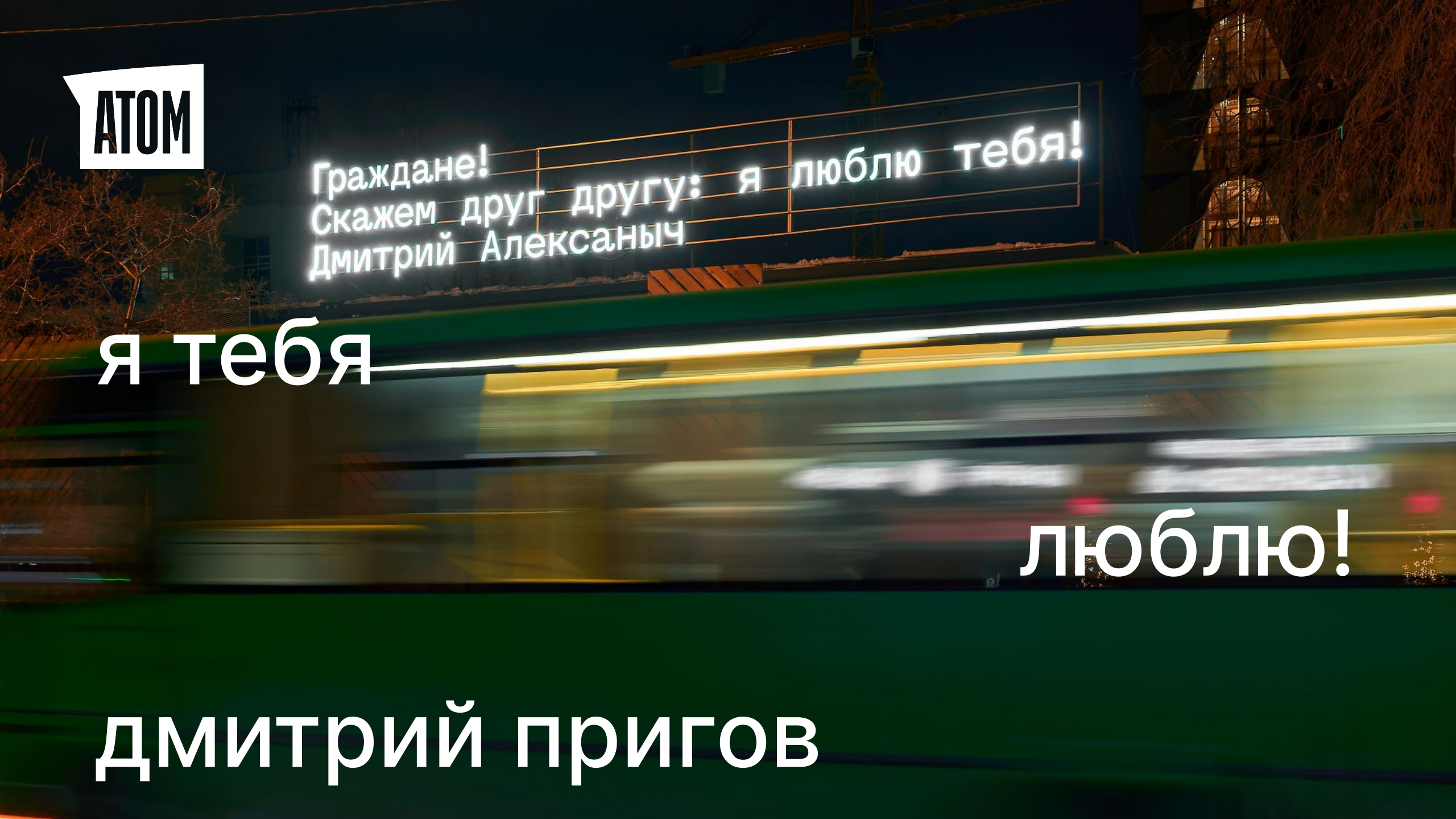

ATOM
Граждане!
Скажем друг другу: я люблю тебя!
Дмитрий Александыч
я тебя
люблю!
дмитрий пригов

Бренд

Исходная ситуация

«Атом» — лидер в области узнаваемости бренда. Однако бренд воспринимался как надежный, но традиционный застройщик. Тогда как более молодая и прогрессивная аудитория отдает предпочтение проектам недвижимости и брендам, которые они считают самыми трендовыми. Об этом свидетельствуют маркетинговые исследования компании.

Ответом на этот запрос на актуальность и стала паблик-арт-программа «ЧÖ», миссия которой, однако, шире, чем чисто маркетинговые цели.

Стратегическое решение

Маркетинговые задачи «Атома» как организатора паблик-арт программы:

- Повышение узнаваемости бренда;
- Изменение отношения к бренду «Атом» и позиционирование компании как современной и социально-ответственной.

