

Александр Моор проанализировал работу по созданию региональных брендов

Слоган "Тюмень - лучший город Земли" объединяет нас и, в то же время, остается общей целью власти и общества. Об этом заявил глава Тюменской области Александр Моор, подводя итоги Губернаторских чтений на тему "Брендинг как инструмент развития региона".



"О брендинге территории, как инструменте управления развитием региона, мы думаем давно. Например, слоган "Тюмень - лучший город Земли" поначалу вызывал улыбки. Но это была долгосрочная цель, и с тех пор город очень изменился к лучшему. Об этом говорят и коренные тюменцы, и наши гости. Это подтверждают высокие позиции в различных рейтингах и оценки экспертов", - отметил губернатор.

Александр Моор внимательно проанализировал уже сделанную в Тюменской области работу по созданию и продвижению региональных брендов. В регионе продолжается активный поиск "точек уникальности", способных привлечь туристов. Речь идет не только о Тюмени - первом русском городе в Сибири, древней сибирской столице Тобольске или знаменитых термальных источниках.

"Что еще мы можем забрендировать, чтобы в долгосрочной перспективе получить экономические выгоды? Например, наш слет молодых успешных предпринимателей СУП, который вышел уже на международный уровень. Кроме того, хорошим брендом может стать тюменский студенческий кампус - экологичная городская среда, в которой молодые люди не только учатся, но и общаются. Чтобы сохранить и привлечь талантливую молодежь, мы должны выделяться в когорте больших и сильных университетских регионов", - поставил задачу Александр Моор.

Источник: «Тюменская линия», фото Владимир Пахомов