

История успеха

ГЕНИИ МЕСТА

История о том, как поиск местной идентичности сделал малый город известным на всю страну

«Вишневарово» – это не только гастрономический фестиваль, ставший визитной карточкой Тамбовской области. Он изменил восприятие города самими жителями. Теперь они гордятся своей малой родиной. А ведь совсем недавно Уварово считался «депрессивной территорией».

«Вишневарово» в Уварово

В России около 800 городов с численностью населения до 50 тысяч человек. Многие создавались как города-спутники советских производственных комплексов, не переживших 90-е. К примеру, Уварово – самый молодой город Тамбовской области. Когда-то градообразующим предприятием являлся уваровский химический завод, на нем работало свыше пяти тысяч человек. Благодаря предприятию в городе были построены многоэтажные дома, вся социальная инфраструктура. Но завод закрылся, и городская жизнь замерла.

Чтобы придать развитию города новый импульс, необходимы были новые идеи, амбициозный проект. Им и стал «Вишневарово» с ключевым событием – открытым летним гастрономическим фестивалем, который проводится с 2016 года. Теперь его ежегодно посещают порядка 12 тысяч гостей.

В основу идеи легла история места – Уварово издавна славится вишневыми садами. Поэтому решили сделать город «вишневой столицей». Но почему именно здесь? Мало ли где растут сады. И муниципальное сообщество обратилось к специалистам – консультантам в сферах продвижения событийных проектов, брендинга территорий, индустрии гостеприимства.

Ставка на своих

Опытные люди дали хороший совет: максимально задействовать энергию и творческий потенциал местных жителей, используя для коммуникации с ними социальные сети. Сообщества групп и страниц «Город Уварово», «Культурный город Уварово», «Открытый Летний фестиваль «Вишневарово», где размещаются всевозможные материалы «вишневой» тематики, имеют большой охват подписчиков.

Их стало много потому, что жителям дали возможность участвовать в принятии решений. Провели опрос, в ходе которого собрали предложения для концепции бренда города. Жители проголосовали за создание Вишневого сквера на территории бывшего сквера Революции и первоочередное благоустройство этой территории. Организовали конкурсы на лучший проект логотипа города, арт-объектов и т.д. Предложения горячо обсуждались на заседаниях общественного с при городской администрации. Самые креативные нашли воплощение, и теперь Уварово ассоциируется с этими объектами. При активном участии местного креативного класса разработана официальная символика города с использованием вишни.

Позиционирование Уварова – яркий пример гражданской модели организации брендинга, когда он инициируется горожанами. К энтузиастам присоединяются бизнесмены, работники культуры, специалисты творческих индустрий. Тесно выстроено взаимодействие с туроператорами Тамбовской, Воронежской областей, которые организуют поток туристов. Гости приезжают не только на яркое событие, но и в «вишневый» город, где живет множество стилизованных персонажей, а городское пространство развивается и благоустраивается в «вишневых» канонах.

Выращивание бренда

Какова же тактика воплощения всего задуманного в жизнь? В первую очередь, это переустройство самого Уварова, обогащение его среды признаками бренда, формирование идентичности города как «самого вишневого места России» через визуализацию бренда в городской среде.

Основные направления «выращивания» бренда: пространство, инфраструктура, культурная жизнь. Дизайн бренда внедрен, чтобы создать у жителей, туристов, инвесторов прочную ассоциацию между городской средой и символикой. Сделать так, чтобы город и все важнейшие его атрибуты были неотделимы от концепции бренда.

В 2015 году создан Вишневый сквер на месте бывшего парка Революции. Проект реализован в рамках федеральных и областных программ. Сегодня это любимое место отдыха горожан и общественное пространство, которое активно используется для проведения событийных мероприятий.

Город усеян стилизованными объектами: остановочные павильоны, салоны красоты, точки общепита, социальные учреждения. Например, в 2020 году по нацпроекту «Демография» построен детский сад, которому дали название «Вишенка». На территории Вишневого сквера появилась фигура «Я люблю Уварово», арт-объекты «Вишневое дерево», «Барышня с вишней и кавалером», малые архитектурные формы, у которых любят фотографироваться туристы.

