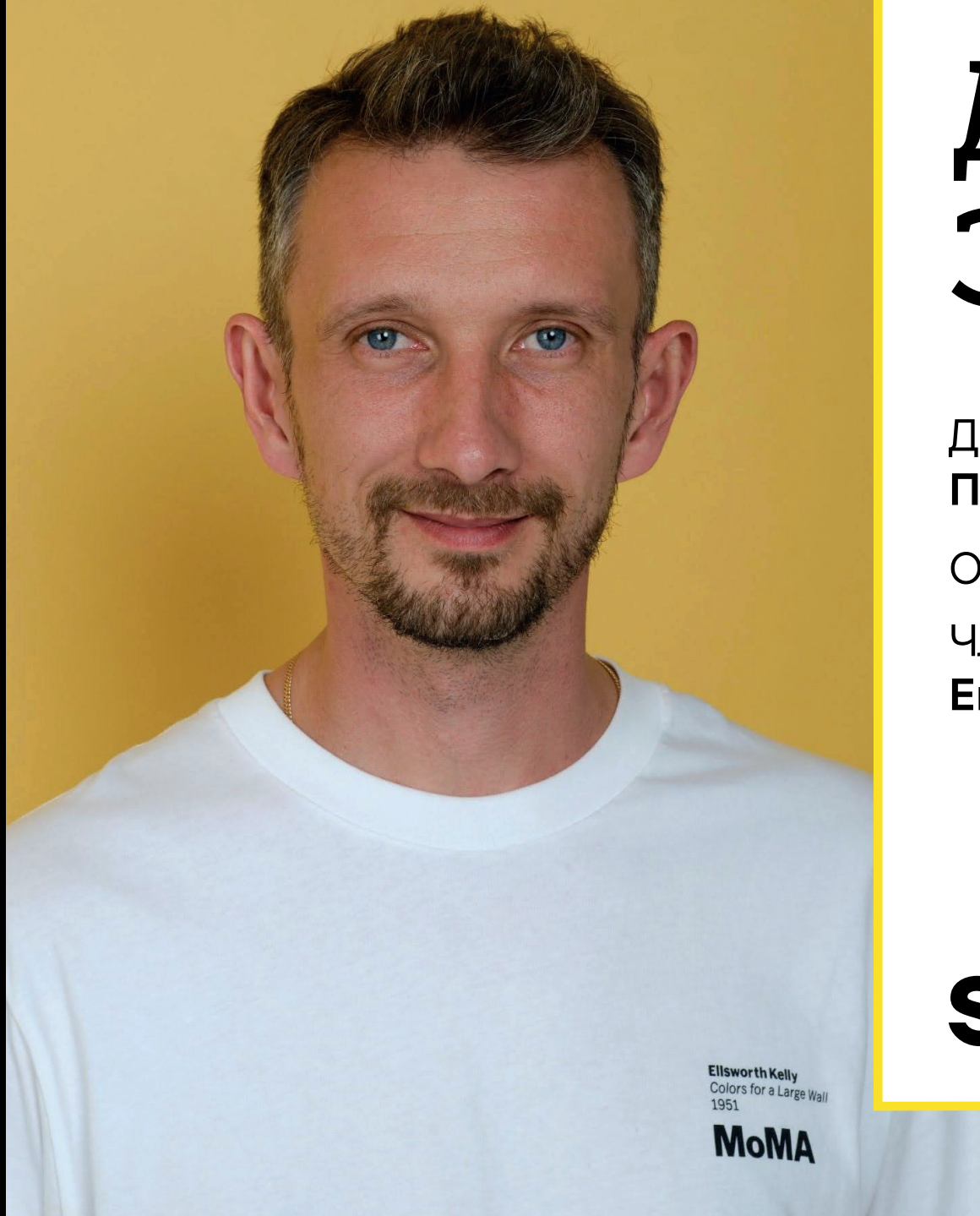


Как МАФы и арт-объекты добавляют пространству ценности

Дмитрий Зонов



Дмитрий Зонов

Директор **Студии Уникальных
Проектов**

Основатель проекта **АРХИМАФ**

Член команды **Дизайн-код
Екатеринбурга**

S.O.U.P. STUDIO
OF UNIQUE
PROJECTS

АРХИМАФ

Стрит-Арт (Street Art)

Уличное искусство, которое часто создается без разрешения властей.

