

Инсайд. Про бренд Улан-Удэ

Разработка "бренда города" сама по себе не всегда плохая идея - многие города действительно используют брендинг для туризма и инвестиций. Но в конкретных условиях Улан-Удэ продолжаем считать такую инициативу глупой и несвоевременной маниловщиной по нескольким причинам.

1. Подмена реального развития символикой

Бренд - это упаковка, а не содержание. У города громадные проблемы с инфраструктурой, транспортом, экологией, состоянием ЖКХ и экономикой. А логотип, слоган и айдентика их не решают.

Реальный бренд города - это высокооплачиваемые рабочие места, чистый воздух и вода, удобный общественный транспорт, инфраструктура для жизни, качественное и доступное жильё.

2. Расходы бюджета на второстепенную задачу

Разработка бренда обычно включает: маркетинговые исследования, дизайн-концепцию, брендбук, рекламную кампанию, внедрение и т.д. и т.п. Нужно ли добавлять, что это может стоить миллионы рублей (реальный бюджет власти Улан-Удэ не раскрывают, как обычно).

Эти деньги логичнее потратить на: очистку воздуха и отопление, дороги, транспорт, благоустройство, школы и больницы. Тут дорога каждая копейка.

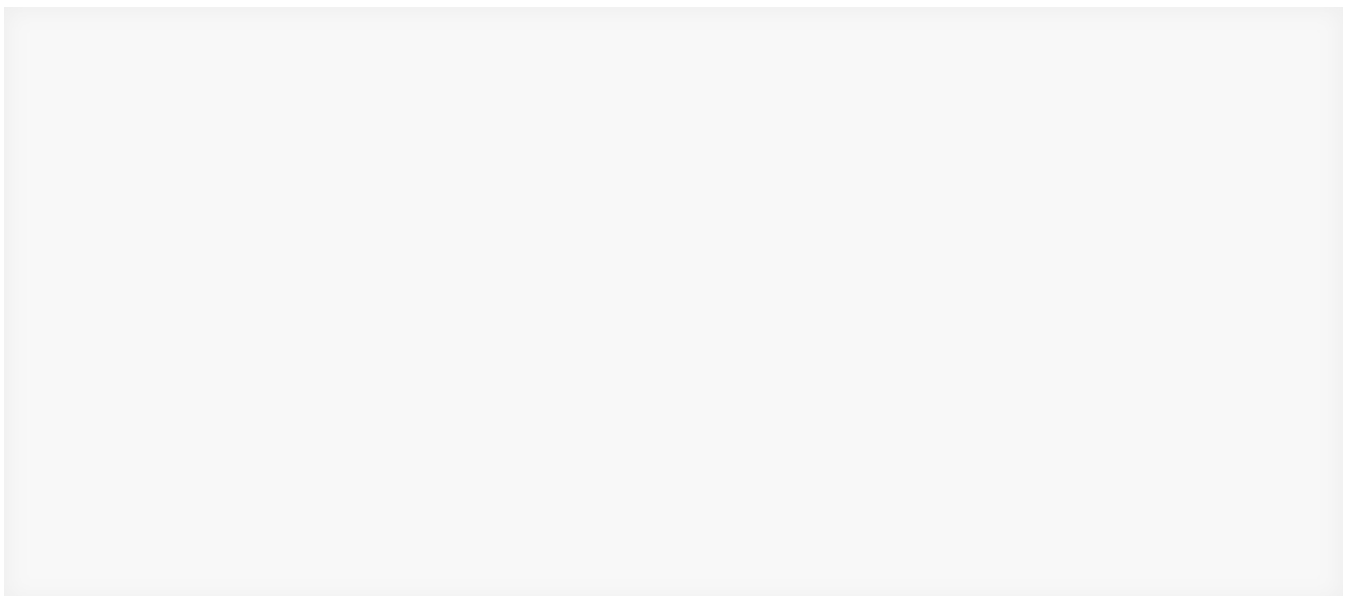
Поэтому проект выглядит неприоритетным, несвоевременным и расточительным.

3. Бренд нельзя "придумать"

Сильные городские бренды возникают естественно, а не через конкурсы, народные голосования, тендеры, распилы и откаты.

Примеры: Санкт-Петербург - культурная столица, Казань - город исламской и татарской культуры, Новосибирск - научный центр Сибири. Их образ сформировался через экономику, университеты, культуру, историю.

Если же бренд создаётся искусственно, он превращается в формальный логотип, который никто не использует.



4.



Улан-Удэ уже имеет естественную идентичность

Городу не нужно придумывать бренд - он уже существует: Улан-Удэ - восточно-сибирский культурный перекрёсток. Здесь православные традиции переплетаются с буддийской культурой, а крупнейшая в мире голова Ленина символизирует не угасшие поползновения города стать форпостом страны на Востоке.

Проблема не в отсутствии бренда, а в том, что этот потенциал плохо используется.

5. Брендинг - очередная типичная схема освоения бюджета мэрскими чиновниками, а также пункт для отчета

Имеется тьма примеров, когда в российских городах объявляется конкурс, привлекается студия или агентство, создаётся презентация и логотип. Через год про "бренд" забывают.

Деньги освоены, никакого эффекта нет. Но для отчётности всё выглядит хорошо: разработан бренд города, повышена инвестиционная привлекательность, создана новая туристическая стратегия и прочая и прочая.

6. Брендинг Улан-Удэ - подражание модным управленческим практикам

В последние 15–20 лет появилась мода на urban branding (брендинг городов), place marketing, креативные индустрии и прочие новомодные словечки.

Муниципалитеты стараются копировать практики крупных городов, но то, что работает в миллионниках или в городах с богатым населением, плохо переносится на региональные бедноватые города.

7. Пиар для Шутенкова

Проект бренда - это хороший медийный повод. Мэр может позиционировать себя как современный управленец, человек, который меняет образ города, инициатор туристического развития.

8. Главная причина - отвлечение внимания населения от реальных проблем перед выборами в Госдуму

Проекты вроде бренда города, фестивалей, мелких культурных инициатив создают новую тему для обсуждения, которая не связана с конфликтами.

Вместо обсуждения сложных тем (экономики, инфраструктуры, экологии) общественная дискуссия смещается к вопросам вроде: какой должен быть логотип у Улан-Удэ, какой слоган выбрать, какие цвета отражают дух города и прочим "животрепещущие" темам.

Автор: Фокс Смит © Babr24.com Источник: <https://t.me/silpravda> БЛАГОУСТРОЙСТВО, ЭКОНОМИКА, БУРЯТИЯ
☎ 3751 17.03.2026, 19:12

URL: <https://babr24.com/?IDE=289663> Bytes: 3737 / 3658 Версия для печати Скачать PDF

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Одноклассники](#)

Связаться с редакцией Бабра в Бурятии:

bur.babr@gmail.com



Автор текста: **Фокс Смит**,
журналист.

На сайте опубликовано **284**
текстов этого автора.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: [@tomsk24_link_bot](#)

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

Прислать свою новость

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: [@babrobot_bot](#)

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)