

**Брендинг территории
республики Алтай и
рекламные инструменты для
продвижения нового образа
региона**

Разработали студенты ФГБОУ ВО
«Государственный университет
управления»
Елисеева Яна
Сотскова Елена



Республика Алтай расположена на юге Западной Сибири, граничит со странами дальнего и ближнего зарубежья, что выгодно с точки зрения торгово-экономических связей и развития туристического потенциала. Районы республики различаются разницей температурных условий и химическими свойствами почвы, что наделяет их уникальными пейзажами и возможностями для разных видов деятельности. Алтай является основным регионом, в котором активно развивается экотуризм.

185 млн.руб - на комплексное развитие сельских территорий в 2025 году.

355,3 млн.руб - на развитие внутреннего и въездного туризма в 2025 году.

1 место в «Национальном экологическом рейтинге регионов РФ».

Приоритетными сферами экономики для инвестиционного сотрудничества являются:

- туризм;
- санаторно-курортная деятельность;
- сельское хозяйство;
- биофармацевтика (производство биологически активных добавок и лекарственных средств из местного сырья и продукции пантового оленеводства);
- инновационные проекты в сфере «зеленых технологий» и др.



Авторская разработка символики региона

республика
АЛТАЙ



ЗАПОВЕДНЫЙ ПУТЬ К ШАМБАЛЕ

республика
АЛТАЙ



ЗАПОВЕДНЫЙ ПУТЬ К ШАМБАЛЕ



Выбор цветовой палитры разработанного логотипа обусловлен следующими ассоциациями: желто-золотой - отражает здоровье, просветление и молодость; синий - умиротворение, мудрость, таинственность и духовность; зеленый - свежесть, экологичность.

Использование символики

Разработанный символ территории успешно интегрируется в инфраструктуру города: на вывески, сити-форматы и скамьи. Благодаря этому, образ территории запоминается, узнается и закрепляется в сознании аудитории.

Также данный символ возможно внедрять в рекламные материалы, использовать в постах социальных сетей республики, разместить на официальном сайте республики.



Концепция

- Республика Алтай обладает уникальными природными ландшафтами и имеет высокий **потенциал для развития экологического туризма** - форма туризма, сущность которого заключается в минимальном воздействии на окружающую среду. В регионе много заповедников, природных территорий, национальных парков, гор, лесов, заказников и озёр, а власти региона строго контролируют любое вмешательство в эко-составляющую Алтая.
- Алтайский марал – эндемик Алтая, панты(рога) которого обладают целебными свойствами. На их основе делают специальные ванны, лекарства, всевозможные мази. Республика Алтай обладает большим потенциалом для развития массового **производства панто-содержащей продукции, а также использовании пантового порошка в санаториях и спа-центрах** в целях проведения процедур для обеспеченной части населения.
- Актуальное на данный момент направление развития для Республики Алтай – **строительство туристических комплексов, гостиниц, санаторно-курортных центров**. Такой подход обеспечивает регион туристами, а местное население рабочими местами. Строительство подобных комплексов является прекрасной инвестиционной возможностью для бизнеса.



Дескриптор

Дескриптор «Заповедный путь к Шамбале» отражает сформированную концепцию нового образа территории, подчеркивая таинственность региона и «путь» к здоровью, который будет обеспечен продукцией пантового производства и помощью природных ресурсов.

Таким образом, разработана авторская визуальная концепция, которая максимально отражает образ региона в будущем. Обновленная авторская символика поможет республике примерить и закрепить на себе новый образ, отразить продвигаемые ценности. Также данный образ поможет привлечь больше туристов, желающих провести отдых вдали от городской суеты и подтянуть своё здоровье, используя уникальные ресурсы Алтая.



Разработанные варианты продвижения

Исходя из особенностей каждого сегмента целевой аудитории для продвижения образа республики Алтай будут использованы следующие инструменты:

- 1) **наружная реклама** (размещение рекламы на билбордах, реклама на транспорте),
- 2) **продвижение через СМИ** (региональные ТВ- и радиоканалы, а также региональная пресса)
- 3) **онлайн-ресурсы** (создание лендинга, размещение рекламы в социальных сетях),
- 4) **организация мероприятий** (пресс-тур для инфлюенсеров, гастрофестиваль для туристов и бизнес-сообществ)
- 5) **создание сувенирной продукции.**

Таким образом будет обеспечено достижение максимальной вовлеченности местного населения в дела республики, привлечение внимания к региону туристов, а также бизнес-сообществ.



Спасибо за внимание!