Чтобы продемонстрировать свое видение современной городской среды и изменить восприятие бренда, «Атом» обратился к паблик-арту — одному из ключевых инструментов формирования культурного кода территории.

С 2020 года девелопер проводит паблик-арт-программу «ЧӦ», которая за несколько лет стала якорным игроком социокультурной повестки Екатеринбурга.

«ЧӦ» представляет собой постоянно действующую программу с обширной программой. В рамках каждого сезона приглашенный куратор формулировал тему для исследования идентичности, наследия и проблематики города. Все паблик-арт-объекты и события программы так или иначе раскрывают эту тему.

В Екатеринбурге «ЧӦ» — единственный проект, который последовательно занимается паблик-артом, вовлекает горожан в совместное преображение городской среды и продюсирует крупные проекты в этой сфере.

МИССИЯ

Повышение привлекательности Екатеринбурга и его районов среди жителей и туристов

принципы

- Сайт-специфичность (работа с городским и историческим контекстом)
- Вовлечение и объединение горожан и сообществ
- Привлечение внимания к городским проблемам и поиск путей их решения
- Развитие локального художественного сообщества

темы сезонов

- Крепко стоять на ногах (2020)
- Город в лесах (2021)
- Вымыслы и промыслы (2022)
- Передача энергии (2023)
- Перспектива слов (2024)

каждый сезон - это:

- Создание нескольких крупных паблик-арт-объектов в городской среде – центральная часть программы
- Публичная программа с лекциями, экскурсиями, мастер-классами для горожан
- Районная школа паблик-арта – серия проектных мастерских, где горожане вместе с современными художниками исследуют районы Екатеринбурга и создают художественные проекты
- Спецпроекты: уличные выставки, благотворительные проекты, метавселенная, перформанс-сплав по реке и многое другое.

сезон 2023

Тема «Передача энергии»

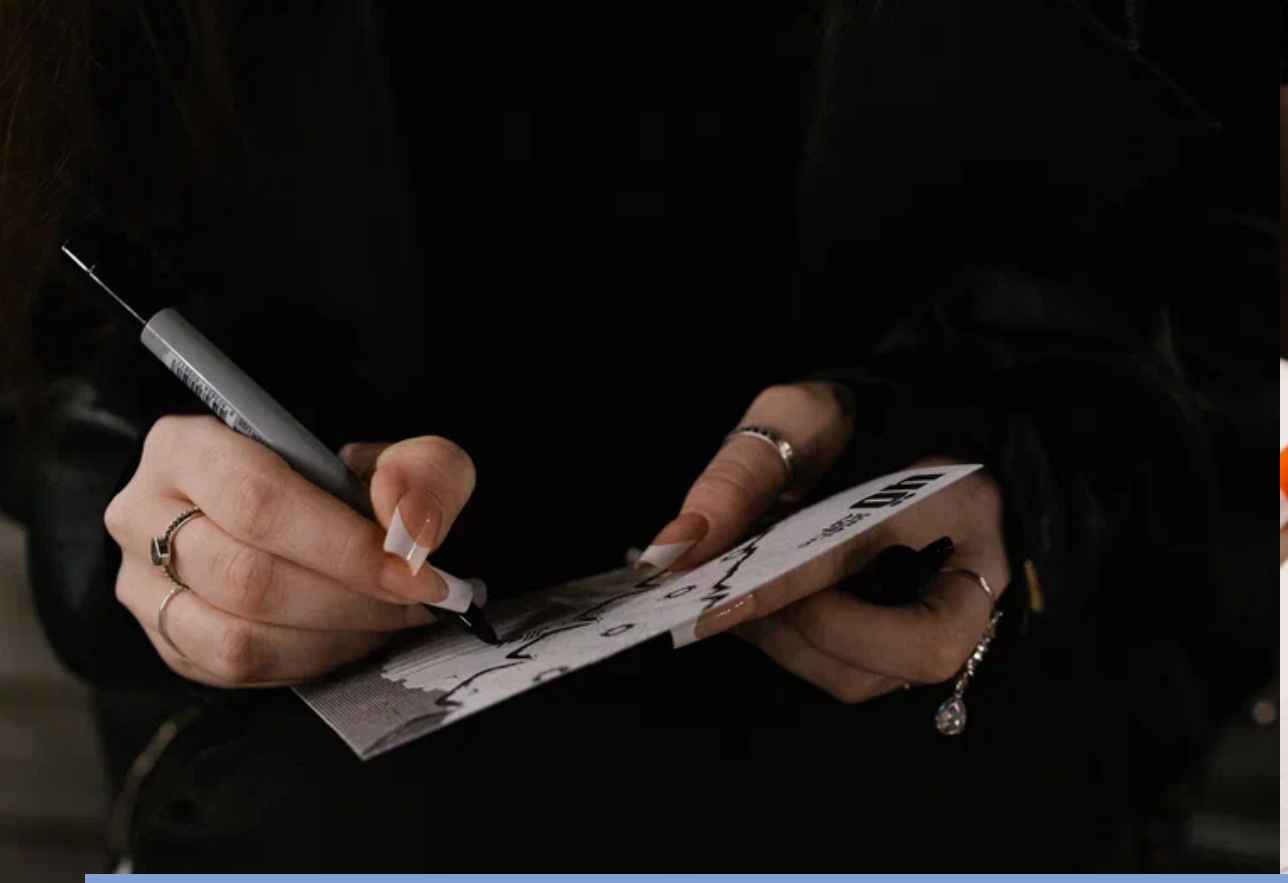
Куратор сезона - Наиля Аллахвердиева, первый директор ГЦСИ в Екатеринбурге, куратор фестиваля «Длинные истории Екатеринбурга», в 2023 году являлась директором музея современного искусства PERMM.

