



Вологодская область – Душа Русского Севера



Идеология бренда
Вологодской области

Вологда, 2014

Демонстрация единства Вологодской области, усиление эмоциональной связи с территориями проживания вологжан, развитие традиционных семейных, духовных и нравственных идеалов, формирование любви к Родине, сохранение православного наследия



Видение бренда

Бренд «Вологодская область – Душа Русского Севера» – это основная объединяющая идея, которая у каждого жителя должна вызвать гордость за свою малую Родину, служить сплочению жителей области, способствовать росту патриотизма. Бренд несет в себе глубинные духовные идеалы и православное культурное наследие, отражает национальный характер северного региона, способствует единению вологжан.

«Вологодская область – Душа Русского Севера» - ключевая идея для консолидации вокруг нее всех реализуемых основных направлений развития бренда Вологодской области:

- социо-культурный бренд,
- туристский бренд,
- товарный бренд,
- инвестиционный бренд,
- политический бренд.

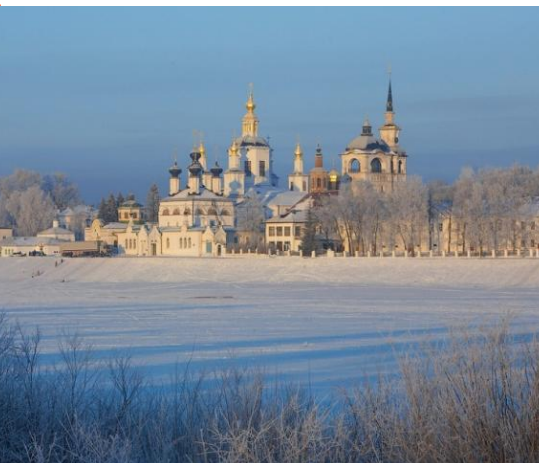


Философия бренда «Вологодская область – Душа Русского Севера»

Вологодчина – древняя земля Русского Севера, край чистых озер, вековых монастырей. Один из немногих уголков России, где сохранились и развиваются традиции уникальных древних искусств.

Русский Север это:

- натуральные продукты, грибы и ягоды,
- богатство пушниной, рыбой, зверем,
- развитый лесопромышленный комплекс,
- множество озер и рек с удобными условиями судоходства;
- душевные, открытые и трудолюбивые люди,
- сохраненная русская идентичность,
- богатое культурно-историческое наследие,
- древние православные святыни и сокровища народной культуры.



Сенсорное управление брендом



Вологодская область – Душа Русского Севера!

Это чувственное восприятие России. Именно в Вологодской области обостряются все главные чувства человека!

Вы услышите Русский Север в колокольном перезвоне Вологодчины. Это – земля, где звучат колокола!

Вы почувствуете вкус Русского Севера, попробовав неповторимое Вологодское масло, мед и домашнее варенье.

Вы попадете в сказку Русского Севера на Вотчине Деда Мороза – в Великом Устюге. Вологодская область – родина Деда Мороза!

Вы узнаете Русский Север в запахе парного молока, свежеспеченного хлеба, скошенной травы и цветущих лугов Вологодчины. Полевые цветы и бескрайние луга, дымок бани – все это на русской Вологодской земле.

Вы прикоснетесь к узорам Русского Севера – вологодскому кружеву и льняному полотну, хранящему тепло рук мастериц и вековые традиции. Вологодчина – это родные чувства от прикосновения к истокам!

Ощущение полноты жизни, познание духовной сути русского человека, народного характера и Русского Духа – все это вам даст посещение Вологодской области!

Функциональные



Традиции качества
Вкус
Экологичность
Натуральное сырье
Надежность
Честность
Богатство Русского Севера
Частные культурные инициативы
Народные промыслы
Современные культурные достижения

Социальные



Гуманитарная основа
Национальное единство
Исконная Россия
Православие
Национальные традиции
Русский мир
Духовные святыни нашего народа
Традиционные семейные, духовные и нравственные идеалы
Культура области

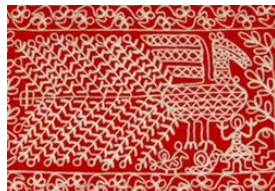
Эмоциональные



Русский дух
Единство
Сила духа нации
Вера
Генная память
Самобытность
Уют
Уважение к историческому наследию
Любовь к Родине



«К недоброму человеку и голубь не летит» (русская поговорка)



Легенда Вологодской области рассказывает о глубинном смысле визуального знака, подчеркивает его историко-культурное содержание и следование православным традициям.

Птицы всегда занимали особое место у славян. Образ птицы часто встречается на одежде, предметах быта и украшениях. Начиная с глубокой древности, он был талисманом и распространенным персонажем у славян.

В образе Сказочной Птицы, как в символе прекрасного, русский человек видел свою собственную мечту о доброте, красоте и счастье. В христианстве голубь олицетворяет мир, любовь, невинность.