Паблик -Арт (Public Art)

Искусство в общественных местах, созданное при поддержке властей, заказчиков или фестивалей.

МАФ (Малые Архитектурные Формы)

Функциональные элементы благоустройства, которые могут иметь художественную ценность.

Арт-объекты и паблик-арт повышают ценность территории, превращая обычные пространства в узнаваемые достопримечательности, что привлекает туристов, увеличивает поток посетителей для бизнеса и способствует росту стоимости недвижимости.

Они формируют уникальную идентичность места, создают комфортную городскую среду, становятся точками притяжения (доминантами) и способствуют сплочению местного сообщества



Основные аспекты влияния паблик-арта на территорию

□ **Экономическая эффективность**

Уникальные арт-объекты привлекают туристов и жителей, что стимулирует развитие местного бизнеса (кафе, магазины) и повышает экономическую активность

□ **Формирование идентичности**

Искусство помогает создать уникальный «бренд» места, связывая его с локальной мифологией, историей или промышленным наследием (например, уральские мотивы)

□ **Социальное влияние**

Арт-объекты превращают безликие места в центры общения, повышают чувство гордости жителей и даже могут снижать уровень преступности

□ **Улучшение городской среды**

Паблик-арт работает как качественный акцент, гуманизирует пространство, делая его более уютным, функциональным и привлекательным для жизни

□ **Инструмент девелопмента**

Застройщики используют арт-объекты для повышения привлекательности жилых комплексов, выделяя их на фоне типовой застройки

МАФы и Арт-объекты города

**ЕКАТ
ЕРИН
БУРГ**

Памятник клавиатуре

Арт-объект «Глаз»

Световая инсталляция «Звезда»



Арт-объекты ЧО



Гриша

Уральский человек

ВИЗмут



Арт-объекты ЧО



Индустриальный младенец

Точка зрения

Портал



Арт-объекты ЧО

ЧО S.O.U.P.

Трибуна поэта



— С точки зрения маркетинга, наивно полагать, что паблик-арт может повысить продажи объекта или в целом девелопера.

Это работа с брендом и его атрибутами. Мы, например, как единственный в России девелопер, который с 2020 г. на постоянной основе проводит паблик-арт программу в городской среде, а не рядом со своими объектами, каждый сезон замеряем, как изменилось отношение горожан к бренду «Атома» после контакта с «ЧО». Наш бренд воспринимается как более современный, а с точки зрения атрибута социальной ответственности мы вообще на первом месте.

Нам важно также замерять отношение жителей к городу, потому что город — это тоже «продукт», в формировании и развитии которого мы участвуем. Нам важно, чтобы люди не уезжали из Екатеринбурга, а оставались здесь, участвовали в его развитии.

Никита Харисов

АРХИМАФ - ЧТО ЭТО?

Архимаф начинался как площадка для проведения конкурсов по разработке концепций арт-объектов и МАФ. Так мы себя и позиционировали на начальном этапе.

Сейчас Архимаф – это не просто площадка, а организатор международных конкурсов. С каждым новым конкурсом растут наши знания и компетенции. Спектр предоставляемых услуг для заказчиков тоже увеличивается. Укрепляются дружеские связи.

И в этом большая заслуга команды Архимаф: руководителя проекта, графического дизайнера, юриста, инженера, куратора проекта, финансиста, экспертов и всех, кто помогает в проведении конкурсов.



АРХИМАФ

Кейс 1. ANT Group и СОСПП

Проводился в очень закрытом формате.

1 группа промышленного дизайна,
10 участников, 1 победитель.

Проект реализовали уже через месяц
после определения победителя.

В церемонии открытия приняли участие первые
лица области и города (глава Екатеринбурга
Алексей Орлов и другие), было множество СМИ.

Проект стал новой достопримечательностью
города и частью обязательного туристического
маршрута Екатеринбурга.

