

6-я  УРАЛЬСКАЯ
ИНДУСТРИАЛЬНАЯ БИЕННАЛЕ
СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

С 2010-ГО ГОДА

 МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



 Государственный центр
национального искусства
имени А.С. Пушкина

ГЦСИ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЦЕНТР
СОВРЕМЕННОГО ИСКУССТВА

ZA ART

 **Ростех**

Название проекта

6-я Уральская индустриальная биеннале современного искусства

Проблематика

– Привлечение аудитории в пандемию:

*общая тревожность населения;

*ограничения, связанные с обязательным наличием QR-кода для доступа на площадки

– Современное искусство воспринимается как «элитарное»

– Проблематичность площадки: открытое письмо и акция зоозащитниц против Цирка

– Большие масштабы проекта и внутренняя конкуренция событий:

*12 проектов в 11 городах Свердловской, Челябинской и Тюменской областей;

*более 30 маршрутов в города Свердловской и Челябинской областей из Екатеринбурга;

*8 площадок проекта в Екатеринбурге;

*более 150 событий публичной программы в Екатеринбурге, городах Свердловской, Челябинской и Тюменской областей.



Уральский оптико-механический завод, одна из площадок проекта

Целевые аудитории

- Профессиональное сообщество России и мира
- Аудитория городов Свердловской, Челябинской и Тюменской областей

– Аудитория в Екатеринбурге

*Кто:

специалисты в области культуры и искусства;
молодые учащиеся и студенты;
околопрофессиональные группы (работники СМИ, event- и рекламной индустрий, IT, маркетологи, дизайнеры);
фрилансеры и бизнесмены;
семейные и условные «взрослые».

*Социально-демографические характеристики:

71% женщин, 29% мужчин;

50% – до 21 года; 29% – 35+ лет; 21% – 22-34 года;



«Сад камней» Василия Кононова-Гредина в городе Сатке, Челябинской области, одна из работ проекта

*Откуда узнают о проекте:

46% – от друзей;

29% – из социальных сетей;

8% – из рекламы в интернете;

5% – получил специальное приглашение / увидел афишу на улице
/ из рекламы в СМИ;

4% – официальный сайт биеннале;

3% – из афиши городских мероприятий / из рассылки.

Цели

– Продвижение Екатеринбурга и Урала на российском и международном уровнях

– Позиционирование Уральской индустриальной биеннале современного искусства как главного проекта современности

– Позиционирование современного искусства как стиля жизни



Бывший кинотеатр «Салют», одна из площадок проекта

Задачи

- Увеличение лояльности к бренду
- Привлечение новой аудитории
- Увеличение количества подписчиков и их вовлечения в социальных сетях проекта

Заказчики

- Автономная некоммерческая организация «Центр поддержки и развития современного искусства «ЗА АРТ»»
- Государственный музей изобразительных искусств имени А. С. Пушкина

Сроки реализации проекта

июль–декабрь 2021 года

Региональная PR-дирекция

Анастасия Деткова, Вероника Накрохина, София Колодкина, Юлия Славнова, Елена Сальник



Проспект Ленина, центральная улица Екатеринбурга, освещённая фонарями в фирменном стиле проекта

Коммуникационная стратегия

– Вовлечение аудитории культурных институций в Екатеринбурге, которые стали площадками проекта, включая Ельцин Центр, Синара Центр, Музей истории и археологии Урала, Фотографический музей «Дом Метенкова», Уральский филиал Государственного музея изобразительных искусств имени А. С. Пушкина.

– Привлечение новой для проекта аудитории невыставочных пространств:

* посетителей отделения Почты России, площадки проекта;

* работников Уральского оптико-механического завода, площадки проекта, для которых были организованы специальные бесплатные экскурсии;

* посетителей Цирка через кросспостинг в социальных сетях Цирка, размещение информации о проекте на сайте Цирка, размещение баннера проекта на фасаде Цирка.