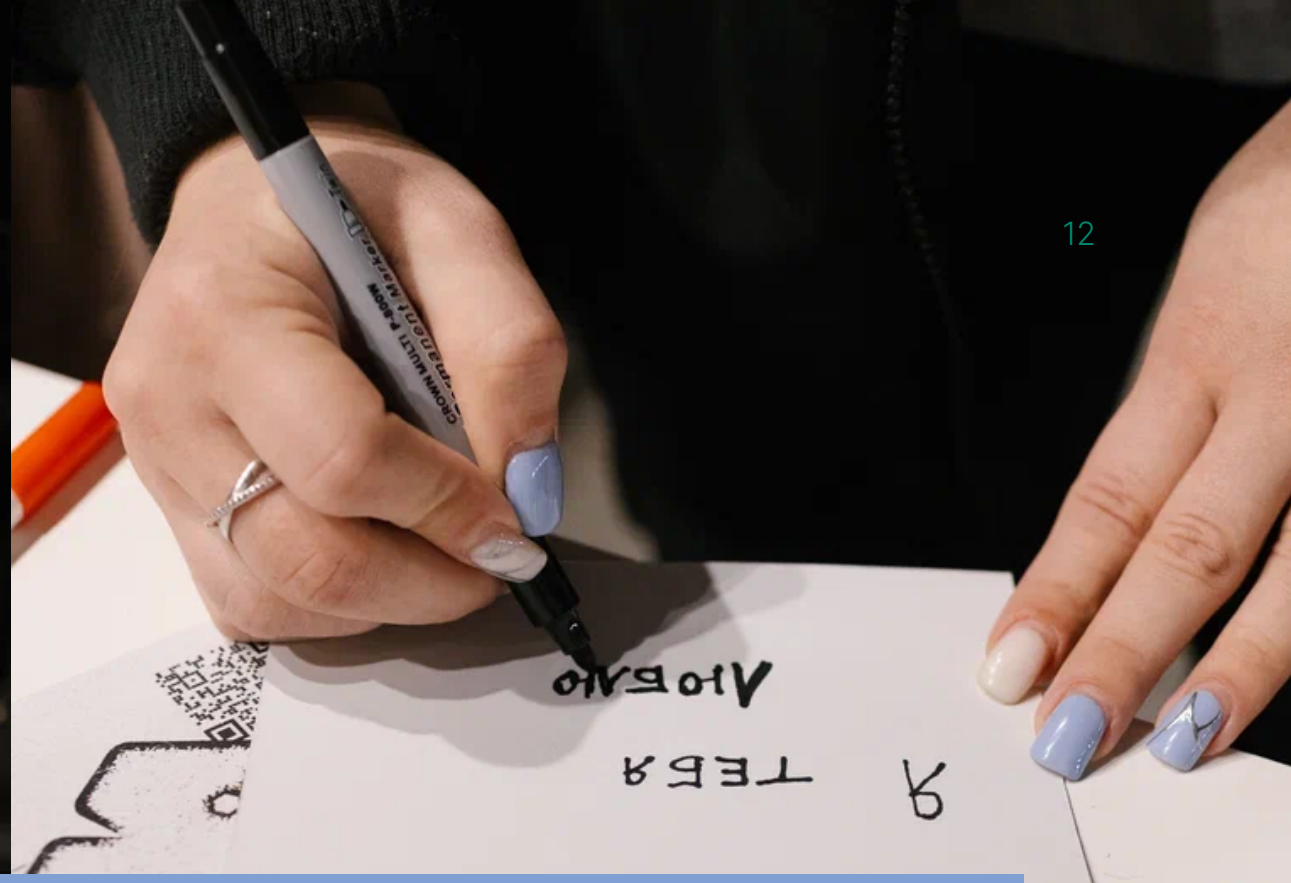
«Тема достаточно широкая для творческих воплощений. Хочется именно в юбилейный год выключиться от репрезентации истории и переключиться на ощущения. Юбилей города – это большой энергетический ресурс, поскольку город накапливает внимание к себе, а программа переключает это внимание на искусство и высказывания художников. Кроме того, Екатеринбург в сознании страны – синоним слова энергия, и хочется этот статус поддержать.
<…>
Тема «Передача энергии», пожалуй, больше направлена на зрителя и его ощущения»

