

Делай
как
Урюпинск



Василий Дубейковский

ПОДАРОЧНЫЙ ЭКЗЕМПЛЯР
Просьба не распространять
в открытом доступе.

**Делай
как
Урюпинск**

Практикум по развитию
провинциального города



Урюпинск
2017

УДК 352/354-1
ББК 66.3(2Рос)12
Д79

Д79 Дубейковский В. А.
Делай как Урюпинск: практикум по развитию провинциального города. —
Урюпинск: СитиБрендинг, 2017. — 64 с.

ISBN 978-5-9909582-0-3

Среди городов России малые, с населением до 50 тысяч человек, составляют 71%. Несмотря на негативные стереотипы и мизерные бюджеты, некоторые провинциальные города продолжают и активно развиваться, и сохранять фантастический ресурс аутентичности и особого качества жизни. Урюпинск — один из 788 малых городов страны — не только формально является столицей российской провинции, но и реально может служить примером для других муниципалитетов.

В практикуме представлено сорок мотивирующих примеров, почему стоит делать как Урюпинск.

Редактор — Анастасия Шлыкова

Корректор — Светлана Шемяк

Дизайн, иллюстрации, верстка — Екатерина Дубейковская

Фотографии: администрация Урюпинска, Анна Степнова, Дарья Моргунова, Денис Садковский, Екатерина Дубейковская, Ирина Ветохина, Николай Гришин, Полина Никифорова, Татьяна Новикова, Татьяна Яшкина, Юлия Соболева

Практикум разработан командой «СитиБрендинг» по заказу администрации городского округа г. Урюпинска. При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации №68-рп от 05.04.2016 и на основании конкурса, проведенного Фондом поддержки гражданской активности в малых городах и сельских территориях «Перспектива».

Подписано в печать 27.02.2017
Формат 60 x 90 1/16. Гарнитура Pt Serif
Бумага офсетная. Печать цифровая. Усл. печ л. 4
Тираж 2000 экз. Заказ № 412

Отпечатано в типографии ООО «Урюпинская типография»
403110, г. Урюпинск, ул. Гагарина, 39
столицапровинции.рф

ISBN 978-5-9909582-0-3



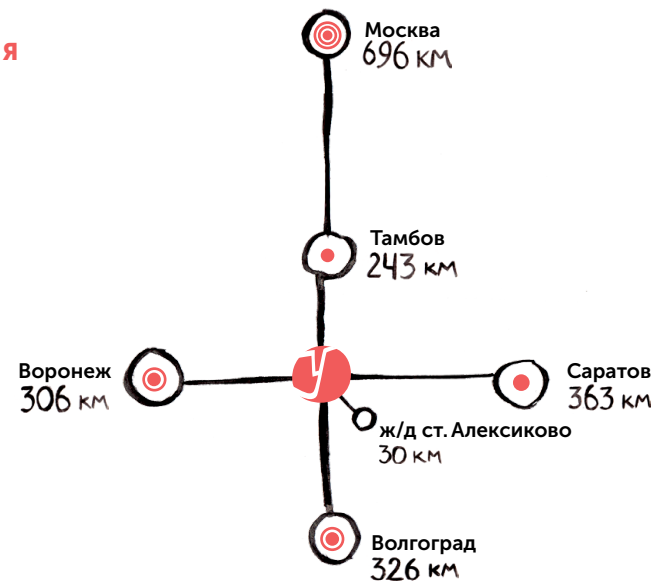
ISBN 978-5-9909582-0-3

9 785990 958203

© Дубейковский В. А., 2017

Описание города

ГЕОГРАФИЯ



РЕГИОН

Волгоградская область



КЛИМАТ

Соответствующий северной части южных территорий



ОСНОВАН

Как казачья станция



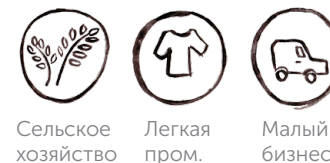
ЗАСТРОЙКА



Ж/Д СТАНЦИЯ



ЭКОНОМИКА



БЮДЖЕТ

585 млн ₹

ВОЗРАСТ

400 лет

НАСЕЛЕНИЕ

39 тыс. человек

Обзор практик

| | |
|--|-----------|
| Уважаемый коллега! | 6 |
| 01. ДУМАЙ КАК УРЮПИНСК | 7 |
| Преврати комплекс в преимущество | 8 |
| Обозначь свои принципы | 9 |
| Улыбайся чаще | 10 |
| Защищай себя | 11 |
| Пойми, зачем ты здесь | 12 |
| 02. УПРАВЛЯЙ КАК УРЮПИНСК | 13 |
| Сохраняй приобретенное | 14 |
| Развивай каждый район | 15 |
| Сделай ставку на ТОСы | 16 |
| Участвуй в конкурсах | 18 |
| Гордись жителями | 19 |
| Учись активному долголетию | 20 |
| Пекись о жителях | 22 |
| 03. ДВИГАЙСЯ КАК УРЮПИНСК | 23 |
| Шагай по-скандинавски | 24 |
| Будь на коне | 25 |
| Полюби сноуборд | 26 |
| Используй сугроб | 28 |
| 04. ПРЕДПРИНИМАЙ КАК УРЮПИНСК | 29 |
| Создавай экопродукты | 30 |
| Доставляй молоко | 31 |
| Заработай на промысле | 32 |
| Продавай онлайн | 33 |
| Рассчитывай на слух | 34 |
| Добывай метал | 35 |
| Клубись | 36 |

| | |
|---|-----------|
| 05. ГУЛЯЙ КАК УРЮПИНСК | 37 |
| Фонтанируй | 38 |
| Выступи за сцену | 39 |
| Организуй променад | 40 |
| Оживи мемориал | 42 |
| Верни аттракционы | 43 |
| Поставь памятник | 44 |
| 06. МЕЧТАЙ КАК УРЮПИНСК | 45 |
| Бросай все — уезжай в Урюпинск | 46 |
| Возроди утраченное | 47 |
| Открой вуз | 48 |
| Удиви Берлин | 50 |
| 07. ПРОДВИГАЙ КАК УРЮПИНСК | 51 |
| Создай бренд | 52 |
| Сотрудничай со СМИ | 54 |
| Заручись поддержкой экспертов | 55 |
| Управляй брендом | 56 |
| Лоббируй свои интересы | 58 |
| Привлекай события | 59 |
| Используй краудфандинг | 60 |
| 08. УРЮПИНСКУ 400 | 61 |
| Участвуй в 400-летию | 62 |
| Присоединяйся к прогрессивной провинции | 63 |
| Иницилируй День Урюпинска | 64 |

Уважаемый коллега!



«Кто не бывал в Урюпинске, тот не знает России» — надпись, встречающая гостей при въезде в наш город. Раньше под этой фразой мы понимали особую самобытную жизнь малого города на реке Хопёр. Судьба Урюпинска, как и всех городов, полна взлетов и падений, и мы не являемся каким-то исключением из исторических правил. Но! За четыре века мы научились не просто существовать в непредсказуемых российских реалиях, но вплотную подошли к новому уровню понимания значимости и сути нашего города.

Сегодня во фразу «Кто не бывал в Урюпинске, тот не знает России» мы вкладываем новый дополнительный смысл. Урюпинск — это не просто один из 788 малых городов России, отражающий ее разностороннюю культуру и непростую историю. Урюпинск — это город, в котором каждый житель каждый день каждым своим поступком решает, какой быть России.

Мы не фиксируем устоявшиеся, порой далекие от реалий стереотипы о российской провинции. Мы развиваем наш город таким образом, каким видим лучшее будущее нашей страны. Мы продолжаем искать лучшие городские практики провинции для того, чтобы развивать Россию, начиная с малого. Присоединяйтесь!

*Элла Гедиминовна Чермашенцева,
глава Урюпинска*

01.

Думай как Урюпинск

Преврати комплекс в преимущество

Обозначь свои принципы

Улыбайся чаще

Защищай себя

Пойми, зачем ты здесь

Преврати комплекс в преимущество



Столько россиян знают о существовании Урюпинска.