Элементы бренда нашли отражение и в дизайне расположенных в зоне благоустройства многоквартирных домов, которые были капитально отремонтированы, а новые фасады украшены «вишневыми» муралами.

Весь город активно включился в выбор нового общественного пространства в рамках нацпроекта «Жилье и городская среда». При участии горожан специалистами разработан проект благоустройства территории «Формула процветания Уварово», который выиграл федеральный грант на реализацию. При поддержке региона, с привлечением спонсорских средств на месте, зараставшем в былые годы камышом, появилось благоустроенное пространство с винтовыми спусками, беседками над водой, смотровыми площадками, скамейками, пешеходными дорожками, спортплощадками, скейт-парком, амфитеатром, торговыми павильонами, зоной летних кафе.

Вкусный фестиваль

Знаковым событием в культурной жизни города является открытый летний гастрономический фестиваль «Вишневарово». Его участники погружаются в феерию самых разных мероприятий на любой вкус и цвет. За два дня проходят 15 зрелищных конкурсов, среди которых парад автомобилей «Вишнямобиль» и специальная номинация «Моя вишневая девятка», конкурсы «Мисс экстрим – Вишневый улет», «Вишневое очарование», соревнования по пауэрлифтингу, бои на ринге «Стальные вишни», выступление творческих коллективов «Вишневый марафон», дефиле шляпок и конкурс «Вишня-краса – длинная коса», показ мод для собак и кошек «ВишняПЕС» и «ВишняКОТ».

Фестиваль начинается костюмированным шествием. На главную улицу выходят жители и гости города в самых разнообразных костюмах. Продолжают движение фольклорные коллективы из разных уголков Тамбовской области, регионов России и Беларуси. Одновременно работают демонстрационно-игровые площадки. Гости фестиваля знакомятся с открытыми музейными экспозициями.

Работает Город мастеров: изделия из дерева, вязаные предметы одежды и игрушки, старинные предметы обихода, украшения, и многое другое – товары по душе могут найти все. Гости праздника могут и сами изготовить куклу-оберег Вишнешку, попробовать свои силы на старинном ткацком стане, свалить сувенирный валенок с вишенкой на боку.

Особое удовольствие гостям доставляют гастрономические конкурсы «Вишневое изобилие» и «Бабушкино варенье». Уваровцы угостят всех желающих кулинарными лакомствами – печеньем ручной работы, фирменной горькой наливкой на вишневых веточках.

Огромное количество гостей собирают мастер-классы по приготовлению вишневого варенья и ярмарка-продажа кулинарных изделий. Здесь можно узнать секреты приготовления варенья, различных тортов, кексов, пирожков, компотов, морсов, десертов из вишни и даже отведать вишневого супа.

Сбор урожая

Популярность фестиваля возрастает. В 2022 году фестиваль стал призером Национальной премии в области событийного туризма, а в 2023 году вошел ТОП-50 лучших событий года по итогам народного голосования Национального событийного календаря. Фестиваль вышел на международный уровень. Участие в нем принимает делегация города Глубокое Витебской области (Республика Беларусь) – «вишневой» столицей Белоруссии, с которой Уварово заключил соглашение о сотрудничестве.

Всего за несколько лет, прошедших с момента начала позиционирования Уварова как «самого вишневого места» России, стало очевидно, что подобная практика продвижения территории способствует созданию благоприятных условий для развития бизнеса, повышения инвестиционной привлекательности. Приток инвестиций – это рабочие места, пополнение бюджета, решение многих социальных и инфраструктурных вопросов, и как результат – динамичное социально-экономическое развитие.

На месте бывшего химического завода создан индустриальный парк. Площадка готова для размещения резидентов, создания новых предприятий. Интерес к территории проявляет ряд инвесторов. Развитие получает и местный бизнес – открываются новые предприятия, развивается сеть точек общепита, модернизируется гостиница, расширяется спектр услуг. Все это напрямую отвечает стратегическим интересам муниципалитета, в числе которых сохранение молодежи, туристическая привлекательность, диверсификация экономической базы.