Славяне относили голубя к чистым птицам, считая ее святой и божьей птицей. Именно голубь олицетворяет душу человека. В христианстве в виде голубя Святой Дух сошел с небес во время крещения Иисуса и именно голубь возвестил Ноя о конце потопа.

Поэтому голубь - любимая Богом птица.

Символический капитал бренда (материальные и нематериальные активы)

Сегменты

Исторический	Международный	Товарный	Промышленный	Природный	Событийный
<p>Белоозеро Великий Устюг Вологда Тотьма Сизьма «Семенково» Остров Спас Каменный (Усть-Кубенский район) Пожарище (Нюксеницкий район)</p> <p>Кирилло-Белозерский Монастырь Музей фресок Дионисия Вологодский кремль Белозерский кремль Музей Кружева (Вологда) Спасо-Прилуцкий Монастырь Часовня Исаакия Долматского (Вытегра) Корабельные церкви (Тотьма)</p> <p>Василий Верещагин Николай Верещагин Джанна Тутунджан Василий Белов Александр Яшин Игорь Северянин Павел Беляев Николай Рубцов</p>	<p>Сталь</p> <p>Удобрения</p> <p>Продукты питания</p> <p>Лес</p>	<p>Продукты: Вологодское масло Вологодская ягода Мед (Тарнога – столица Вологодского меда) Соль (Тотьма – соль земли русской) Вода Вологодская Молочные продукты Мясные продукты Черная икра, рыба Кондитерские изделия Хлеб Устюженский картофель</p> <p>Промыслы: Вологодское кружево Вологодская роспись Деревянная скульптура Игрушка Ковка Резьба по дереву Роспись по дереву Устюжская финифть Северная чернь Ткачество</p>	<p>Северсталь</p> <p>ФОСАГРО</p> <p>Череповецкий фанерно-мебельный комбинат</p> <p>Вологодский подшипниковый завод</p> <p>Вологодский оптико-механический завод</p> <p>Вологодский завод строительных конструкций и дорожных машин</p> <p>Чагодощенский стекольный завод</p> <p>Предприятия лесоперерабатывающего комплекса</p>	<p>Геологический разлом Опоки (Великоустюгский район)</p> <p>Самоизливающаяся скважина на реке Сухона</p> <p>Тройной водораздел АТЛЕКА (Вытегорский район)</p> <p>Водопад «Падун» (Вытегорский район)</p> <p>Кедровые рощи (Белозерский район)</p> <p>Гагарье озеро (Верховажский район)</p>	<p>Фестивали: «Кружева» «Белоозеро» «Железное поле» «Голоса Истории» «Лето в Кремле» Музыкальный Гаврилинский фестиваль «Русская гармония» (Бабаево)</p> <p>Выставки-ярмарки международного уровня: «Ворота Севера» «Российский лес» «Российский лен»</p>

Социо-культурный бренд

Цель: Развитие местного самосознания, повышение лояльности к территории проживания. Формирование гармоничной личности, воспитание гражданина России – зрелого, ответственного человека, в котором сочетается любовь к родине, общенациональная и этническая идентичность, уважение к культуре, традициям людей, которые живут рядом

Имидж -акценты:

- общенациональная и этническая идентичность
- основа самоуважения к себе – историко-культурное наследие
- уважение к культуре, традициям людей, которые живут рядом
- общая культурная, ценностная и цивилизационная основа, которая объединяет народы
- национальное единство
- герои русской истории
- искренние чувства солидарности
- зрелость и сила духа нации
- патриотический настрой
- гуманитарная основа
- историческая перспектива
- русский мир
- национальные чувства
- патриотический настрой
- историко-культурный стандарт
- уникальная объединяющая роль культуры

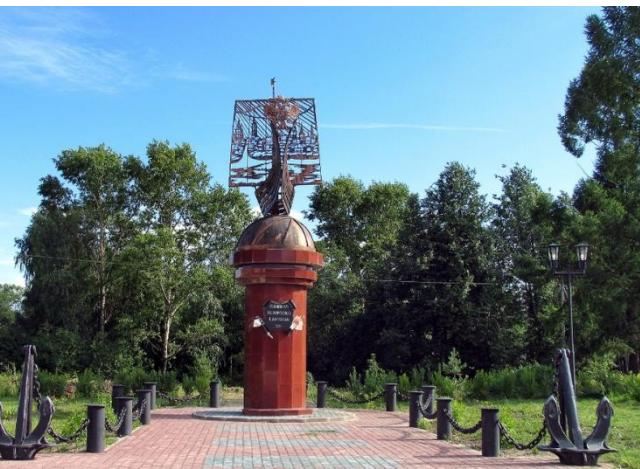


Туристский бренд

Цель: продвижение ценностей Русского Севера, обогащение личной культуры жителей и гостей Вологодской области. Установление связей между народами, которые формируют основы для мирного сотрудничества и укрепления мира.