ДО 2000 ГОДА

Только в 1929 году станица Урюпинская официально стала городом. Урюпинцы с осторожностью примеряли на себя роль горожан, и за последующие 70 лет у них развился классический комплекс провинциальности, когда они ощущали себя застрявшими где-то посередине между маленьким городом и большим селом. Образ Урюпинска как символа глубинки, запечатленный Михаилом Шолоховым в рассказе «Судьба человека» (1956) и отраженный Сергеем Бондарчуком в одноименном фильме (1959), лишь способствовал закреплению именно такого самовосприятия жителей. В начале 1960-х годов Урюпинск превратился в город-анекдот, став синонимом глухой провинции. В фольклоре 1980–1990-х годов он и вовсе стал олицетворением дыры и захолустья. Урюпинцы обижались на ухмылки, вопросы «Да ладно, он существует?» и небылицы о городе.

ПОСЛЕ 2000 ГОДА

В 2000 году Урюпинск вошел в число победителей конкурса «Стратегия развития малых городов России», организованного институтом «Открытое общество». Что Урюпинск мог противопоставить именитым соперникам с развитой туристической инфраструктурой и великолепным историческим наследием? Инициативная группа города решила обыграть то, что большинство жителей считало негативной чертой Урюпинска, — имидж глубокой провинции. Концепция развития под слоганом «Урюпинск — столица российской провинции» позволила получить финансовую поддержку ряда инфраструктурных проектов, например, были выделены деньги на установку памятника козе (с. 44). Именно тогда наступил переломный момент: город начал осознавать свою уникальность. Сегодня от горожан можно услышать фразу: «Я урюпинец, а чего добился ты?», в которой емко отражены те преимущества, которые автоматически получает каждый житель столицы российской провинции.

Обозначь свои принципы



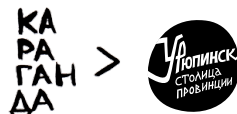
В Урюпинске на душу населения приходится больше гипермаркетов, чем в Москве и Санкт-Петербурге.



В Урюпинске, как и во всех городах, есть свои порядки и принципы. Они не зафиксированы в формальном кодексе и не записаны на красивой табличке в центре города. Урюпинцы их чувствуют, ими живут и сохраняют их вне зависимости от изменения политической и экономической конъюнктуры. Жизненный уклад и традиции — то, что действительно превращает географическую точку, создающую и распределяющую блага, в настоящий город.

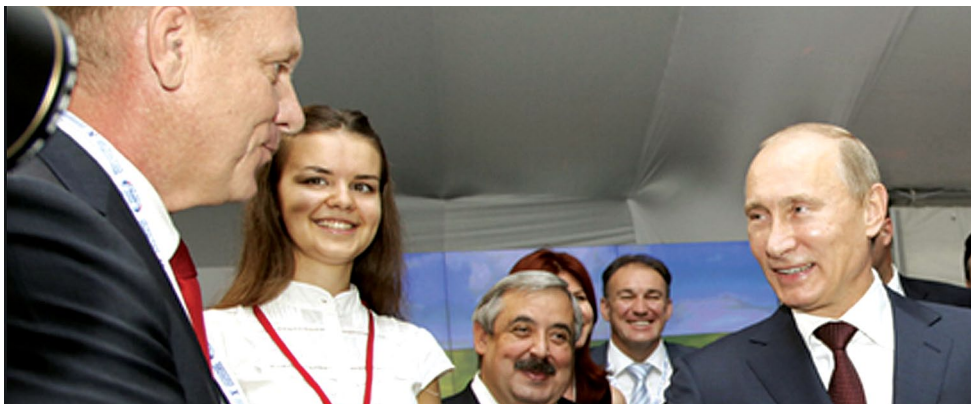
- **НЕВОЗМОЖНОЕ ВОЗМОЖНО.** В столице провинции нет ничего невозможного. Построить горнолыжный склон в степи на юге России (с. 26) — почему бы и нет? Открыть в лихие 90-е собственный вуз (с. 48) — без проблем! Соорудить светомузыкальный фонтан стоимостью 3% годового бюджета (с. 38) — обязательно!
- **НЕ ОТЛЫНИВАТЬ.** Урюпинцы даже в тяжелую минуту не будут отлынивать от дел. Россиян часто обвиняют в лени и апатии, но про урюпинцев, фанатично участвующих в ТОСах (с. 16) и ШОА (с. 20), так уж точно сказать нельзя.

- **ЛУЧШЕ ПРИНЯТЬ РЕШЕНИЕ, ЧЕМ НИЧЕГО НЕ ПРЕДПРИНИМАТЬ.** Урюпинск не ждет, что за него кто-то, например, в Москве, примет решение, ему не нужна хорошая погода для старта, он предпочитает рассчитывать в первую очередь на собственные силы.
- **БЫТЬ НЕ КАК ВСЕ.** Урюпинску важно проявлять себя в чем-то новом, и такой подход отражается во всем: с открытия центра космических услуг до создания устойчивой системы управления брендом города (с. 56).
- **ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ.** Разрушение прошлого — это не про Урюпинск. На выставке краеведческого музея казачьего города можно увидеть памятник Сталину, а новый мэр со своей командой предлагает наградить предшественника званием почетного жителя. Взгляды и вкусы бывают разными, а город для всех урюпинцев — один!



В существование Караганды верят больше, чем в существование Урюпинска.

Улыбайся чаще



Естественная реакция россиянина на слово «Урюпинск» — улыбка. Юмор — то, что объединяет отношение к городу как самих урюпинцев, так и остальных жителей России. Он позволяет находить общий язык, сглаживать углы, выделяться и запоминаться, в конце концов, улыбки продлевают жизнь! Веселый город — это намного лучше, чем город скучный. Самоирония — то, чего не хватает и городам, и людям. Урюпинск — пример того, как юмор превращается в инструмент муниципального развития.

В прошлом веке на различных форумах и мероприятиях вне города урюпинцы стремились побороть невольно возникающие у аудитории улыбки, усиливая серьезность своих выступлений.

Сегодня Урюпинск действует по другой схеме: «улыбка — наш ценный ресурс, смотрите, что мы сделали с ее помощью». Быть смешным — большое преимущество, а уметь смеяться над собой — искусство. Для овладения им следует сделать четыре простых шага:

1. Проанализировать текущий «остроумный» капитал города.
2. Поощрять и развивать имеющиеся легенды, шутки, мемы.
3. Создавать новые поводы/символы для улыбок при упоминании вашего города.
4. Говорить спасибо всем, кто шутит про ваш город.



Столько человек вышло на первый митинг против строительства никелевого комбината в мае 2012 года.

Защищай себя



Урюпинск похож на маленькую страну. Благодаря своим жителям он способен защищать себя от внешних напастей. В 2012 году в 80 км от столицы российской провинции в другом регионе (Воронежской области) после получения официального разрешения началась разработка никелевого месторождения.

Предполагаемое производство грозило не только серьезнейшими экологическими проблемами для сельского хозяйства и здоровья населения. Оно ставило под сомнение будущее реки Хопёр, которая для Урюпинска является абсолютной ценностью. «Если река будет, будет и Урюпинск», «Хопёр — это что-то первозданное, наш исток», «Как вода чистая, так и жизнь. Хопёр — это всё» — так о своей реке говорят урюпинцы. Ей посвящены самые известные стихотворение и песня города, от нее же образовано название города («у руба» Хопра). Компания — разработчик месторождения, похоже, до сих пор не осознала, что протест жителей Урюпинска не был организован

кем-то сверху; горожане в первую очередь реализовали свое право на защиту родной земли.

Большие тиражи газет с заказными статьями, лживые передачи по федеральным каналам, отсутствие четкой позиции по этому вопросу у федеральных политиков и даже реальные тюремные сроки для нескольких активистов не остановили урюпинский протест. Сегодня в Урюпинске днем с огнем не найти сторонника строительства никелевого комбината, который благодаря протестной кампании так и не построен.

Что может понадобиться для защиты города? Во-первых, ваша любовь. Во-вторых, вера в собственные силы. Второй пункт всегда кажется более сложным, особенно когда судьбоносные вопросы решаются на самом верху, и у вашего оппонента несоизмеримо больше ресурсов. Если вы когда-нибудь усомнитесь в своих силах по защите города, вспомните об истории антиникелевого движения в Урюпинске.