РАЗРАБОТКА АРТ-ОБЪЕКТА

на тему:

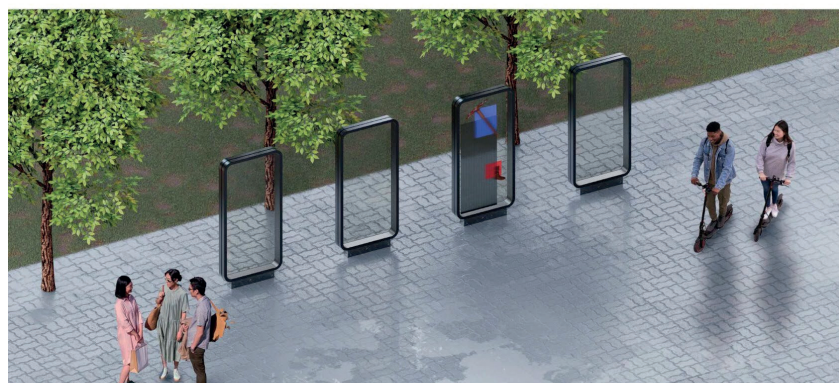
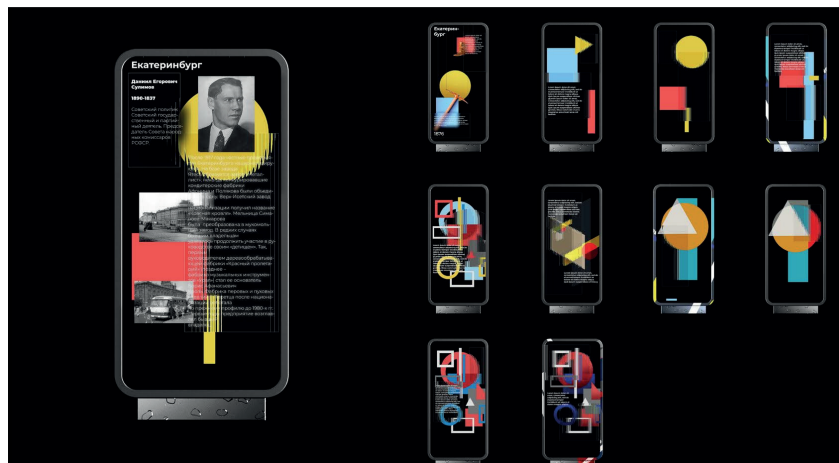
Семь эпох промышленности
и предпринимательства
Екатеринбурга



Победитель конкурса

Данил Ардашев

Человек и прогресс шагают вперед, оглядываясь на опыт прошлых лет. Жители Урала всегда трепетно относились к собственной истории. Чтобы усилить эффект временной хронологии, автор использовал рифлёное или рассеивающее стекло, которое создает ощущение отмотки назад в прошлое. Формообразование подобно порталам или зеркалам, это тоже усиливает временной эффект.



Кейс 2. Vaza девелопмент

Арт-объект задумывался в эстетических целях для поддержания концепции новой, современной жилой застройки.

Размеры конструкции в высоту не более 6 м, ширина 8*8. Стиль конструкции должен соответствовать проекту, фасадам дома. Арт-объект должен быть визуально привлекательным, в нем должен быть смысл и символизм, объект, рядом с которым хочется жить. Важно, чтобы его хотелось сфотографировать, чтобы он стал узнаваемым местом. Точкой притяжения жителей района.

Общественно-полезная цель: старт новой жизни на перекрестке Амундсена - Шаумяна, с этой точки начинается застройка, это первое, что будут видеть люди, подъезжая к району.

Призовой фонд: 100 000 руб.