Имидж -акценты:

- богатейшее историко-культурное наследие Русского Севера
- православные традиции
- современные культурные достижения Русского Севера
- самобытное пространство региона
- частные культурные инициативы
- святыни исторической памяти, духовные святыни нашего народа
- сокровища традиционной культуры
- духовный подвиг
- историческая Россия
- уважение к собственному прошлому и любовь к своей Родине
- продвижение культурного, исторического потенциала
- сокровища традиционной культуры
- объединяющий культурный центр
- межнациональный мир и согласие
- Русский Север, хранящий тайны тысячелетий
- связь времен и поколений через настоящее



Товарный бренд

Цель: повышение узнаваемости региона через продвижение товаров и услуг на экспорт. Позиционирование Вологодской области, как места происхождения качественных товаров/услуг.
Стимулирование продаж местных производителей.

Имидж -акценты:

- экологичность
- натуральное сырье
- традиции качества
- богатство Русского Севера,
- Вологодское – значит качественное
- лучшие ингредиенты – лучшие продукты
- родной вкус, знакомый с детства
- сделано на Вологодчине – сделано с душой



Инвестиционный бренд

Цель: повышение узнаваемости региона, инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности, создание благоприятного инвестиционного климата, инвестиционной культуры. Создать устойчивый образ территории, привлекательный для туристов, инвесторов, бизнесменов и жителей, а также определить перспективы развития.

Имидж -акценты:

- надежность, проверенная временем
- настоящий характер Русского Севера
- природное богатство Русского Севера
- динамика развития
- богатейший потенциал и возможности Русского Севера
- устойчивый рост
- баланс интересов



Политический бренд

Цель: лоббирование интересов региона, привлечение федеральных программ на территорию региона

Имидж -акценты:

- благосостояние,
- качество жизни
- позитивное отношение к жизни
- признание
- чувство принадлежности
- конструктивный диалог
- национальные интересы
- судьба собственной страны



Требования к визуальной системе

Ценности	Эмоциональные	Социальные	Функциональные
Формообразование	Формы должны быть узнаваемыми, мягкими, с плавными линиями и закруглёнными углами, не перегруженными деталями.	Стремиться к простым, понятным формам, без перегруза мелкими элементами.	Формы простые, геометрически правильные
Композиция	Носитель должен быть равномерно заполнен элементами. Допустимы акценты и контрасты для раскрытия сути сообщения.	Композиция должна быть легкой, без лишних мелких деталей. Обязательно наличие свободного поля.	Композиция должна быть свободной, передавать динамизм. Допустим минимализм.
Стилистика	Можно использовать паттерны: узоры, применять имитацию натуральных материалов, фото области. Допустим стиль карандашных рисунков, иллюстраций от руки. В сувенирной продукции возможна печать на натуральных материалах: лен, береста, холст и т.д.	Допустимо включение вологодского кружева, вологодских росписей, ткачества. Можно использовать профессиональные фото красивых мест области и репродукции картины вологодских художников	Яркий стиль, возможно включение элементов инфографики, схем, диаграм.
Требования к цветам	Природная гамма. Естественные цвета и их сочетания. Предпочтение отдается красно-белой гамме как соответствующей руководству по фирменному стилю.	Однотонные заливки теплых цветов с насыщенностью цвета не более 40 %. Избегать пестроты. Недопустимо использование тёмных, грязных цветов.	Яркая цветовая гамма. Яркие цвета должны использоваться вместе с большим количеством белого фона. Активно использовать акценты
Требования к шрифтам	Основной шрифт Times New Roman. Курсив, старославянские шрифты допустимы в акцентах. Рукописные шрифты могут использоваться в тематическом оформлении.	Современные хорошо читаемые шрифты, а также тонкие и сверхтонкие начертания. Возможно включение декора.	Рубленый прямой шрифт. Фирменный шрифт AkzidenGroteskCYCn в акцентах.

Требования к вербальной системе

Ценности	Эмоциональные	Социальные	Функциональные
Стиль языка	Обращение к чувственному восприятию. Допустим лозунговый стиль, использование прилагательных в превосходной степени: лучший, красивейший и т.д. Возможно включение элементов русского фольклора. Речь интонационно окрашена	Недопустимо использование канцеляризма, книжного языка. Преобладают эмоционально окрашенные, ритмичные предложения с простой структурой: подлежащее, сказуемое, второстепенные члены.	Четкий, конкретный, логичный. Вежливое, уважительное обращение. Короткие понятные фразы. Возможно использование девизов, прямой речи. Умеренное использование глаголов.
Длина, объем текстов	Возможен большой, крупные фрагменты. Использование цитат	Лаконичный или средний	Средний объем. Необходимые сведения должны сопровождаться справочной информацией или дополнениями