Пойми, зачем ты здесь



Уровень лояльности
урюпинцев к бренду города.



Урюпинский маслоэкстракционный завод вырабатывает несколько процентов от общего объема подсолнечного масла, производящегося в России, завод «Хоупак» выпускает качественную упаковку пищевых продуктов, крановый завод — грузоподъемную технику, а на трикотажной фабрике (с. 14) производятся сотни наименований трикотажа. Это очень важно для жизнедеятельности и города, и Волгоградской области, и Черноземья, и страны. Но есть кое-что еще, более идейное и возвышенное — предназначение города.

Как человек задает себе извечный вопрос: «В чем смысл жизни?», так и город в лице своих жителей рано или поздно задумывается о том, что он дает миру. Что город меняет на этой планете, как делает ее лучше? Называть подобного рода размышления можно по-разному: философия или идеология, уклад или стратегия, но суть этих понятий

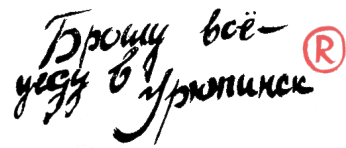
одна — у счастливого города должно быть понимание, кто он в этом мире и какова его высокая роль.

Урюпинск — столица российской провинции. Может показаться, что это поверхностный слоган, навеянный имиджем города и модой на столичность, — пусть так. Главное, как к этому относятся жители города, что они предпринимают в связи с таким заявлением. Столица — это не шутка, это вызов и обязанность для Урюпинска. Обязанность изучать, развивать и продвигать российскую провинцию. Издание, которое вы сейчас держите в руках, — один из шагов Урюпинска по переводу российской провинции на новый уровень самосознания.

От триады «Россия — провинция — дыра» Урюпинск стремится перейти к логической цепочке «Россия — провинция — прогресс» и приглашает вас присоединиться к этому движению!

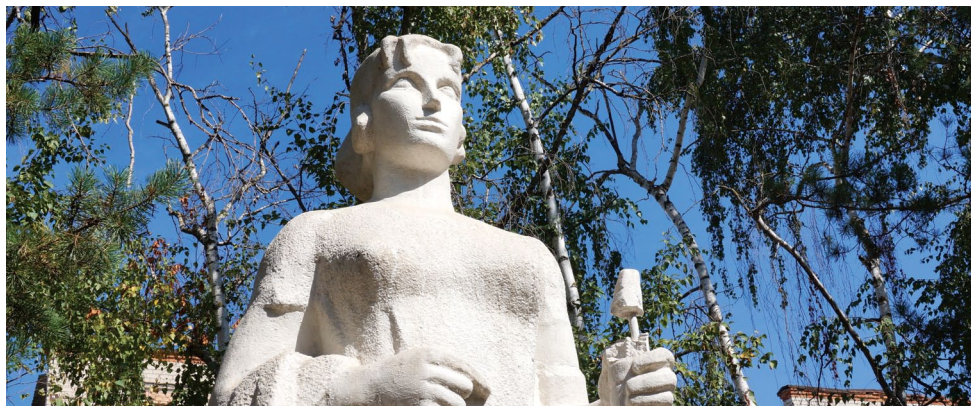
02. Управляй как Урюпинск

Сохраняй приобретенное
Развивай каждый район
Сделай ставку на ТОСы
Участвуй в конкурсах
Гордись жителями
Учись активному долголетию
Пекись о жителях



Товарный знак на фразу «Брошу всё — уеду в Урюпинск!» принадлежит фабрике.

Сохраняй приобретенное



ВОЗМОЖНОСТЬ

Часто встречается расхожее описание разных городов: «Раньше у нас был собственный комбинат/завод/фабрика, а теперь одна торговля, ничего не производим». От некоторых жителей Урюпинска тоже можно услышать такие заявления, но это будет правдой лишь отчасти. Например, в новом веке город сумел сохранить трикотажное производство благодаря своевременным и решительным действиям администрации города.

РЕШЕНИЕ

1. Признайте наличие собственных производств в городе не только экономическим благом. Особенно это важно для производств с историей (фабрика в Урюпинске работает с 1968 года), которые сумели воспитать целые поколения специалистов.
2. Поддержите местных производителей в тяжелые времена. Возможно, сегодня предприятие нерентабельно, но город будет жить и завтра. В начале 2000-х муниципалитет спас умирающую фабрику,

зарегистрировав ООО «Урюпинский трикотаж» в качестве муниципальной собственности.

3. Думайте о рынке. Временная помощь государства не отменяет законов рынка. Маркетинг, продажи и новые технологии — лучшее средство для сохранения местных производств.

РЕЗУЛЬТАТ

- Сегодня фабрика — муниципальное прибыльное предприятие, а район Трикотажка — по-прежнему оправданный топоним.
- Фабрика дает постоянную работу 170 сотрудникам и продает свою продукцию в 20 регионах России.
- Производится сувенирная продукция с использованием бренда Урюпинска. Фабрика выполняет корпоративные заказы из других городов.
- Сотрудники фабрики сохраняют удивительный памятник «девушке с эскимом» (на самом деле — вязальщице с веретенном).



Столько времени занимает дорога из центра Урюпинска до ФОК.

Развивай каждый район



ВОЗМОЖНОСТЬ

Во многих городах отдаленные районы превращаются в «спальники», а центр, наоборот, оказывается перегруженным социальной инфраструктурой. В Урюпинске стараются развивать каждую часть города, в качестве примера можно привести строительство физкультурно-оздоровительного комплекса (ФОК) с бассейном в наиболее удаленном от центра города районе Гора Восточная.

РЕШЕНИЕ

1. Выберите ряд пригодных для строительства ФОК свободных участков земли во всех районах города.
2. В качестве критериев отбора, помимо прочего, рассмотрите эффект от развития районов города и потенциал изменения стоимости земли.
3. Решите вопросы, связанные с транспортной доступностью объекта для жителей других районов города и информированием населения.

РЕЗУЛЬТАТ

- Появление нового ФОК, которым пользуется весь город, и, соответственно, усиление контактов отдельного района со всем городом.
- Повышение стоимости земли в районе Гора Восточная и, как следствие, увеличение суммарной стоимости земли города.
- Усиление перспектив дальнейшего развития инфраструктуры района Гора Восточная и роста города за счет освоения свободных земель.



Сделай ставку на ТОСы



ВОЗМОЖНОСТЬ

Территориальное общественное самоуправление (ТОС) — форма местного самоуправления, регулирующаяся в соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 6 октября 2003 года № 131-ФЗ. За этим сухим определением скрывается потрясающая возможность кооперации соседей, которые могут самостоятельно принимать решения по насущным вопросам, привлекая к обсуждению представителей муниципальной власти. Ключевой момент — сосредоточение ответственности и ресурсов в руках наиболее заинтересованных в развитии конкретных дворов субъектов — их жителей. Во многих городах есть ТОСы, но не везде они приносят пользу на практике.

РЕШЕНИЕ

1. На заседании городской думы примите Положение о ТОСах на основе федерального закона.
2. Найдите деятельных руководителей и определите границы каждого ТОСа.
3. Зарегистрируйте каждый ТОС в качестве НКО.
4. Мотивируйте ТОСы участвовать в муниципальных, региональных, федеральных и международных конкурсах и грантах.
5. Развивайте систему взаимодействия ТОСов и различных уровней власти, создайте здоровую конкуренцию между ТОСами.



На один ТОС приходится в среднем 736 урюпинцев.

ФУНКЦИИ ТОСА

- **ПРАВА.** Защита интересов жителей в органах власти.
- **БЕЗОПАСНОСТЬ.** Поддержание общественного порядка.
- **КОНТРОЛЬ.** Контроль качества уборки, работы других инфраструктурных служб.
- **БЛАГОУСТРОЙСТВО.** Самостоятельная инициация и реализация проектов.
- **КОММУНИКАЦИЯ.** Информирование жителей о важных городских событиях.
- **ТВОРЧЕСТВО.** Организация досуга и творческой самодеятельности среди соседей.

