**Форма технічного завдання на проєкт місцевого розвитку**

**до Плану реалізації Стратегії**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ваші контакти:** Прізвище Ім’я По-батькові: | Ковальчук Ірина Сергіївна | | | | |
| **Завдання Стратегії, якому відповідає проект:** | **2.1.1. Брендинг міста** | | | | |
| **Назва проекту:** | **Розроблення та просування бренду міста** | | | | |
| **Цілі проекту:** | * формування у свідомості цільової аудиторії сталого образу міста як інвестиційної, туристичної привабливої для проживання території * розроблення брендбуку міста та стратегії просування * формування позитивного інвестиційного іміджу міста * підвищення інвестиційної привабливості міста * активізація просування інвестиційних продуктів міста на інвестиційні ринки. * виготовлення,просування та реалізація сувенірної продукції. | | | | |
| **Територія на яку проект матиме вплив:** | м. Володимир – Волинський | | | | |
| **Орієнтовна кількість отримувачів вигод** | Громада міста Володимира – Волинського, суб’єкти господарювання - 42565 осіб | | | | |
| **Стислий опис проекту:** | Цей проєкт передбачає комплекс заходів стосовно розробки бренду міста, розробки рекомендацій щодо його застосування та просування. Формування образу міста як регіону, привабливого для інвестування, території зі значним туристичним потенціалом.  Максимально стислим візуальним виразником ідеї бренду міста є його зовнішнє оформлення у всіх ймовірних варіантах застосування. Тому одне із завдань, яке планується вирішити в межах Проєкту, пов’язане із розробленням системи візуальної ідентифікації бренду регіону.  Заходи, заплановані в межах проєкту, спрямовані як на зовнішню по відношенню до регіону аудиторію (потенційних інвесторів, туристів, широкий загал), так і на внутрішню (населення міста, громадський та підприємницький сектори). На даний час розробка та впровадження бренду міста є актуальною вимогою часу, оскільки допомагає яскравіше продемонструвати переваги території, дозволяє вдало конкурувати за інвестиції, фахові, економічні, культурні, туристичні потоки й сприяє розвитку позитивного іміджу міста. | | | | |
| **Очікувані результати:** | * підвищено інвестиційну та туристичну привабливість міста Володимира - Волинського; * посилено конкурентоспроможність продукції місцевих виробників на внутрішньому та зовнішньому ринках * створено брендбукміста та стратегію його просування; * підвищено рівень привабливості міста як об’єкта інвестування та як місця туристичної поїздки; * сформовано систему управління брендом * виготовлено та реалізовано сувенірну продукцію | | | | |
| **Ключові заходи проекту:** | * створення робочої групи, розробка ключових вимог до бренду міста та технічного завдання. * розробка бренду міста та стратегії його впровадження. * розроблення системи візуальної ідентифікації бренду міста (візуалізації бренду, бренд-бук та т.д.), * презентація створеного бренду міста. * громадське обговорення бренду міста. * проведення рекламних кампаній через місцеві та загальнонаціональні ЗМІ. * впровадження та підтримка бренду, виготовлення презентаційних матеріалів * виготовлення та реалізація сувенірної продукції | | | | |
| **Період здійснення:** | 2021-2024 роки | | | | |
| **Орієнтовна вартість проекту, тис. грн.** | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | Разом |
| 100 | 20 | 20 | 20 | 160 |
| **Джерела фінансування:** | Кошти міського бюджету, інші залучені кошти, незаборонені чинним законодавством | | | | |
| **Ключові потенційні учасники реалізації проекту:** | КП «Туристично-інформаційний центр Володимир-Волинської міської ради», відділ міжнародної діяльності та туризму виконавчого комітету міської ради, громадські організації, творчі спілки, громадяни України, тощо. | | | | |