сезон 2023

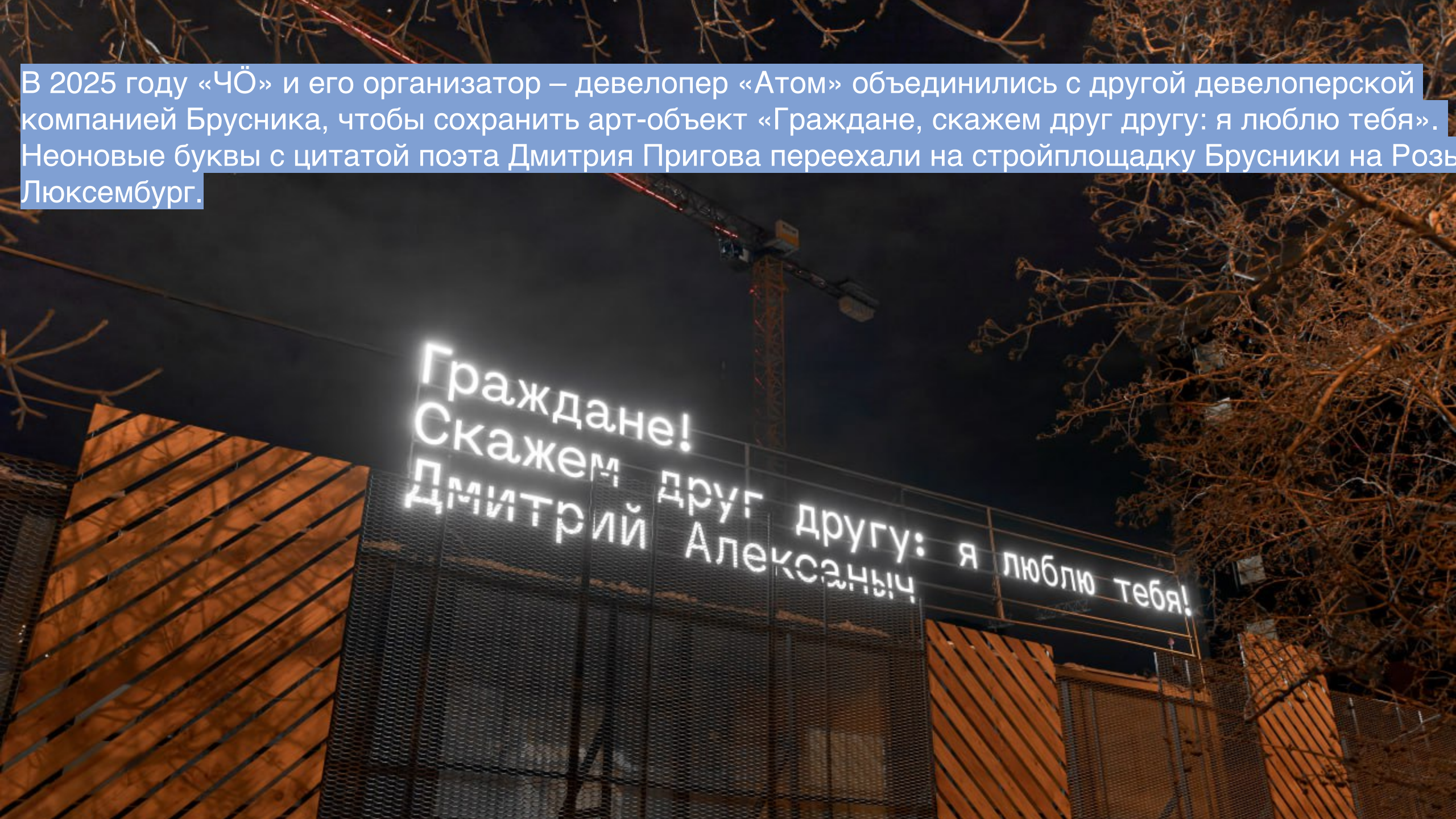
«ЧЁ» проводится с 2020 года, но именно в 2023 году, когда Екатеринбург пышно праздновал 300-летие, перед «Атомом» как организатором встали новые вызовы. На фоне повышенного уровня информационного шума в юбилейный год нужно было выделить как бренд организатора, так и саму паблик-арт-программу.

Большая неоновая надпись с текстом «Граждане, скажем друг другу: Я люблю тебя!» – это 133 обращение из каталога «Обращений к гражданам» Дмитрия Александровича Пригова, концептуального поэта и художника. В городской среде эта фраза проявляет бесконечную дистан между общественным и личным в городской повседневности.