ТОСы — системообразующие элементы жизни Урюпинска. Например, в День города на центральной площади проводятся конкурсы, выставки и развлекательные мероприятия с активным участием ТОСов. После общегородского концерта праздник продолжается на площадках отдельных

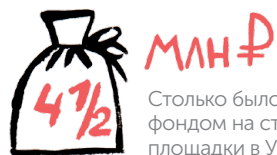


ТОСов, где вместе собираются соседи. Благодаря этому обеспечивается не только участие всего города в праздновании, но и необходимый контроль, безопасность и информирование о предстоящих событиях. По сути, сами горожане организуют праздник своего города и участвуют в нем.

РЕЗУЛЬТАТ

- С 2006 по 2009 год в Урюпинске созданы 53 ТОСа, активно работающих и по сей день.
- Установлено 147 детских и 16 спортивных площадок, открыто 3 тренажерных зала. Повсеместно сооружены лавочки для отдыха, пешеходные дорожки из плитки, светильники уличного освещения, отремонтированы грунтовые дороги и цветочные клумбы.
- Во многих ТОСах созданы кружки по интересам, библиотеки, небольшие музеи казачьей культуры и творческие коллективы.
- Ежегодно проводятся общегородские конкурсы, фестиваль и спартакиада ТОСов.
- Благодаря деятельности ТОСов обеспечивается результативное сотрудничество с городским центром занятости, в том числе с подростками, направленное на благоустройство и озеленение территорий.
- Представители ТОСов регулярно взаимодействуют с депутатами городской думы по оформлению и реализации наказов для народных избранников.
- Все больше урюпинцев ощущают себя хозяевами своего города, который с каждым годом становится все лучше и красивее.

Участвуй в конкурсах



Столько было выделено частным фондом на строительство детской площадки в Урюпинске.



ВОЗМОЖНОСТЬ

Много ли в малых городах современных детских площадок? В Урюпинске установлено 147 полноценных качественных детских площадок на территориях 37 ТОСов. Это фантастический результат для российского города, население которого составляет 39 тысяч человек. Популярность площадок среди юных урюпинцев лишь подстегивает желание строить еще больше и лучше, но у города не всегда находятся средства на подобную инфраструктуру.

РЕШЕНИЕ

1. Постоянно мониторьте конкурсы и гранты для муниципалитетов, в том числе негосударственные. В 2011 году Урюпинск узнал о конкурсе фонда Натальи Водяновой «Обнаженные сердца».

2. Своевременно примите решение об участии. Для Урюпинска это означало поиск собственных средств для финансирования меньшей части затрат, связанных с потенциальным строительством площадки (1,17 миллиона рублей).

3. Грамотно оформите заявку. Помимо чисто формальных правил, Урюпинск сделал акцент на особенностях столицы российской провинции.

РЕЗУЛЬТАТ

- Победа в конкурсе позволила построить главную, красивую, большую и дорогую детскую площадку в центре Урюпинска у городского парка.
- Этот объект стал популярным местом свадебных фотосессий.
- Поток посетителей городского парка аттракционов увеличился.

Гордись жителями



К 2017 году всего 7 урюпинцев носят звание почетного гражданина города.



ВОЗМОЖНОСТЬ

Почетные граждане для провинциального города — это те, кого знает большинство горожан, те, кто по-настоящему, а не формально являются авторитетными лицами. Они выполняют роль героев своего времени, являясь олицетворением города. Споры относительно присуждения высокого звания часто заканчиваются удлинением списка награждаемых, так как у любого живого города много достойных кандидатур. Решить эту проблему можно с помощью диверсификации городских наград.

РЕШЕНИЕ

1. Учредите собственную систему, отвечающую запросам вашего города. Создайте понятную иерархию наград и правила их присуждения. В Урюпинске иерархия пятиступенчатая: благодарственное письмо — почетная грамота — почетный знак — медаль за заслуги перед городом — звание почетного гражданина.

2. Решите, как часто и в каком количестве стоит присуждать каждую из наград.

Например, максимум двое урюпинцев могут получить звание почетного гражданина каждые пять лет.

3. Разработайте формат наград для школьников, которые вместе с почетными гражданами преимущественно преклонного возраста будут подчеркивать преемственность и гордость не только за прошлое, но и за будущее города.

РЕЗУЛЬТАТ

- Prestиж звания почетного гражданина не утрачивается, а становится еще более значимым.
- Получение статуса почетного гражданина связано с прохождением долгого пути и не может быть результатом конъюнктуры.
- Разные виды и статусность наград позволяют уделять внимание каждому достойному жителю.
- На центральной площади (с. 39) города с почетной доски на вас смотрят представители разных поколений урюпинцев.

Учись активному долголетию

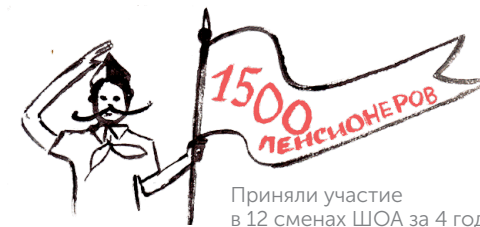


ВОЗМОЖНОСТЬ

Пенсионеры составляют до трети жителей провинциальных городов, а иногда и больше. Это наиболее многочисленная группа населения, о которой обычно вспоминают при обсуждении разного рода проблем или при подготовке к выборам. На самом деле пенсионеры — огромный скрытый социальный ресурс любого российского города. У них много свободного времени, сильное желание быть полезными, часто соединяющееся с уникальными компетенциями, и неудовлетворенная потребность в общении.

РЕШЕНИЕ

1. Создайте Школу общественной активности (ШОА), главной целью которой должно стать продление активного долголетия пенсионеров города.
2. Планируйте не скучные мероприятия в актовом зале администрации, а самый настоящий многодневный лагерь на природе. Важнейшая задача — наладить социальные связи, а не обучить чему-либо отдельно каждого пенсионера.
3. Максимально критично подойдите к отбору участников. В Урюпинске внимание уделяется в первую очередь тем, кто пока активно не вовлечен в общественную деятельность города, в частности в ТОСы (с. 16). Задача —



не собрать самых активных, а превратить пассивного пенсионера в социально активного. Возраст участников — от 55 до 80 лет, каждая последующая смена ШОА формируется только из новых слушателей.

4. Вовлеките в ШОА другие сообщества и гостей города, предлагайте спикерам различные форматы и соответствующие условия: от круглого стола до мультимедийной презентации. Предприниматели, работники различных учреждений, интересные личности с удовольствием отзовутся на вашу инициативу и даже найдут выгоду для себя от участия в ШОА.

ЗАДАЧИ ШКОЛЫ

- Оказать содействие активному участию пенсионеров в жизни города.
- Помочь пенсионерам в реализации социальных инициатив.
- Искоренить одиночество и разобщенность между пожилыми людьми, установить крепкие межпоколенческие связи.
- Сформировать у пенсионеров успешный опыт взаимодействия с современным миром.



ФОРМАТ ПРОВЕДЕНИЯ

1. Стилизация под пионерскую смену: линейки, зарядки, построения, речевки и отрядные песни, костры, наставники и вожатые. Всё по-настоящему.
2. Функции вожатых исполняют молодые урюпинцы-волонтеры; помимо организаторов, на встречах присутствуют фотограф, врач, тренер и полицейский.
3. За трехдневную смену каждый слушатель посещает минимум шесть мастер-классов, на которых обсуждают буквально всё — от бренда города (с. 52) до целебных сил лекарственных трав (с. 30).
4. Ежедневно проходит живое общение с представителями власти и социальных служб, где в непринужденной обстановке обсуждаются вопросы ЖКХ, пенсий, субсидий и прочее.
5. Интеллектуальные занятия чередуются со спортивными и досуговыми. Часы здоровья, творческие лаборатории и, конечно же, вечерний концерт самодельности!

РЕЗУЛЬТАТ

- Снижение количества жалоб, направляемых руководству города, — пенсионеры активнее начинают решать свои проблемы по горизонтальному, а не вертикальному принципу.
- Усиление ТОСов за счет новых активных членов.
- Настоящее межпоколенческое общение: пенсионеры чувствуют себя современными, а молодежь — правильной.



Среднее время ожидания
в очереди к главе.