Кинокритик Антон Долин в фирменном мерче проекта

– Разработка вовлекающего фирменного стиля: апроприация розового цвета в городе и диджитал-пространстве:

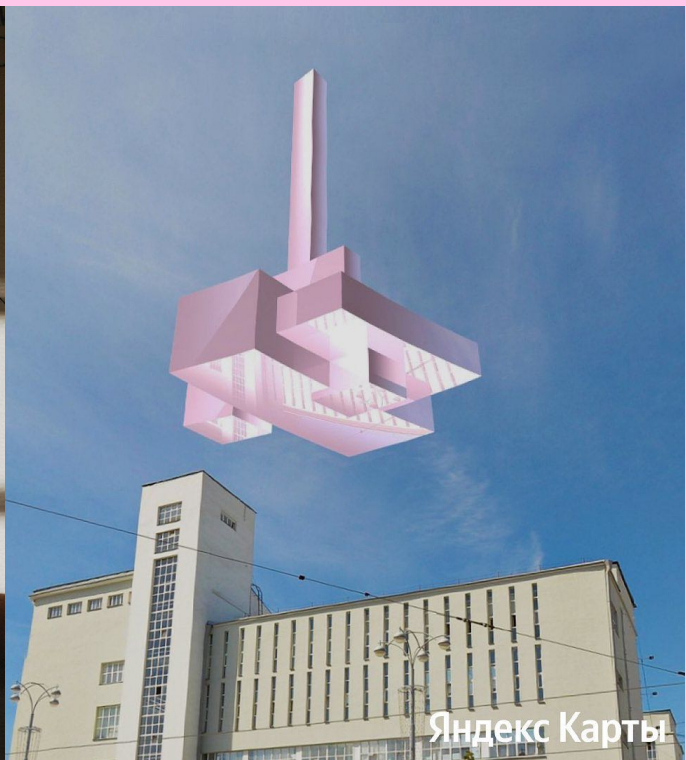
- * оформление фонарей на главном проспекте Екатеринбурга в фирменном стиле проекта на время проведения проекта ([видео по ссылке](#));
- * разработка и продвижение мерча проекта в фирменном стиле;
- * коллаборация с Simple Coffee: оформление 200 000 стаканчиков для напитков в 14 кофейнях Екатеринбурга в фирменном стиле проекта ([статья в It's my city по ссылке](#)).

– Партнёрство с Яндекс.Картами:

- * композиции, вдохновлённые «планитами» Казимира Малевича, появились на панорамах Яндекс.Карт над основными площадками проекта в Екатеринбурге;
- * баннер с Уральской биеннале на Яндекс.Картах для российских пользователей, интересующихся искусством, переводящий на серию «сториз» с рассказом о событиях и площадках проекта.



Стаканчики кофейни Simple Coffee в фирменном стиле проекта



Композиция над площадкой проекта на панораме Яндекс.Карт

– Разработка нового сайта:

* оформление в фирменном стиле;

* разработка календаря для удобного выбора событий.

– Приглашение местных брендов к участию в проекте:

* проект ювелирного бренда Avgvst «Пятна борща» на площадке проекта;

* ювелирная линейка бренда Prosto Jewelry, посвящённая Цирку, одной из площадок проекта.

– Размещение визуальных и аудиоанонсов проекта в крупнейшем торгово-развлекательном центре «Гринвич» в Екатеринбурге на бартерных условиях.

– Партнёрство с ВКонтакте: продвижение в социальной сети на бартерных условиях.

– Партнёрство с Самокатом: привлечение новой для проекта аудитории курьеров сервиса через льготный вход на площадки.



Проект бренда Avgvst «Пятна борща» на площадке проекта

- Размещение приветственного баннера в аэропорту «Кольцово» для гостей Екатеринбурга.
- Партнёрство с Делимобилем: роспись 10 автомобилей сервиса уральскими современными художниками с айдентикой проекта.

Результат

- Суммарная посещаемость проекта в 2021-м году несмотря на ограничения пандемии – 74 000 человек;
- Прирост подписчиков в социальных сетях – 150%, изменение Engagement Rate с 1,4% до 2,2%;
- Региональный PR-бюджет – 2,4% от бюджета проекта;
- Увеличение потока иногородних туристов, федеральной прессы и профессионального сообщества;
- Увеличение узнаваемости бренда в городах арт-резиденций и, в частности, в городах Челябинской области;
- Более 900 публикаций о проекте в мировых, российских и региональных СМИ.



Приветственный баннер в фирменном стиле проекта в аэропорту «Кольцово»

Приложения

- [Пресс-отчёт](#)
- [Презентационное видео проекта](#)
- Аккаунты в соцсетях:
 - * [Instagram](#)
 - * [ВКонтакте](#)
 - * [Telegram](#)
 - * [Facebook](#)