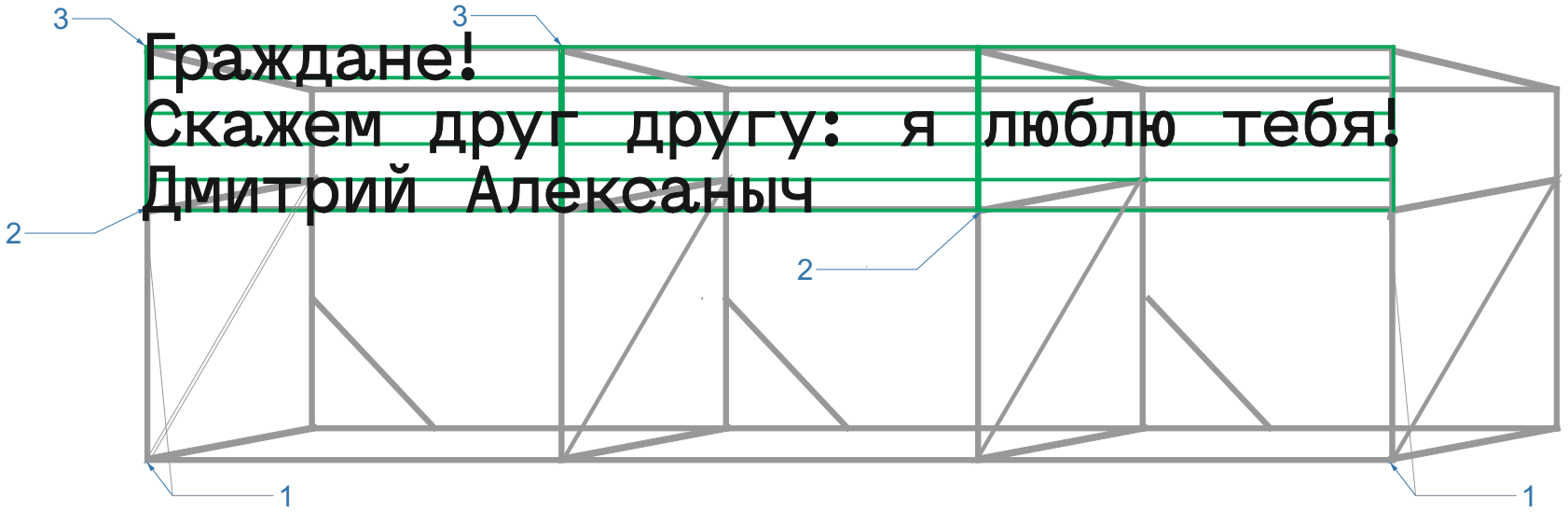
В качестве поддержки проекта в Екатеринбурге проходил флешмоб «Я люблю тебя». Каждый участник флешмоба мог взять белую, незаполненную открытку, написать на ней эту фразу и отправить по почте кому угодно через специальные почтовые контейнеры. Всего было отправлено более 500 открыток, которые пришли по адресу, и получали по всему миру делились фотографиями в социальных сетях.
Так в контексте юбилея города, мы создаем измерение персональных и искренних обращений, который всегда важнее любых пафосных и общих фраз.

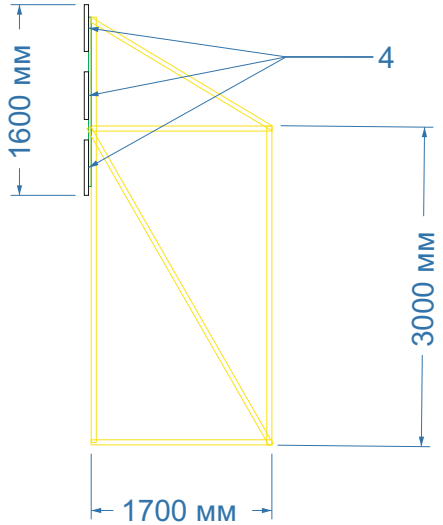


В 2025 году «ЧӦ» и его организатор – девелопер «Атом» объединились с другой девелоперской компанией Брусника, чтобы сохранить арт-объект «Граждане, скажем друг другу: я люблю тебя». Неоновые буквы с цитатой поэта Дмитрия Пригова переехали на стройплощадку Брусники на Розы Люксембург.