Пекишь о жителях



ВОЗМОЖНОСТЬ

Масленица — первый весенний общегородской праздник. Хорошо бы отпраздновать его так, чтобы получилось по-настоящему народно, весело и только с приятными воспоминаниями. Лучше всего придумать что-то нестандартное, о чем потом можно будет рассказывать знакомым из других городов. Например, ГорБлинДуму.

РЕШЕНИЕ

1. Глава города берет на себя обязательство по самостоятельной выпечке блинов для жителей на главной площади города и увлекает за собой самых смелых депутатов и сотрудников аппарата Урюпинской городской думы.
2. Тент, столы, плиты и другое необходимое оборудование одалживается у предпринимателей города на один день на безвозмездной основе.
3. На личные средства организаторов заранее подготавливается тесто, начинки, одноразовая посуда, салфетки.

4. Заранее обсуждаются роль и время работы каждого участника: главное — не замерзнуть, быть приветливым и работать быстро. Важный принцип — отсутствие на кухне помощников, только сотрудники администрации и думы.
5. Блины раздаются бесплатно всем, детям — двойная порция начинки! За стихи, песни и частушки пропускают без очереди. Продолжительность акции — 3–5 часов.

РЕЗУЛЬТАТ

- Самый популярный аттракцион на Масленицу среди жителей (около тысячи участников).
- Поднятие корпоративного духа среди депутатов и сотрудников аппарата Урюпинской городской думы (участвуют 15–20 человек).
- Укрепление доверия между жителями и властью.

03.

Двигайся как Урюпинск

Шагай по-скандинавски

Будь на коне

Полюби сноуборд

Используй сугроб

Шагай по-скандинавски



50
ПАЛОК

Столько палок для скандинавской ходьбы было закуплено на средства гранта.



ВОЗМОЖНОСТЬ

Пешие прогулки, приносящие пользу здоровью, — то, что точно проще организовать в малом городе, чем в большом. Однако этого явно недостаточно для мотивации людей, предпочитающих малоподвижный образ жизни. Как сделать прогулки модными и вывести на улицу тех, кто занимается спортом только по телевизору?

РЕШЕНИЕ

1. Выявите ТОС (с. 16), который готов активно принимать участие в региональном конкурсе социальных грантов для НКО.
2. Поищите в интернете свежие идеи для решения тех задач, которые стоят перед ТОСом и соответствуют правилам конкурса. Урюпинцам, например, понравилась идея внедрения практики скандинавской ходьбы.
3. Пока идет конкурсная процедура, попробуйте внедрить новую практику с помощью имеющегося инвентаря.

Попросите на время лыжные палки у школ, летом они все равно лежат без дела. Городам, где снега почти не бывает, могут помочь ближайшие горнолыжные комплексы (с. 26).

4. Распространите информацию о новом виде прогулок с помощью местных СМИ и через ШОА (с. 20). Сразу же, как только получите новый инвентарь, распространите фото- и видеоматериалы о новом явлении.

РЕЗУЛЬТАТ

- У жителей, в том числе и у пенсионеров, появился новый современный и полезный формат досуга.
- Повысилась популярность ТОСов, ставших центрами общественной жизни.
- У города появился новый способ удивлять гостей: в рамках туристической программы «Из столицы в столицу» предлагается пройти экспресс-обучение скандинавской ходьбе с помощью бабушек-инструкторов.

Будь на коне



Летом 2017 года вы сможете заказать поездку в новой карете по Урюпинску.



ВОЗМОЖНОСТЬ

«Я не я, и лошадь не моя» — популярная среди россиян социальная позиция. Действительно, лошади — дело хлопотное, а спортивные и прокатные кони — специфическое занятие для профессионалов. В провинции скорее встретишь рабочую лошадку, чем породистого скакуна. Но если вы влюблены в лошадей и трудолюбивы, у вас все обязательно получится — конноспортивный клуб «Котовский» тому пример.

РЕШЕНИЕ

1. Обнаружьте в себе такую сильную любовь к лошадям, которая не позволяет вам посвятить себя чему-то другому.
2. Найдите подходящее место, например, небольшой казачий город. Скорее всего, в нем вы станете первым человеком, профессионально занимающимся коневодством, а исторические корни выбранного вами места обязательно будут подстегивать интерес горожан к вашему делу.

3. Начав с одной лошади, создавайте по мере роста поголовья необходимую инфраструктуру. Постепенно вы придете к формату конноспортивного клуба.

4. Помните, что для успеха вам потребуются глубокие знания психологии и физиологии лошадей.

РЕЗУЛЬТАТ

- За пять лет клуб обзавелся конюшнями, малым и большим открытыми плацами, закрытым манежем (60 на 20 метров). Вас ждут 15 лошадей и 2 пони.
- Тренировочная секция принимает спортсменов с шести лет. Можно просто покататься на лошадях верхом, а также в санях зимой и на фаэтоне летом. Популярны свадебные фотосессии с принцем на коне. Организуется постой частных лошадей.
- Лошади стали любимцами городских праздников и отличным туристическим аттракционом Урюпинска.
- Клуб создал пять рабочих мест и активно вовлекает волонтеров в свою деятельность. Присоединяйтесь на vk.com/uruphorse

Полюби сноуборд



ВОЗМОЖНОСТЬ

Когда вам говорят: «В нашем городе такое невозможно», — что вы чувствуете? Обиду, разочарование, безысходность? Или же вы знаете, что «невозможное возможно» (с. 9), а сложность решения задачи лишь усиливает счастье от реализации немыслимого? Обычно сноуборд в малом городе появляется благодаря туристам. Если же многочисленных туристов и гор нет, а летом температура доходит до +50° С, то сноуборд в вашем городе может появиться только благодаря большой любви. И вере в собственные силы.

РЕШЕНИЕ

1. Смело заявите о своей фантастической мечте. Помимо критиков у вас обязательно появятся единомышленники.
2. Заручитесь поддержкой администрации и предпринимателей. Немыслимые проекты реализуются не только вопреки, но и во многом благодаря.
3. Возьмите на себя ответственность за судьбу проекта и продолжайте мечтать, несмотря на все трудности.



ИСТОРИЯ СКЛОНА

- **2011** — регистрация инициативной группой из 12 урюпинцев общественной организации «Федерация горнолыжного спорта и сноуборда Волгоградской области».
- **2012** — окончательное решение создать собственный склон в гигантском степном овраге при поддержке администрации и предпринимателей города.
- **2013** — первый запуск склона обошелся в 1,5 млн руб. без учета безвозмездной помощи горожан материалами и трудом.
- **2014** — ценой невероятных усилий протянута высоковольтная линия, установлена подстанция, открыто мини-кафе.
- **2015** — первые официальные соревнования, в которых приняли участие спортсмены из восьми городов, представляющих три региона России. В программе — слалом на сноуборде и лыжах, слоупстайл-сноуборд.
- **2016** — бесснежная зима, ставшая причиной фактического пропуска сезона. Склон работал в «режиме коммунизма», как говорит инициатор проекта Евгений Лемешко. Изначально не предполагалось, что эта затея окажется коммерчески успешной, и во многом благодаря этому проект продолжает реализовываться.
- **2017** — успешное тестирование самодельного ратрака (снегоуплотнительная машина) «Провинция-2017», состоящего из 11 автомобильных покрышек, нанизанных на металлическую конструкцию, передвигаемую внедорожником.

РЕЗУЛЬТАТ

- «Хопёрский снег» — первый горнолыжный комплекс в Волгоградской области и исключительное явление для степных южных городов. Посетите группу в социальной сети: vk.com/snowfed34.
- Длина склона (250 метров) и плавный перепад высот делают «Хопёрский снег» идеальной площадкой для начинающих спортсменов и любителей всех возрастов, а современный звук и свет создают атмосферу праздника.
- Новое качество зимнего отдыха в городе стало доступным, прежде всего, для самих урюпинцев. Это редкий для России пример склона, ориентированного на местных жителей.
- В этом проекте заложен серьезный потенциал в области привлечения туристов в низкий для города сезон. Кроме того, склон стал объектом, который обязательно посещают все СМИ и скептики, не верящие в то, что такое оказалось возможным в Урюпинске.



Используй сугроб



~23 ТРАССЫ
Столько трасс разной степени сложности ждут вас на двух сугробах-горках.