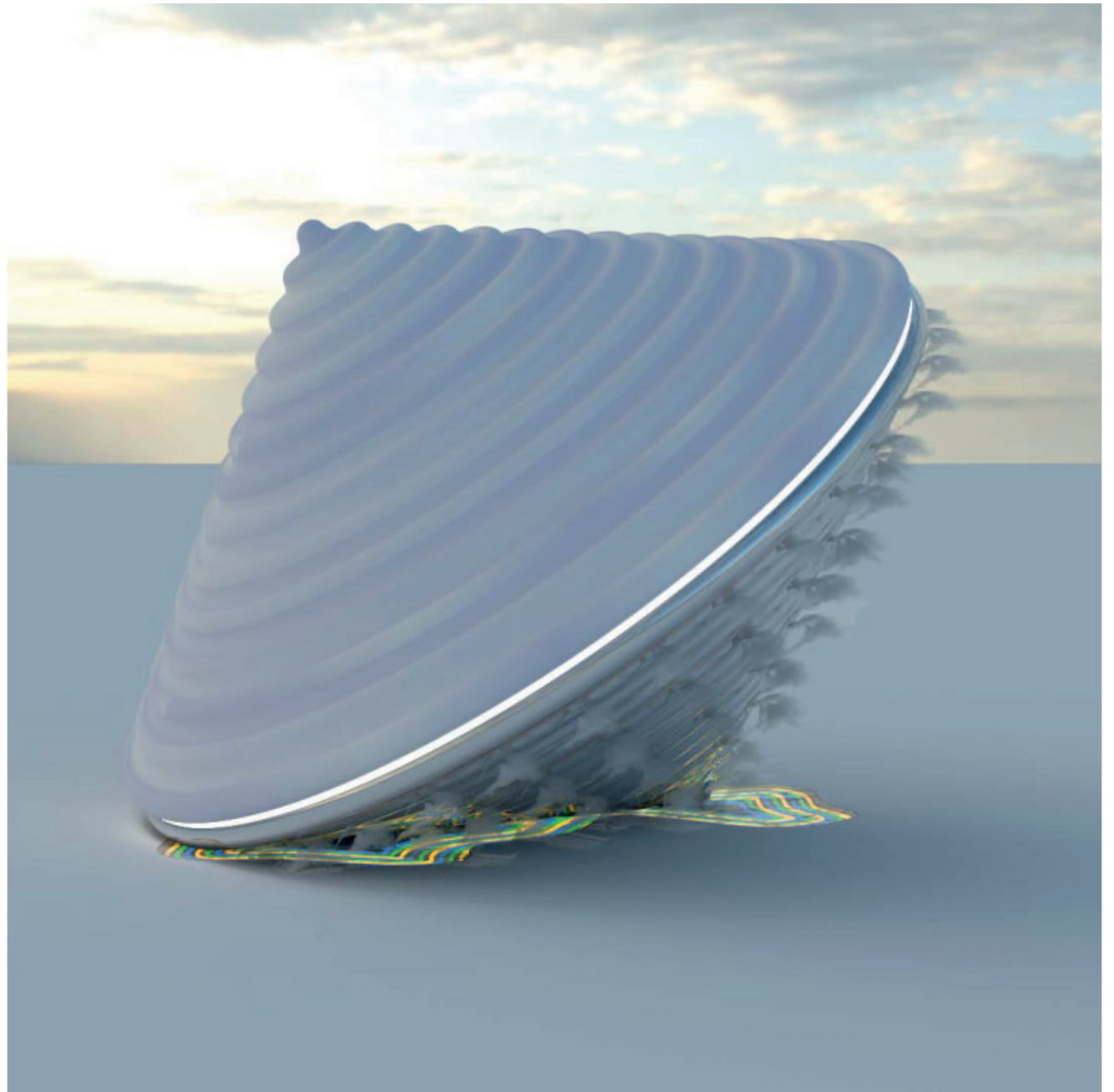


Победитель конкурса

«Юла»/Михаил Ильин

Разработанный специально для этого места концепт представляет собой скульптурную форму, напоминающую остановившуюся игрушечную юлу.

Мотив остановки — важен! Он основывает сюжет, повествующий о приведении в прошлом беспокойного места к покою и гармонии.



