

Заседание Совета по улучшению инвестиционного климата в Ленинградской области

Зачем нужен единый бренд региона для продвижения инвестиционного и туристического потенциала региона?
Какие преимущества для инвестора?

Анастасия Михальченко

Директор ГКУ «Агентство экономического развития Ленинградской области»



BRIEF'25



**ЗЕЛЕНЫЙ
КОРИДОР**



**ЛЕНИНГРАДСКАЯ
ОБЛАСТЬ**

Почему нужен единый бренд региона



Вопрос узнаваемости

Ленинградскую область часто путают с Санкт-Петербургом



Развитие туризма

формирование полноценных маршрутов для долгих путешествий, а не уикенд-туризма



Инструмент для жителей:

- необходимо чувство единства между районами
- определение новых районов как части Ленобласти, а не Петербурга



Развитие экономики

приток инвестиций



Многополярность бренда Ленобласти



Итоги проведенных глубинных интервью

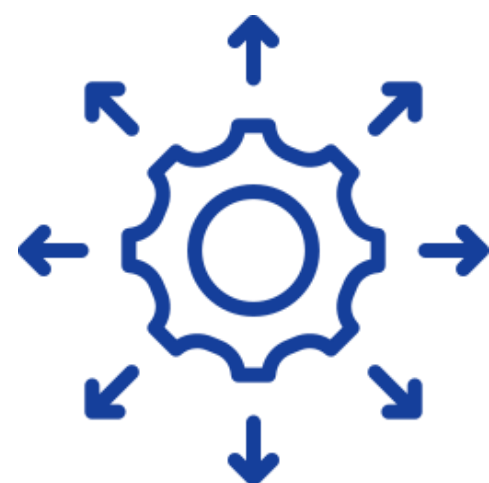


Глубинные интервью

метод качественного исследования, который позволяет получить глубокие, субъективные и подробные данные от ключевых заинтересованных сторон, чтобы лучше понять восприятие, ценности и ожидания от бренда региона

14

интервью проведено



Текущие вызовы

- Недостаток туристической инфраструктуры, сервисов, недостаточная узнаваемость бренда
- Отток кадров в Петербург, перегрузка инфраструктуры из-за маятниковой миграции и дачников
- Проблемы с самоидентификацией новых районов (Кудрово, Мурино и др.)
- Слабое развитие отдалённых районов и различия в уровне жизни



Отмеченные особенности и ассоциации

- Регион называют «Россия в миниатюре» — природное, историческое, культурное многообразие
- Близость к Санкт-Петербургу как возможность получать экономические, инфраструктурные и культурные преимущества
- Разнообразие ландшафтов: леса, озера, реки, заливы, скандинавские пейзажи, исторические крепости
- Акцент на событийном, промышленном и паломническом туризме



План реализации бренда



**Проведение
глубинных интервью**
с представителями власти
и экспертами в области
науки и образования



**Проведение культурного
и семиотического исследования,**
которое включает в себя анализ
визуальных и смысловых кодов



**Получение единого
брендбука**
как результата проекта



**Внедрение единого
дизайн-кода**
на территории региона, в событиях
и туристических маршрутах