ВОЗМОЖНОСТЬ

Сбор и вывоз снега — затратная статья бюджета, которая во многих городах подвергается сокращению. С одной стороны, со снегом, говорят, красивее, с другой, обильные сугробы ограничивают передвижение горожан. Можно ли использовать собранный снег прямо в городе, сэкономив на его вывозе?

РЕШЕНИЕ

1. Центральная площадь очищается от снега таким образом, чтобы по ее краям сформировалось два сугроба.
2. Собранный из центра города снег свозится туда же — в два сугроба, пока они не станут напоминать Эверест.
3. Если в центре города недостаточно снега, его можно позаимствовать на замерзшем водоеме, а на расчищенном пространстве организовать общественный каток или хоккейную площадку. Да, в Урюпинске действительно ставят хоккейные ворота прямо на озере.

4. После того как гигантские сугробы на центральной площади сформированы, происходит чудо. Прибегают дети с приспособлениями для катания и самостоятельно прокладывают множество трасс на сугробах-горках.

5. Весной после естественного уменьшения сугробов-горок в несколько раз остатки былой роскоши вывозятся небольшой машиной коммунальных служб.

РЕЗУЛЬТАТ

- Снег в центре города убран с меньшими затратами.
- Живая центральная площадь даже в самые сильные морозы. Кстати, летом на ней установлены баскетбольные кольца, рампа и другое оборудование для роллеров, скейтбордистов и велосипедистов.
- Счастливые дети. И родители тоже.

04. Предпри- нимай как Урюпинск

Создавай экопродукты
Доставляй молоко
Заработай на промысле
Продавай онлайн
Рассчитывай на слух
Добывай метал
Клубись

Создавай экопродукты



Столько урюпинцев живут в частном секторе и могут выращивать экопродукты прямо у себя на участке.



ВОЗМОЖНОСТЬ

Близость к природе — ключевое отличие малых городов от больших. Между тем купить экогостинец сегодня можно далеко не в каждом провинциальном городе, а локальный производитель с налаженной федеральной дистрибуцией встречается так же редко, как и профицитный городской бюджет.

РЕШЕНИЕ

1. Развивайте рынки, ярмарки, локальные сети мини-магазинов и киосков. Потребление местных продуктов напрямую зависит от количества точек сбыта и удобства их функционирования.
2. Предложите туристам действительно уникальные товары от природы. На рынках Урюпинска вы можете насладиться общением с профессиональными травниками, собирающими лечебные смеси из степных трав под ваш конкретный запрос.
3. Создавайте пакетированные экопродукты. С 2002 года урюпинская компания «Бородинское» поставляет нерафинированные натуральные масла холодного

отжима (рыжик, расторопша, лен, тыква), муку, порошки и фиточаи из лекарственных трав в аптеки и магазины здорового питания по всей стране.

4. Производите природные снеки массового потребления. Производитель семечки (в Урюпинске это слово употребляется исключительно в единственном числе) «Солнце полей» предлагает найти в пачке не только семечки, но и купон на компьютер, телефон, велосипед и даже автомобиль!

5. Развивайте поставки экосырья. В московском ресторане LavkaLavka можно отведать утиный суп из урюпинской утки и заказать тарелку фермерских сыров с урюпинским медом.

РЕЗУЛЬТАТ

- Развитие малого предпринимательства и поддержка местных традиций.
- Усиление важнейшего преимущества малых городов — экологичности жизни.
- Налаженные продажи локальных товаров в других регионах и туристам — самый действенный способ увеличения денежной массы в малом городе.

Доставляй МОЛОКО



Столько дворов удается объехать молоковозу за один день.



ВОЗМОЖНОСТЬ

Вы держите коров и продаете свежее молоко местному перерабатывающему заводу. За парным молоком к вам приезжает десяток знакомых и еще больше интересуются, где его можно купить. Коров у вас становится больше, надои растут, а полезность пакетированного молока из магазина все чаще ставится под сомнение.

РЕШЕНИЕ

1. Выберите транспортное средство, способное доставлять несколько сотен литров молока. Важно, чтобы небольшой и маневренный транспорт смог заехать в любой двор и проехать по бездорожью. Предприниматель Юрий самостоятельно смонтировал цистерну с краном, благодаря чему продажа молока осуществляется буквально через открытый багажник.

2. Продумывайте маршрут движения так, чтобы за максимально короткий срок объехать как можно больше дворов города. При необходимости за день можно несколько раз «дозаправиться».

3. Протестируйте, каким образом лучше оповещать жителей о приезде теплового молока. Юрий установил на молоковоз динамик, из которого звучат казачьи песни, а сама цистерна с молоком оформлена патриотическими плакатами с информацией о пользе молока.

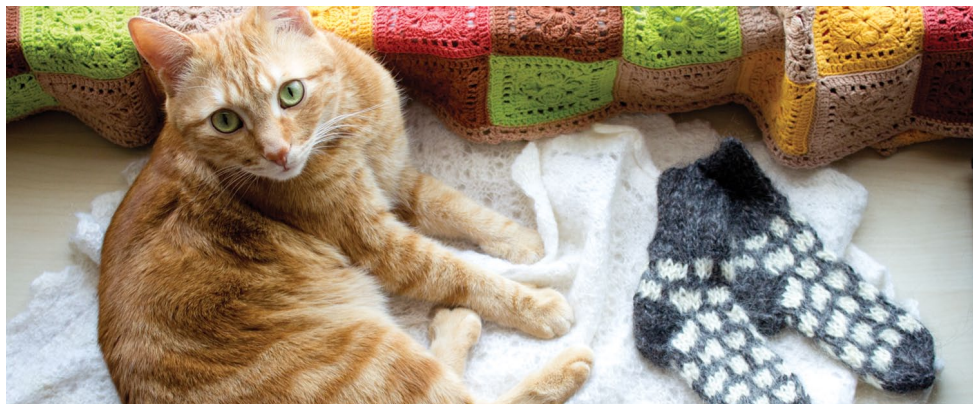
РЕЗУЛЬТАТ

- Каждую неделю жители города покупают свежее молоко по привлекательной цене прямо у своего дома.
- Предприниматель получает новый стабильный канал реализации товара.
- Сохраняются казачьи традиции Урюпинска.

Заработай на промысле



Столько стоит длинное пальто из козьего пуха на сайте uzori.ru



ВОЗМОЖНОСТЬ

Сохранение народных промыслов сегодня невозможно без хорошей организации продаж. Рынки, ярмарки и сарафанное радио — действенные каналы реализации промысловых изделий, однако они не покрывают имеющийся спрос и часто находятся в теневом секторе экономики. Современный путь поддержки — организация легального бизнеса с ориентацией на сохранение местных промысловых традиций.

РЕШЕНИЕ

1. Если вы решитесь посвятить свою профессиональную жизнь народным промыслам, будьте готовы к тому, что они, в отличие от некоторых других видов бизнеса, требуют максимального погружения.
2. Получите поддержку города, региона и федеральных структур по программам развития народных художественных промыслов и малого предпринимательства.

3. Станьте агентом продвижения города, активно участвуйте в общегородских событиях и дружите со СМИ (с. 54). ООО «Узоры» в Урюпинске, например, при необходимости оперативно организует шоу «Козье дефиле».

4. Ищите варианты дистрибуции в крупных городах — как на выставках, так и в розничных магазинах. Развивайте интернет-продажи.

РЕЗУЛЬТАТ

- Поддержка исторического пухового промысла в современном формате.
- Легальный бизнес: рабочие места, налоги и удобство для работы с юридическими лицами, в том числе с администрацией города (расходы на подарки).
- Взаимное продвижение ООО «Узоры» и бренда Урюпинска.

Продавай онлайн

321 отзыв ★ 99%

Результат Елены, урюпинской пуховой мастерицы, открывшей свой магазин на livemaster.ru/2014e



ВОЗМОЖНОСТЬ

В вашем городе обязательно найдется не один десяток мастеров и рукодельниц. Обычно их продукция реализуется на ярмарке в День города, на выставках-продажах в ДК и библиотеке и изредка через заказы от города и предпринимателей для представительских нужд. Часто эти каналы продаж не обеспечивают серьезного и постоянного дохода. Выход — поиск внешних покупателей.

