

АКЦЕНТЫ

АССОЦИАЦИИ

Пермь — зелёная, солёная и делает моторы

Пермяки назвали цвет и вкус своего города

Проект «Пермские бренды», созданный Пермской торгово-промышленной палатой, представляет результаты опроса «Пермь. Ассоциации». В ходе интервью жители и гости Прикамья поделились своим видением Перми и региона.

По мнению 42% опрошенных, цвет Перми — зелёный. На втором месте (29%) — серый цвет. Доминирующий запах Перми — запах леса, такой ответ дали 30% респондентов. Практически столько же опрошенных (28%) утверждают, что Пермь пахнет производством, химией и выхлопными газами.

Вкус Перми — солёный, так считают 32% респондентов, а вот вкус пшенички и пельменей преобладает в сознании 14% пермяков. Ещё 10% считают, что у Перми вкус шаньги с молоком.

Три ключевые ассоциации со словом «пермские»: медведь (29%), моторы (16%) и звериный стиль (14%). К понятию «пермские продукты» отнесены молоко (33%), пельмени (14%) и колбасы (13%). Сложнее оказалось определить «пермские товары». Для большинства респондентов эта задача оказалась невыполнимой. Максимальное число голосов (по 10%) набрали краски и краснокамская деревянная игрушка.

Знак «сделано в Перми» респонденты готовы разместить на моторах, авиадвигателях (22%) и кондитерской продукции (10%). Кроме того, как следует из опроса, жители Перми гордятся природой и природными ресурсами регио-

на (32%), промышленностью, Камой и Театром оперы и балета (каждая позиция по 10%).

В качестве подарков друзьям из других городов пермяки приобретают конфеты (24%), прикамский бальзам (15%) и сувенирных медведей (14%).

Ирина Щевелёва, руководитель проекта «Пермские бренды»:

— Проект Пермской ТПП «Пермские бренды» нацелен на развитие сотрудничества между бизнесом региона и культурными учреждениями. Мы не претендовали на серьёзное научное исследование. Нашей задачей было проявить местные образы и символы, сложившиеся в сознании пермяков, выявить их покупательские предпочтения и предметы гордости. Результаты опроса подтвердили нашу гипотезу о том, что территориальная идентичность является общественным запросом. Она может стать основой для новых маркетинговых коммуникаций, создаваемых предприятиями края.

В опросе принимали участие 125 жителей Перми, Краснокамска, Кунгура, Губахи, Добрянки, Березников и других территорий Пермского края, а также гости из Екатеринбурга и Челябинска — 52 мужчины и 73 женщины. Средний возраст респондентов — 33 года.

