



уральская

дэз №5

азбука!





Бренд

Исходная ситуация

2

«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 публик-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 «ЧÖ», которая за несколько лет стала якорным игроком социокультурной повестки Екатеринбурга.



«ЧО» 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 «ЧО» — единственный проект, который последовательно занимается паблик-артом, вовлекает горожан в совместное преобразование 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

«ЧО» 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.

Кроме того, большинство -арт-объектов в Екатеринбурге сконцентрировано в центральной части города. Тогда как люди живут в спальных районах (там же возводятся и новые дома), но прямой вовлеченности в районные смыслы у людей зачастую нет. Было важно дать жителям возможность исследовать свой (или чужой, но по какой-то причине значимый) район города, даже если он не центральный. Районная школа паблик-арта стала ответом и на юбилейный вызов, и на вовлечение горожан в исследование своего района.

районная школа паблик-арта

Во время сезона «Передача энергии» паблик-арт программа «ЧО» предложила жителям Уралмаша и Эльмаша изучить свой район. Участники учились использовать возможности современного искусства, дизайна, архитектуры, урбанистики и кинематографа для преобразования городской среды и общественного пространства.

Всего действовало 5 мастерских, каждую курировали приглашенные художники из разных городов России. Они помогали участникам освоить различные инструменты, необходимые для воплощения идей. Каждая мастерская завершалась итоговым проектом, созданным самими участниками для своего района.



Кураторами мастерской по созданию паблик-арт-объекта стали художники из объединения «ДЭЗ 5» (Москва). Легендарное сообщество работает с детьми и предлагаем им особый взгляд на городскую среду. Вместе с художниками ребята создают смелые, необычные, яркие работы, которые рассказывают свои истории о городе. В этом же ключе выполнены и буквы «Уральской азбуки».

Искусствовед Георгий Никич об «Уральской азбуке»:

«Действие проекта «Уральская азбука» разворачивается перед фасадом библиотеки не случайно. Буквы – это знак звука. Они упаковываются в слова и фразы, печатные и электронные книги. Но юные художники «вытащили» буквы из библиотеки и текстов, «переупаковали» их значение – каждый знак превратился в историю.

<...> Буквы в прописи – это строительный материал. Мастера московской студии ДЭЗ №5 помогли юным екатеринбургским художникам за привычными очертаниями азбучных знаков увидеть и создать большие яркие свободные художественные высказывания. Даже банальные историко-культурные ассоциации воплотились в оригинальные формы и метафоры».