РЕШЕНИЕ

1. Создайте интернет-магазин на одном из сайтов для мастеров. Наиболее известный — livemaster.ru, где столицу российской провинции представляют 45 мастеров.
2. Воспользуйтесь всеми рекомендованными способами продвижения своего магазина, постарайтесь разместить информацию о нем на ресурсах, посвященных вашему городу.

3. Подумайте, где еще в вашем городе можно продавать изделия. Разработайте предложение по реализации вашей продукции в гостиницах, кафе и сувенирных магазинах.

РЕЗУЛЬТАТ

- Интернет — основной канал продаж для ряда мастериц, для других — дополнительный заработок.
- Фактор «сделано в Урюпинске» помогает обеспечивать продажи в сильной конкурентной среде мастеров, особенно пуховых изделий.
- Каждая продажа уникального товара продвигает Урюпинск. В последнее время мастера начали активно использовать сувенирную бренд-продукцию для украшения заказов.
- Часть заказов через интернет приходит к мастерам из самого Урюпинска.

Рассчитывай на слух

urupfm.ru

Урюпинск можно послушать
онлайн в любой точке мира.



ВОЗМОЖНОСТЬ

Говорят, основной канал распространения информации в малом городе — это слухи. А еще местная газета, телевидение и, конечно же, группа в социальной сети «ВКонтакте» «Типичный...». Часто забывают упомянуть канал, также напрямую связанный со слухом. Это радио, появившееся раньше многих СМИ и, похоже, обретающее в настоящее время вторую молодость.

РЕШЕНИЕ

1. Все начинается с большого желания делать что-то новое на общегородском уровне. Создать местное радио во многом легче, чем запускать проект нового телеканала или газеты.
2. Изучите работу коллег в областном центре и других малых городах, участвуйте в фестивале «Моя провинция», смотрите вебинары. Создать ретранслятор сетевой станции можно буквально с нуля, без специальной подготовки. Но чтобы стать лидером с собственным эфиром, необходимо постоянно учиться. Кстати, местное радио в малом городе всегда популярнее сетевой станции.

3. Доведите долю местного немusыкального эфира до 10%. Да, в основном горожане включают радио ради музыки, но уникальность вашего эфира будет напрямую связана с собственными программами.

РЕЗУЛЬТАТ

- В Урюпинске работают шесть радиостанций: две осуществляют местное вещание, четыре работают в режиме ретрансляции с местной рекламой.
- Все радиостанции частные, зарабатывают в конкурентной борьбе благодаря предоставлению эфирного времени под рекламу.
- Помимо рекламных блоков, радиостанции предлагают предпринимателям выступать в роли спонсоров рубрик/проектов, участвовать в эфире и совместно разрабатывать игры и промопрограммы.
- Радио — востребованное конкурентоспособное СМИ, городской лидер в сегменте коммерческой рекламы.

Добывай металл



SECOND TO SUN

15 550 человек подписано
на англоязычный аккаунт группы:
fb.com/secondtosun



ВОЗМОЖНОСТЬ

В малом городе нет достаточного количества различных сообществ, денег и мест для самореализации? Сегодня благодаря интернету во многих сферах этот тезис ставится под сомнение. Многие ли в Урюпинске любителей инструментального метала? Нет, примерно один человек на 39 тысяч жителей. Мешает ли этому единственному любителю метала создавать прямо в столице провинции конкурентоспособный продукт и находить свою аудиторию по всему миру? Тоже нет.

РЕШЕНИЕ

1. Выпускник Урюпинского университета (с. 48) Владимир Лехтинен, коренной урюпинец с финской фамилией, лидер группы Second to Sun, использует краудфандинг (с. 60) для сбора средств на выпуск полноценного альбома. Основные средства приходят от жителей крупных финно-угорских регионов: Карелия, Санкт-Петербург, Удмуртия и т. д.
2. Запись треков происходит в Урюпинске с помощью звукокарты, купленной на деньги, собранные благодаря

краудфандингу. Дизайном обложки занимается поклонники группы из столицы Белоруссии.

3. Альбом выкладывается на различных музыкальных онлайн-сервисах и демонстрирует отличные результаты. Например, в Google Play в категории «Метал» он несколько недель держится на первой строке! На Россию приходится лишь 50% скачиваний, остальное — почитатели из США, Шотландии, Ирландии, Канады, Эстонии и других стран.

РЕЗУЛЬТАТ

- Музыкант занимается любимым делом в своем родном городе, не испытывая острой потребности к переезду.
- Группа активно дает уроки в скайпе и выпускает тиражи CD.
- Благодаря одному жителю растет известность города в России и даже за ее пределами.

Клубись



В клубе может уместиться каждый сотый урюпинец старше школьного возраста.



ВОЗМОЖНОСТЬ

«Мало мест для досуга» — так, скорее всего, звучит главная претензия молодежи к вашему городу. Действительно, по сравнению с Москвой в малом городе выбор невелик, при этом спрос на развлечения есть всегда. Поэтому все дело в подходе, а не в востребованности.

РЕШЕНИЕ

1. Спросите себя: является ли собственный клуб вашей заветной мечтой? Создание клуба без доли авантюризма, увлеченности и даже фанатизма — путь в никуда.
2. Забудьте о конкуренции. Альтернативы серьезному клубу в малом городе не будет.
3. Сделайте ставку на удачное расположение. Большинство успешных клубов находятся в центре. Урюпинский «Зевс» — в двух шагах от улицы Ленина в полуподвальном помещении, что частично решает проблему звукоизоляции.
4. Минимизируйте вложения. Смело приобретайте подержанное оборудование, сделайте то, что можете, своими руками.

Большой пенный аппарат для «Зевса», например, смастерили в гараже, потратив на его изготовление не более 10 тысяч рублей.

5. Попробуйте быть для малого города всем: ночью — клубом, утром — площадкой для детских праздников с аниматорами, днем — заведением, где предлагают бизнес-ланч, услуги по доставке еды и кейтерингу, вечером — местом для проведения корпоративов, банкетов и даже поминок.

РЕЗУЛЬТАТ

- Урюпинцы удивляются, что существуют города, где нет тематических вечеринок, выступлений модных диджеев и коктейльного меню из 30 позиций.
- Аудитория клуба, приносящая основной доход, находится в возрасте 25–40 лет, а молодежь (18–24 года) задает ритм.
- Самая большая в городе площадка для проведения праздничных мероприятий и обслуживания туристических групп.

05. Гуляй как Урюпинск

Фонтанируй

Выступи за сцену

Организуй променады

Оживи мемориал

Верни аттракционы

Поставь памятник



Время начала ежедневного светомузыкального представления в теплое время года.

Фонтанируй



ВОЗМОЖНОСТЬ

Продажа земли под строительство торговых площадей в центре города — одна из главных возможностей муниципалитета существенно пополнить бюджет за счет собственных ресурсов. С другой стороны, при любом коммерческом строительстве в центре неминуемо возникает острая дискуссия вокруг облика города и необходимости сохранения общественных пространств. «Как же так: мы настроили столько уродливых торговых коробок и уже 30 лет не можем починить неработающий фонтан?» — так негодуют жители многих городов.

РЕШЕНИЕ

1. Проведите открытый, шумный, а главное — честный конкурс на продажу, а лучше (как это сделал Урюпинск) оформите долгосрочную аренду земли.
2. Сделайте жесткими требования к качеству и внешнему виду торгового комплекса с учетом архитектурных особенностей окружающей среды.

3. Возьмите на себя обязательства по благоустройству прилегающей к торговому центру территории за счет вырученных средств.
4. Получите сверхдоход в результате аукциона (50 миллионов рублей вместо 18 запланированных) и оперативно решите, на что потратить излишки бюджетных средств. Например, постройте фонтан за 18 миллионов рублей.

РЕЗУЛЬТАТ

- Новое сверхпопулярное общественное пространство для всех урюпинцев.
- Создание потока покупателей еще до открытия нового торгового центра.
- Повышение доверия к власти, принявшей рискованное с политической точки зрения решение.
- Укрепление концепции «невозможное возможно» — создание на месте, где еще недавно была тюрьма, фонтана, который не могут позволить себе многие крупные города.

