**II Международный молодёжный инновационный форум «Интерра 2010»**

**22 - 25 сентября 2010 года Новосибирск**

**Международная конференция по маркетингу регионов.**

 Пленарное заседание открыл мэр Новосибирска Владимир Городецкий, рассказавший в своем докладе о прошлом, настоящем и будущем города. Мэр сделал акцент на молодежной политике и подчеркнул, что не является сторонником жесткой конкуренции регионов по привлечению инвесторов за счет соседей. Напротив, регион должен проявлять постоянную готовность к сотрудничеству и кооперации.

 Тезис Владимира Городецкого поддержал **научный руководитель
Гильдии**  **маркетологов, профессор Александр Панкрухин** 

 **(г. Москва). По мнению эксперта, 2010 год ознаменовался ростом спроса на региональный маркетинг, причем не по инициативе «сверху». Маркетинговые стратегии стремятся разработать сами регионы. Подобные проекты должны учитывать конечных потребителей имиджа региона – не инвесторов, а самих жителей.**
Один из ключевых гостей конференции советник мэра Барселоны Хуан Карлос Беллозо представил доклад «Брендинг Барселоны как история успеха» и видео-ролик, демонстрирующий конкурентные преимущества одного из самых динамичных и интересных городов Средиземноморья. Г-н Беллозо подчеркнул, что маркетинговая стратегия подразумевает долгосрочные проекты, реализуемые на протяжении многих лет. Основной фактор успешности городского бренда – его постоянная поддержка и развитие. Это осуществляется в первую очередь за счет проводимых в городе событий. Такое событие как Интерра Беллозо считает важным шагом в правильном направлении.

Завершила пленарное заседание директор Агентства регионального развития Новосибирской области Лада Юрченко, которая подвела итог предыдущим выступлениям и сформулировала основные подходы к продвижению региона. Ключевым она считает соблюдение баланса: между отдельными городами и регионом в целом, равновесия внешней и внутренней маркетинговой политики, а также отраслей, обеспечивающих рост экономики. Агентство регионального маркетинга НСО, по словам Лады Юрченко, старается придерживаться принципа «единой линии горизонта»: «Единая линия горизонта – это когда все усилия, задачи, которые планируется решить, не противоречат друг другу. Важно, чтобы была некая линейка, которая бы позволила отслеживать все важные направления. Создания такой линейки – это тоже задача, которой занимаются маркетологи территорий».

Официальный сайт форума: www.interra-forum.ru.