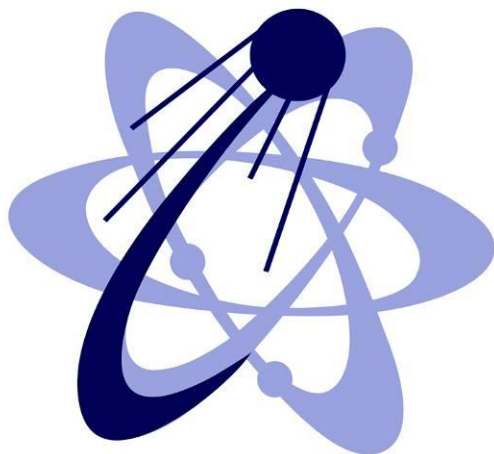
Результаты социологического анализа экспертных оценок сложившихся практик брендинга и позиционирования местных брендов в Калужской области

Ответы на вопрос: «Какие из указанных утверждений Вам ближе всего?»

	Калужская область	г Калуга	г Обнинск	г Киров	Руковод ители произво дств предпри ятий	Руководи тели органов гос и муниц управлен ия
(В процентах к числу опрошенных, %)						
Родина космонавтики	22	20	20	30	37	
Колыбель космонавтики	56	68	47	40	53	60
Благословенная земля	28	28	20	40	27	30
Намоленная часть святой Руси	12	12	13	10	13	10
Территория инновационного развития	30	32	20	40	20	45
Пионер мирного атома	28	16	47	30	30	25
Другое	12	8	27		10	15



ТЕМА № 2: МИРНЫЙ АТОМ (ИННОВАЦИИ)



Калужская область
Основа стабильного развития

ТЕМА № 3: ПРОШЛОЕ



Пояс Богородицы

ТЕМА № 4: БУДУЩЕЕ «С ЧИСТОГО ЛИСТА»



Калуга



ТЕМА № 5: ТРАДИЦИИ + ИННОВАЦИИ



Калужская область
традиции и инновации

ТЕМА № 6: ЭКОЛОГИЯ



КОНЦЕПЦИИ

Некоторые темы:

- ❑ Инструменты повышения инвестиционного потенциала и использование конкурентных преимуществ Калужской области;
 - ❑ Создание международного выставочного комплекса по ядерным устройствам, используемым в мирных целях;
 - ❑ Эффективное использование человеческих ресурсов;
 - ❑ Оптимизация регионального сельскохозяйственного рынка;
-

КОНЦЕПЦИИ

Некоторые темы:

- ❑ Калужский сувенир как средство брендинга региона;
 - ❑ Образ дома как бренд Калужской области;
 - ❑ Создание родовых поместий как конкурентное преимущество области;
 - ❑ Дирижабль Циолковского как средство усиления бренда Калужской области;
 - ❑ Создание полнометражного художественного фильма о людиновском подполье как средство патриотического воспитания в России.
-

<http://brand-kaluga.livejournal.com/>

Спасибо за внимание !
