

ТЕЗИСЫ ДОКЛАДА «О МЕРОПРИЯТИЯХ ПО РАЗРАБОТКЕ ТУРИСТСКОГО И ЭКСПОРТНОГО БРЕНДА В НОВГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ»

Докладчик: Куимов В. А., министр инвестиционной политики Новгородской области

Развитие национальных брендов является одним из ключевых направлений продвижения экспорта товаров, услуг в сфере туризма, культуры и бизнеса. В сложившейся политической и экономической ситуации возрастает значение уникальных конкурентных преимуществ территорий, развитости инфраструктуры для бизнеса, туризма, населения.

Территориальный брендинг для России является достаточно новым явлением, но обладающим высоким потенциалом. Успешный бренд играет значимую роль в развитии региональной экономики, туристской инфраструктуры. Региональный бренд подчеркивает уникальность местных товаров и услуг, может успешно использоваться в рамках национального бренда «Сделано в России».

Сильный узнаваемый и управляемый образ региона является, по сути, брендом территории и позволяет:

- стимулировать поток государственных и частных инвестиций в экономику;
- стимулировать процессы развития сферы туризма;
- активизировать экспорт туристских услуг региона;
- повышать привлекательность территории, удерживая местных граждан от миграции и притягивая новое население с востребованными навыками и квалификацией.

Брендинг территории как составляющая территориального маркетинга является важнейшей государственной задачей, которую следует решать наравне с иными задачами по созданию комфортной среды для проживания местного населения и отдыха туристов.

Новгородская область обладает богатым историко-культурным наследием, природными ресурсами, узнаваемыми этнокультурными особенностями населения. Немаловажную роль при создании положительного имиджа региона играют стабильная политическая и социально-экономическая ситуация, развитость сети железнодорожных и федеральных автомобильных дорог, доступность средств связи.

Все это также обуславливает необходимость разработки туристского и экспортного бренда Новгородской области.

Использование фирменного стиля туристского и экспортного бренда в

Новгородской области в различных форматах должно быть на всех официальных, деловых, развлекательных мероприятиях, связанных с узнаваемостью и продвижением Новгородской области как единого целостного региона со своим культурным, историческим, туристским, экономическим потенциалом.

Цель разработки туристского и экспортного бренда Новгородской области – создание привлекательного образа региона, повышение социокультурного, экономического, политического имиджа области, ориентированного на внешних потребителей, развитие межрегионального и международного сотрудничества, обеспечение присутствия бренда региона в информационном пространстве.

К основным задачам брендинга Новгородской области мы относим:

- 1) маркетинговые:
 - позиционирование и создание системы продвижения Новгородской области для всех целевых аудиторий;
- 2) социокультурные:
 - построение качественной межкультурной коммуникации;
 - сохранение историко-культурного наследия территории;
- 2) экономические:
 - увеличение туристского потока;
 - повышение инвестиционной привлекательности;
 - привлечение новых торговых партнеров;
 - привлечение трудоспособного населения, в том числе квалифицированных специалистов и молодежи;
- 3) политические:
 - прогнозирование развития территории и управление этим процессом.

Предлагаемое сюжетное видение развития регионального туристского и экспортного бренда Новгородской области – «Русь Новгородская» – описывает ценности бренда, целевые аудитории, внешние и внутренние коммуникации, а также образы и персонажи, которые сообщает региональный бренд.

Концептуальные основания развития и продвижения Новгородской области как «Руси Новгородской» заключаются в следующем:

Великий Новгород – Родина России и отец городов русских, ганзейский город, город крепость и город музеев.

Русь Новгородская – Родина российской демократии; колыбель русского православия; Родина российского рубля.

Поэтому к историческим образам Новгородской земли, которые использовались при разработке бренда отнесено следующее:

- это начало российской государственности (приход Рюрика);
- первая столица России и демократические традиции в управлении и самоорганизации (вече);
- торговый путь из «варяг в греки» и связь Европы и России в лице Великого Новгорода – члена европейского Ганзейского союза;
- высочайший уровень культуры и образования (самая древняя книга Руси – восковые таблички с Псалтырью, берестяные грамоты, «Русская Правда»);
- развитие русского искусства и зодчества (иконопись, Святая София);
- великие лица истории: Рюрик, Александр Невский, Ярослав Мудрый, Александр Суворов, Миклухо-Маклай, Достоевский, Рахманинов.

Таким образом, «Русь Новгородская» - с одной стороны, отсылает нас к первоначальному периоду русской истории, связанной с Великим Новгородом и временем его основания. Это время расцвета и торжества Руси и указание на ее конкретную северную часть – новгородскую.

С другой стороны, «Русь Новгородская» - это современный конструкт в технологиях маркетинга территорий. Он указывает на конкретный субъект Российской Федерации – Новгородскую область. Это регион, сохранившийся в пределах отдельно взятого региона, хранящих множество памятников истории и культуры того периода.

Туристский и экспортный бренд Новгородской области, как и любой другой бренд, понятие комплексное, и должен включать в себя узнаваемый графический логотип, оформление продукции в едином стиле, рекламный слоган и хорошую репутацию у потребителей.

Цель визуальной части бренда просматривается как раз через призму этих понятных образов, которые мы постарались объединить в одном знаке – знаке региона **«Русь Новгородская»**.

Для того чтобы увидеть процесс создания бренда «Русь Новгородская», предлагаем вашему вниманию небольшой видеоролик по его созданию.

(Идет просмотр видеоролика).

Я прошу членов Правительства Новгородской области поддержать реализацию столь важного и интересного проекта, связанного с брендингом Новгородской области и направленного на развитие туристского и экспортного потенциала региона.

**Министр инвестиционной политики
Новгородской области**



В. А. Куимов