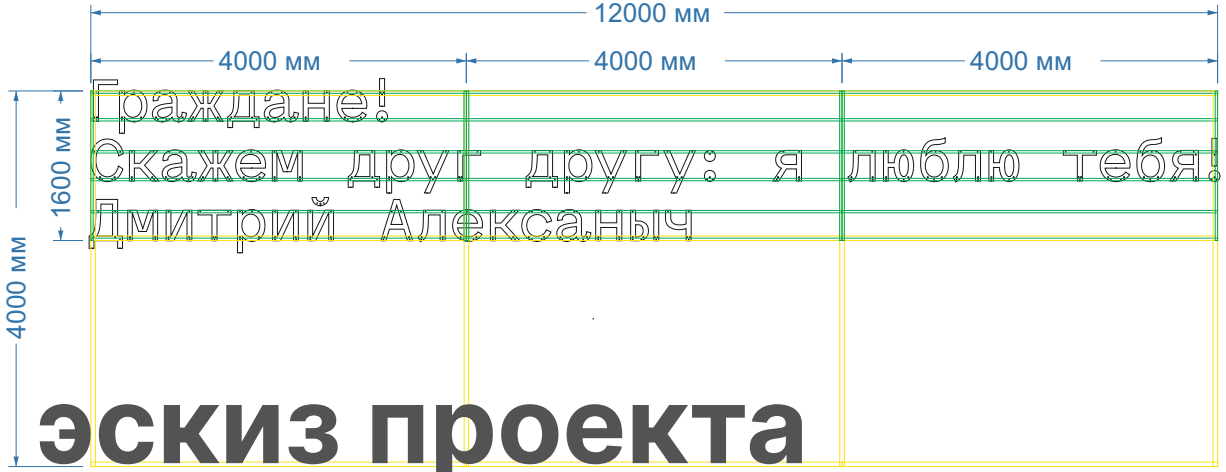
манифест переезда

Граждане, любовь спасет мир!
А если не мир, то хотя бы город.
А если не город, то уж наверняка две смелые девелоперские компании.
А если и не две смелые девелоперские компании, то точно один важный объект искусства.
А если и не его, то прохожего, вечером спешащего домой; кондуктора в троллейбусе, протискивающегося сквозь толпу пассажиров; водителя, скучающего в пробке; сотрудника офиса и жителя соседнего дома.
Всякого, кто забыл, что его любят. Всякого, кто забыл, как он ценен.