Финалисты

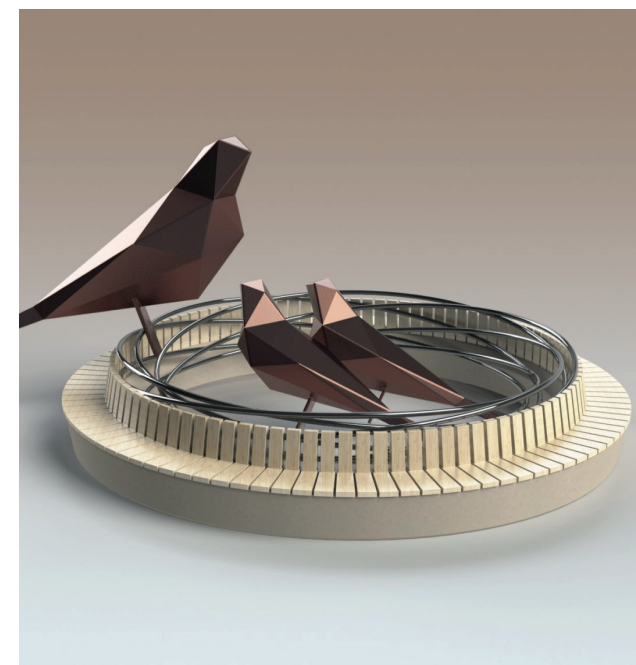
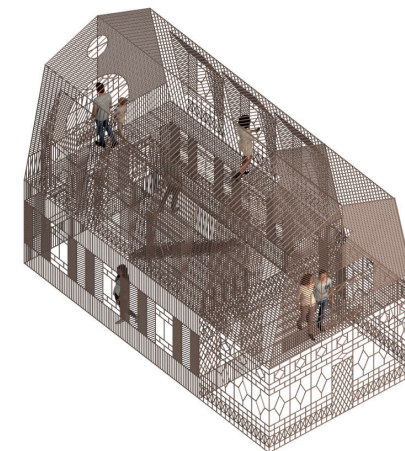
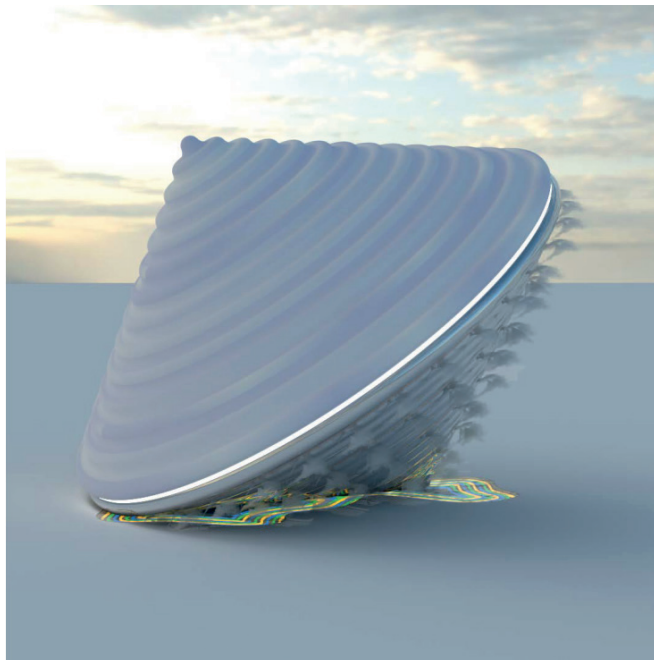
«ЮЛА» = 1224 балла

«Дом, милый дом» = 1172 балла

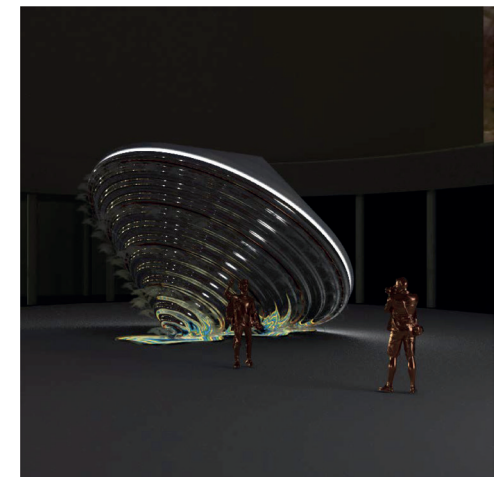
«QR-кот» = 1151 балл

«Идол» = 1143 балла

«Гнездышко» = 1095 баллов



Шортлист



Кейс 3. S.O.U.P.

Разработка серии МАФов из бетона «На века»

Участникам предстояло разработать серию МАФ из архбетона. Цель проекта — раскрыть в полной мере материал архбетон и разработать новые элементы благоустройства городской среды.