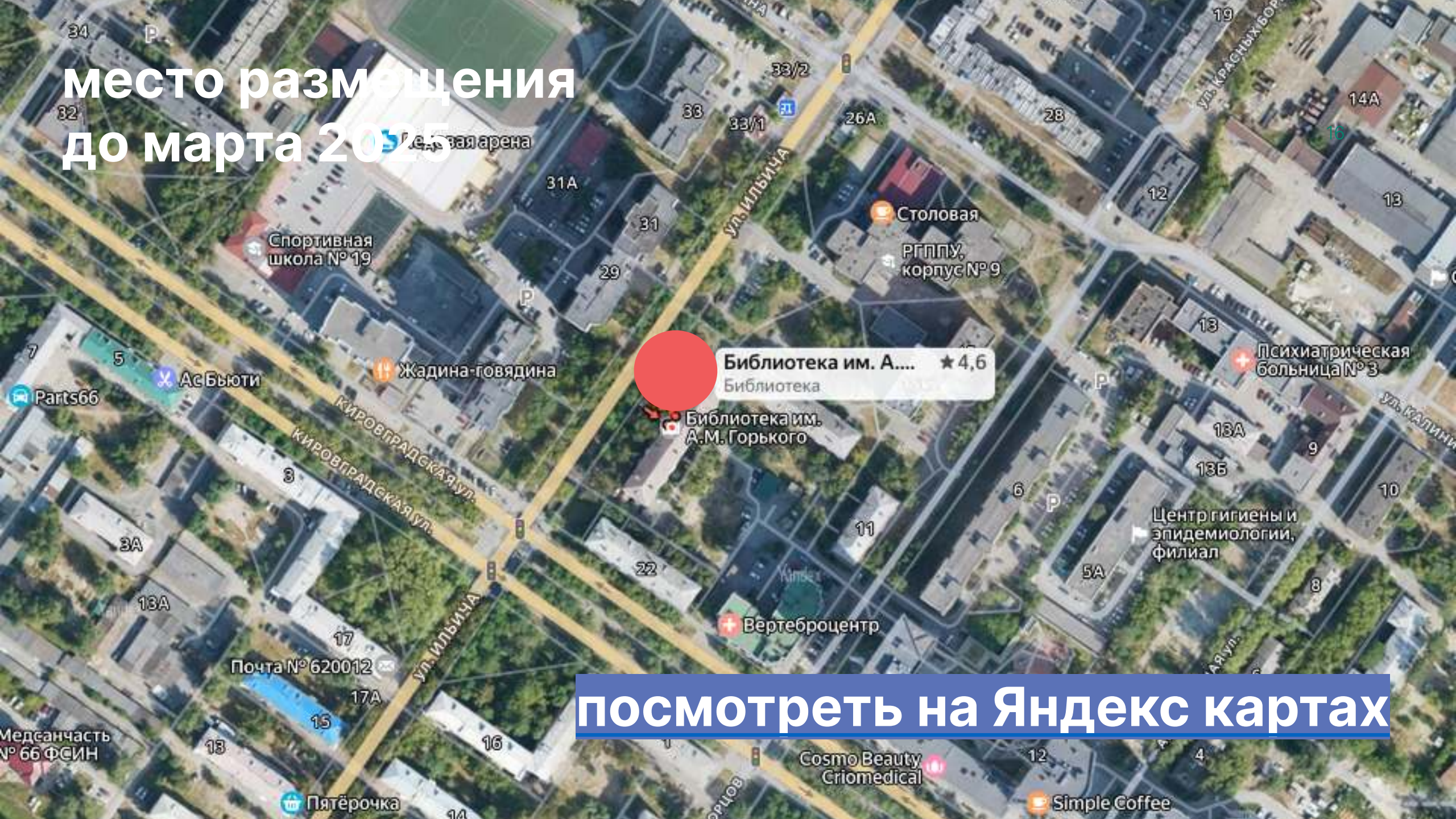
Благодаря вовлеченности в проект горожан и актуальности задействованных сюжетов, «Уральская азбука» быстро стала известной в городе и любимой на Уралмаше: Этим объектов вдохновлена экскурсия по Уралмашу «Уралмашевская азбука»: маршрут стартует от объекта и посвящен ему.

Различные институты Екатеринбурга с воодушевлением отозвались на возможность «приютить» буквы азбуки и выбрали для себя подходящие по смыслу.



Также в поддержку проекта был создан постер с «Уральской азбукой», созданной художниками и участниками проекта.

место размещения
до марта 2025



посмотреть на Яндекс картах

команда проекта

Художники: Объединение «ДЭЗ № 5», участники мастерской публик-арт-объекта в школе публик-арта «ЧО»

Куратор всего сезона «Передача энергии»: Наиль Аллахвердиева

Куратор школы публик-арта «ЧО»: Полина Анисимова

Руководитель «ЧО»: Никита Харисов

PR-менеджер: Диана Кучина

Фотограф: Аня Марченкова

Организатор: «Атом»

медиарезультаты

ОБЪЕКТ

- >80 публикации в локальных и федеральных СМИ
- >130 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 «ЧО»?

- 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 «ЧО» – 63%
- Повысился интерес к истории Екатеринбурга и его районов после знакомства с паблик-арт программой «ЧО» – 75%

Согласились с утверждением, что:

- Паблик-арт программа «ЧО» способствует формированию комфортной городской среды в Екатеринбурге – 82%
- Паблик-арт программа «ЧО» способствует улучшению качества жизни в Екатеринбурге – 71%
- Паблик-арт программа «ЧО» способствует продвижению туристического бренда Екатеринбурга и привлечению туристов – 86%
- Такие проекты, как паблик-арт программа «ЧО», 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 «ЧО» участвовала в исследовании эффективности проектов, поддерживаемых Президентским фондом культурных инициатив. Исследование проводилось в рамках проекта «Яркие краски креативных индустрий».

Исследование показало, что благодаря объектам «ЧО» 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 «ЧО»
- 60% опрошенных заявили, что их отношение к району и городу изменилось после появления арт-объектов или проведения мероприятий паблик-арт программы «ЧО»
- 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.



22

спасибо

за

внимание!