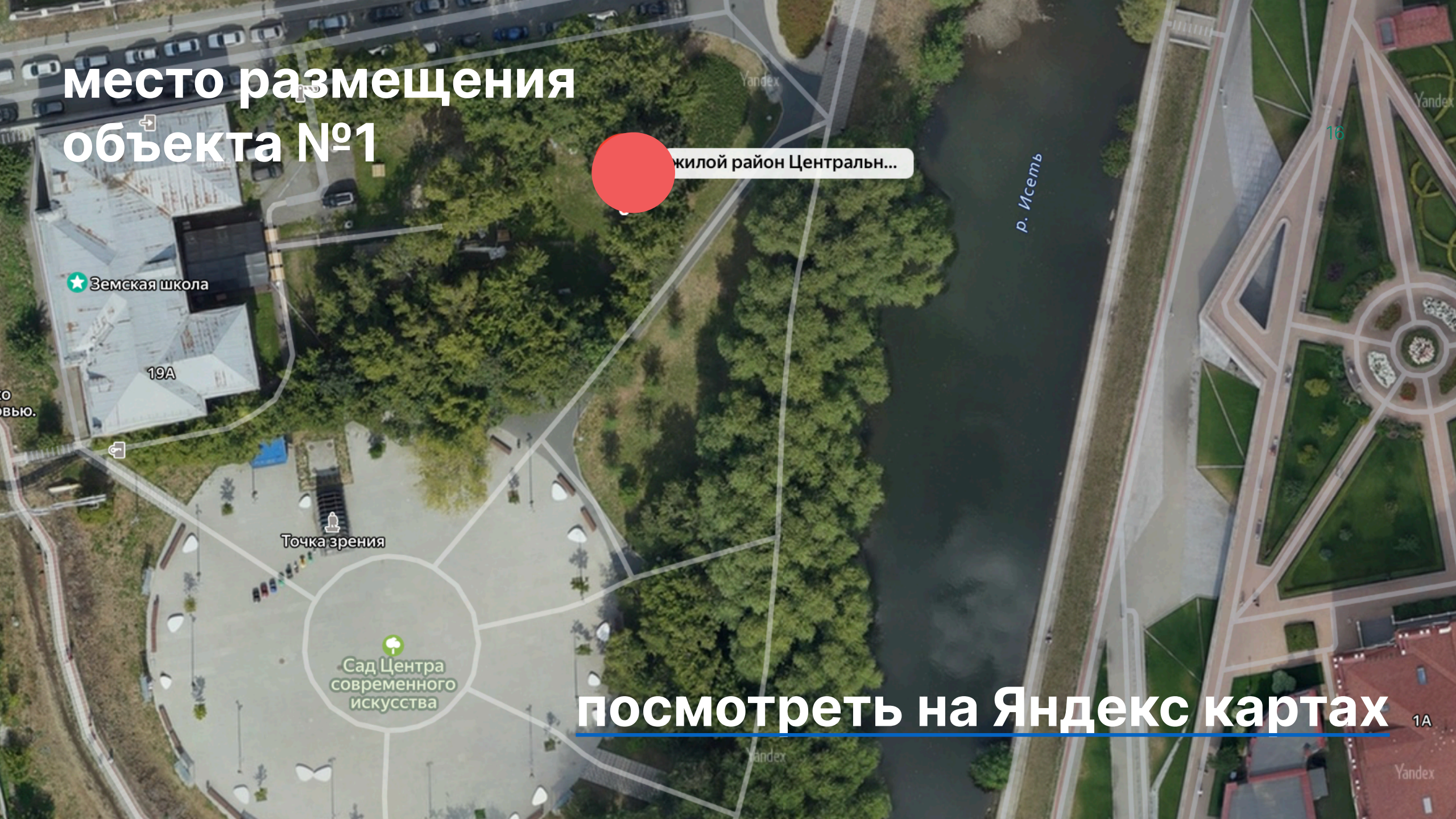
15

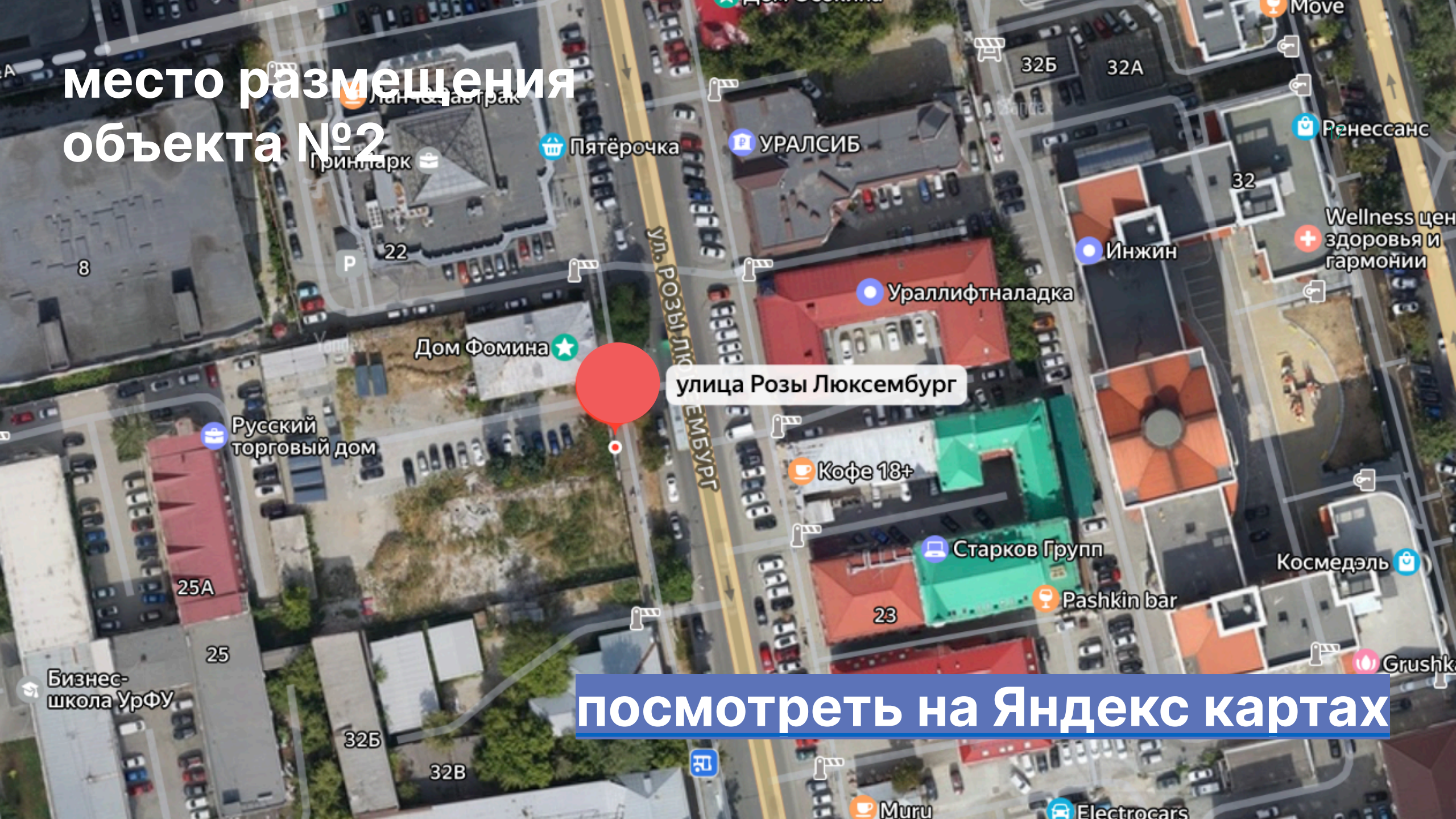


эскиз проекта

1)Точки сочленения балок несущей конструкции.
Монтаж крепежа, тип: «наручники»
2)Подвод линии 220v к эл.блоку
3)крепление буквенной рамы к эл-м несущей конструкции
4)Точка подводки эл.линии 12v

