Горловка готовится к ребрендингу на примере областного центра

Горловский Медиа Портал
23.03.10 14:41

Создание регионального бренда – тема круглого стола «Донецк – деловая столица Украины», который прошел 19 марта в областном центре. Не просто разрушить стереотипы о регионе в Украине и мире, а создать на месте обломков новый, продаваемый бренд – такой целью задались ученые, бизнесмены и политики.

Участие в круглом столе принял и начальник управления экономики, промышленности, транспорта и связи горловского городского совета Юрий Трунов. По словам управленца, участие в подобных мероприятиях – первая ступенька к долгому пути ребрендинга Горловки.

По мнению организаторов круглого стола, кропотливое создание бренда территории, как правило, отражается на процессе развития экономики, привлечении инвестиций и прямо связано с эффективностью работы местных компаний. Так, Донецк – не шахтерская и не криминальная, а деловая столица Украины. На стадионе «Донбасс-арена» ученые и политики со всего мира активно разрушали мифы о городе.

Гуру территориального брендинга Саймон Анхольт (Великобритания) настоятельно рекомендовал сокращать разрыв между собственными представлениями о городе и суждениями извне. Данный репутационный разрыв – основная проблема Донецкого региона. Положительным опытом изменения имиджа также поделились москвичи и львовяне.

Задумались над тем, какое представление сложилось о городе извне, и горловские чиновники. Горловка давно не шахтерский город, и уже не город химиков. По словам заместителя городского головы Михаила Попова, доходная часть данных отраслей сильно сократилась. А вот доля малого и среднего бизнеса возросла в местном бюджете уже до 19%. Город должен зазвучать по-новому, считают управленцы.

Юрий Трунов, начальник управления экономики, промышленности, транспорта и связи

В этом году Горловка принимает новый генеральный план развития, и вопрос ребрендинга прописан в нем красной строкой. Городу давно пора открыть новые промзоны для развития перспективных предприятий, поддержать уже ставших на ноги инноваторов. Михаил Попов утверждает, что пора отбросить утопические мечты изменить все разом и начать ежедневно работать над имиджем, - только тогда мы станем интересными для европейских инвесторов.

Пока же горловчане приобщаются к теоретической базе. И расставляют приоритеты будущего развития.

Юрий Трунов, начальник управления экономики, промышленности, транспорта и связи

Донецк первым уверенно ступил на путь создания и развития бренда – с одной стороны мегаполису это сделать финансово проще, с другой - изменить мнение, складывавшееся о городе годами, тяжело. Но директор по международным связям и отношениям с инвесторами компании «СКМ» Джок Мендоза-Вилсон уверен, что со временем за Донецком закрепится место на «инвестиционной» карте и город станет бизнес-столицей Украины.

Татьяна Косенко, «Горловские Ведомости»