Призовой фонд — 100 000 руб.



Победитель:

MONOSECTION / Автор: Борис Немцев.
1112 баллов

Street Solutions / Автор: Василий Борисенко.
1107,5 баллов

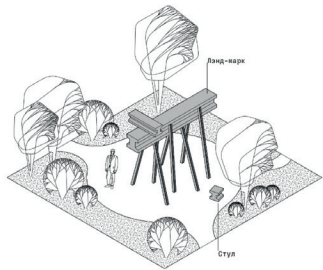
**Сказочные МАФы / Авторы: Нина Степина,
Иван Васильев. 1106,5 баллов**

Победитель конкурса

«MONOSECTION» / Борис Немцов



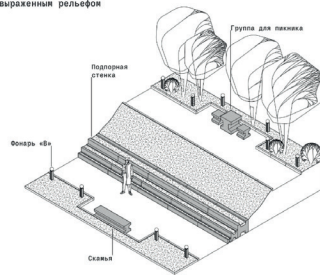
Городской сквер



Моноsection 2024_04_30

14

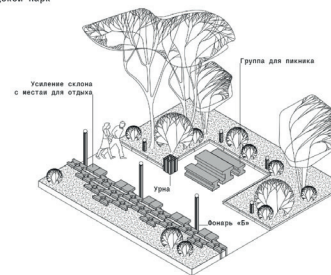
Парк с выраженным рельефом



Моноsection 2024_04_30

11

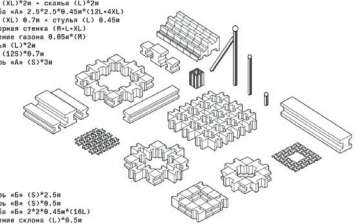
Городской парк



Моноsection 2024_04_30

Линейка модульного благоустройства

1. Стол (XL) 1,2м - скамья (L) 1,2м
2. Клубы «Б» 2,372*0,9*0,45м (120*40L)
3. Стол (XL) 0,7м - скамья (L) 0,45м
4. Подпорная стена (H) x (L)
5. Усиление газона 0,85м*(H)
6. Скамья (L) 1,2м
7. Урна (125)*0,7м
8. Фонарь «Б» (S)*2м



9. Фонарь «Б» (S)*2,5м
10. Фонарь «Б» (S)*0,5м
11. Клубы «Б» 2,72*0,45м*(16L)
12. Усиление склона (L) 1,7*0,5м
13. Клубы «Б» (12L)*0,5м
14. Клубы «Г» 0,5м*(4L)*0,4м
15. Пристольная скамья 0,85м*(H)
16. Оригинальная проеция (XL)*2,5м

Моноsection 2024_04_30

19

9

МАФ

Это архитектурные конструкции, имеющие практическое и декоративное назначение, используемые для организации пространства с целью обеспечения комфортной жизни и досуга.

01 Декоративные

(скульптуры, фонтаны, колонны, арки)

02 Функциональные

(урны, скамейки, кашпо, велопарковки, торговые павильоны, остановочные комплексы, питьевые фонтаны)

03 Игровые

(детские комплексы, спортивные площадки, скейт парки)

04 Рекреационные

(павильоны, теневые навесы, пирсы)

МАФ, по моему мнению, это лучший способ для продвижения бренда

01

Низкая
себестоимость

02

Долговечность

03

Они нужны всем

04

Непосредственный
контакт
с потребителем



Представьте если у девелоперов будут свои фирменные МАФы

Сначала их устанавливают в ЖК и вокруг него, тем самым брендируя пространство.

Людам не надо смотреть на вывеску, расположенную на крыше, они сразу понимают, кто это сделал. Ведь объект находится в прямом контакте, и им можно пользоваться.



При появлении их в городском пространстве, они служат (подписью).

В дальнейшем можно дарить свои МАФы городу, и тем самым увеличивать территорию.

Идеальный вариант - если дизайн будет очень хорош и его начнут использовать и в других городах.

Жаль, что пока таких примеров я не нашёл.

S.O.U.P. STUDIO
OF UNIQUE
PROJECTS



АРХИТЕКТУРА