Изм.	Кол.уч.	Лист	№ док.	Подп.	Дата	Схема монтажа несущей конструкции и осветительных модулей художественной работы в рамках паблик-арт фестиваля «ЧО»	
Разраб.						Схема монтажа художественной работы «Я ЛЮБЛЮ ТЕБЯ!»	Стадия: Э; Лист: 1; Листов: 1
Пров.							
Н.контр.							


место размещения
объекта №1
жилой район Центральн...
Земская школа
19А
Точка зрения
Сад Центра
современного
искусства
р. Исеть
посмотреть на Яндекс картах


место размещения
объекта №2
Пятёрочка
УРАЛСИБ
Ренессанс
32Б
32А
32
22
8
Инжин
Wellness цен
здоровья и
гармонии
Дом Фомина
улица Розы Люксембург
Уралли
Русский
торговый дом
Кофе 18+
Старков Групп
Космедэль
Pashkin bar
23
25А
25
Бизнес-
школа УрФУ
32Б
32В
посмотреть на Яндекс картах

команда проекта

Автор обращения: Дмитрий Александрович Пригов
Куратор: Наиля Аллахвердиева
Продюсер: Алина Рахматулина
Руководитель: Никита Харисов
PR-менеджер: Диана Кучина
Фотограф: Аня Марченкова
Организатор: «Атом»

медиарезультаты

ОБЪЕКТ
>100 публикации в локальных и федеральных СМИ
>150 публикаций в социальных сетях

СЕЗОН «ВЫМЫСЛЫ И ПРОМЫСЛЫ»:
>1100 публикаций в СМИ
>2500 публикаций о фестивале в социальных сетях
>7 млн человек – охват в социальных сетях

качественные результаты сезона «передача энергии»

Как изменилось ваше отношение к Екатеринбургу после знакомства с паблик-арт программой «ЧӦ»?

- Я стал считать Екатеринбург более современным – 35%
- Я стал считать Екатеринбург более удобным для жизни – 17%
- Я стал считать Екатеринбург более уникальным, самобытным – 22%
- Я узнал что-то новое о Екатеринбурге – 27%
- Стали больше любить Екатеринбург после знакомства с «ЧӦ» – 63%
- Повысился интерес к истории Екатеринбурга и его районов после знакомства с паблик-арт программой «ЧӦ» – 75%

Согласились с утверждением, что:

- Паблик-арт программа «ЧӦ» способствует формированию комфортной городской среды в Екатеринбурге – 82%
- Паблик-арт программа «ЧӦ» способствует улучшению качества жизни в Екатеринбурге – 71%
- Паблик-арт программа «ЧӦ» способствует продвижению туристического бренда Екатеринбурга и привлечению туристов – 86%
- Такие проекты, как паблик-арт программа «ЧӦ», способны мотивировать жителей Екатеринбурга не уезжать из родного города – 69%

*Данные получены в результате опроса горожан в конце сезона «Передача энергии», инструмент – система Яндекс.Взгляд.

качественные результаты сезона «передача энергии»

В 2023 году паблик-арт программа «ЧӦ» участвовала в исследовании эффективности проектов, поддерживаемых Президентским фондом культурных инициатив. Исследование проводилось в рамках проекта «Яркие краски креативных индустрий».

Исследование показало, что благодаря объектам «ЧӦ» отношение горожан к родному городу качественно меняется:

- 78% опрошенных заявили, что город стал более современным и дружелюбным после появления в нем объектов паблик-арт программы «ЧӦ»
- 60% опрошенных заявили, что их отношение к району и городу изменилось после появления арт-объектов или проведения мероприятий паблик-арт программы «ЧӦ»
- 91% жителей вблизи арт-объектов уверены, что облик района улучшится с появлением новых арт-объектов, что делает город более современным, дружелюбным и интересным.

бренд-результаты «Атома» по результатам сезона «передача энергии»

Результаты опроса горожан по итогам сезона показали следующее изменение отношения к бренду:

- 30% Я стал считать «Атом» более социально-ответственной компанией
- 40% Я стал считать «Атом» более современной и прогрессивной компанией
- 45% Я стал считать «Атом» компанией, которая заботится о родном городе

Также по результатам исследования здоровья бренда в 4 квартал 2023 года «Атом» занял первое место по узнаваемости бренда TOP of MIND.

Граждане!
Скажем друг другу: я люблю тебя!
Дмитрий Александыч