Выступи за сцену

1 729 900 ₪

Во столько обошлась бюджету Урюпинска новая многофункциональная городская сцена.



ВОЗМОЖНОСТЬ

День города, Новый год, День Победы, фестивали и концерты на открытом воздухе. У всех этих мероприятий есть одно общее — сцена в центре города. Чаще всего это прямоугольная площадка без крыши, находящаяся на высоте двух метров, небольшой амфитеатр, временная сборно-разборная конструкция или вовсе скромная площадка — элемент памятника Ленину. Разговоры о необходимости строительства новой сцены можно услышать каждый год, но они быстро затухают под фанфары магического «Вы представляете, сколько это будет стоить?» Урюпинск представляет.

РЕШЕНИЕ

1. Признайте вопрос о создании новой сцены актуальным, приоритетным, а главное — решаемым.
2. Изучите возможности местных производителей, в том числе в соседних городах. При необходимости задействуйте ресурс знаний выходцев из города. Столица провинции нашла подрядчика

в лице Урюпинского кранового завода, для которого сцена стала первым подобным проектом.

3. Разработайте необходимую документацию по размещению сцены и ее технические характеристики, согласуйте смету.
4. Примите сцену в эксплуатацию и договоритесь о ее регулярном обслуживании.

РЕЗУЛЬТАТ

- Красивая и большая сцена, благодаря которой стало приятно и удобно смотреть представления.
- Сцена широкая и удобная для входа, выхода и выступления коллективов.
- Появилась возможность установки тяжелого светомузыкального оборудования и брендинга сцены.
- У города теперь есть круглогодичная крытая металлическая сцена, которой не страшны природные катаклизмы и которая готова к проведению любых мероприятий ежедневно и круглосуточно.

Организуй променады



ВОЗМОЖНОСТЬ

Центр города — участок активного движения как автомобилей, так и пешеходов. Обычно к вечеру интенсивность движения и тех, и других снижается. Некоторые автомобилисты были бы рады вечерком перейти в категорию пешеходов, но отчего-то пока в городе не принято устраивать вечерние променады, да и непонятно где. Придешь домой после работы, включишь телевизор, там расскажут о пользе активного образа жизни и свежего воздуха, процитировав слова Ленина о необходимости проходить 10 000 шагов ежедневно. Стыдно станет, хоть иди прямо сейчас гулять по улице Ленина.

РЕШЕНИЕ

1. Оцените возможность организации пешеходной зоны на центральной улице в вечерние часы, разработайте альтернативные пути объезда и варианты перекрытия подъездов к улице.
2. Проведите дискуссию с жителями домов на центральной улице, достигните компромиссного решения о проведении временного эксперимента.
3. Установите шлагбаумы на всех въездах в пешеходную зону (в Урюпинске их понадобилось 5), улучшите альтернативные подъезды во двory домов.

674 м



Длина перекрываемой части улицы Ленина.

4. Выберите режим и сезонность прекращения автомобильного движения. В Урюпинске улица Ленина перекрывается каждый вечер с 20:00 до 06:00 с 1 мая по 1 сентября, можно сказать, каждый третий вечер и ночь в году.

5. Назначьте ответственных за перекрытие улицы, собирайте информацию о реакции жителей на нововведение.

БОЛЬШОЙ ПРОМЕНАД

Пешеходная улица Ленина, на которой мирно соседствуют роллеры, мамочки с колясками, пенсионеры, велосипедисты и молодежные компании, — это главное связующее звено большого урюпинского вечернего променада. Двухкилометровый путь начинается от светомузыкального фонтана (с. 38), через несколько сот метров коза-кормилица (с. 44) провожает вас в сторону парка аттракционов (с. 43), откуда вы направляетесь в сквер Павших Борцов (с. 42), далее — на площадь Ленина с удивительным канделябром и казачьей



аркой (с. 47), откуда вы вновь попадаете на перекрытую улицу с магазинами и кафе. Важно, что весь путь удобен как для пешеходов, так и для велосипедов, роликов, досок и, конечно, колясок.

РЕЗУЛЬТАТ

- Появление моды на вечерние общегородские прогулки.
- Снижение шума, вредных выбросов и количества автомобилей в центре города.
- Уникальная возможность легально проходить и проезжать на красный свет. Светофоры на перекрытой улице продолжают работать.
- Необходимость остаться на ночь в Урюпинске, если вы забыли забрать машину с променада до 20:00. Шутка! В крайнем случае забывчивые туристы все-таки смогут выехать с перекрытой улицы.



Оживи мемориал



Каждый двадцатый урюпинец участвует в акции «Бессмертный полк».



ВОЗМОЖНОСТЬ

В каждом городе есть места, связанные с Великой Отечественной войной. Чаще всего это небольшой сквер с Вечным огнем и плитами, на которых начертаны фамилии героев. Время от времени сквер приходится защищать от вандалов, а перед Днем Победы приводить в порядок. Что можно сделать, чтобы это историческое место стало по-настоящему общественным пространством?

РЕШЕНИЕ

1. Ключевой задачей реконструкции сквера признайте не только сохранение памяти о героях, но и создание пространства, удобного для прогулок, в том числе и с маленькими детьми. Увеличьте число скамеек и урн, улучшите освещение.

2. Постарайтесь найти средства для реализации проекта из внебюджетных источников. Урюпинск получил спонсорские деньги от региональной торговой сети, планирующей развивать бизнес в городе.

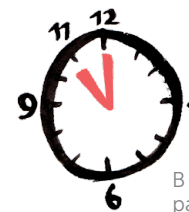
3. Привнесите новое не только в сфере инфраструктуры, но и в плане смыслов. В 2016 году в Урюпинске открылась стена памяти с фотоизображениями героев войны, которая оживляет и персонализирует общую победу. Годом ранее в сквере появилась современная ламповая скульптура «Три звезды». С одной стороны, это отсылка к визуальному образу Победы, с другой стороны, интерпретация различных значений слова «звезда».

Скульптура пользуется особой популярностью среди юных горожан, у которых появилась возможность буквально оказаться среди звезд.

РЕЗУЛЬТАТ

- Сквер Павших Борцов превратился в общественное пространство, где вместе гуляют урюпинцы всех возрастов.
- Внимание горожан к землякам-героям повысилось.
- В туристическом маршруте появилась новая точка, особенно приятная для посещения в вечернее время.

Верни аттракционы



В выходные дни аттракционы работают до 23:00.



ВОЗМОЖНОСТЬ

Раньше колесо обозрения как главный элемент солидного набора аттракционов парка можно было встретить в любом городе России. В настоящее время несколько частных мобильных аттракционов, работающих только в пик сезона, — это зачастую максимум, на который можно рассчитывать в провинции. Между тем спрос на аттракционы не меняется, и воссоздание парка культуры и отдыха более чем оправданно в современных экономических реалиях.

РЕШЕНИЕ

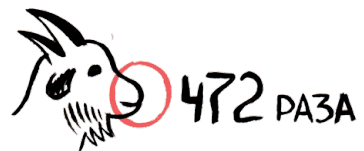
1. Признайте парк с аттракционами важным и необходимым благом для города, который осознанно развивает общественные пространства.

2. Изучите опыт создания парков в других городах, оптимизируйте смету под ваши условия, выделите бюджетные средства и купите необходимое оборудование. Урюпинск в 2008 году приобрел шесть аттракционов на сумму 6,5 млн руб.

3. Закрепите всю инфраструктуру и права на управление парком за муниципальным учреждением, мотивируйте его самостоятельно зарабатывать средства на дальнейшее развитие.

РЕЗУЛЬТАТ

- Сегодня в прибыльном муниципальном урюпинском парке работают 14 аттракционов, проводятся общегородские мероприятия, назначаются свидания и прогуливаются бабушки с дедушками.
- С 2012 года на территории парка работает большой детский игровой комплекс «Фрегат» (с. 18) с конструкциями, доступными и для детей с ограниченными возможностями.
- Парк зарабатывает не только на продаже входных билетов, но и на получении арендной платы от кафе и киосков, а также посредством предоставления рекламных площадей на своей территории.



Столько в среднем успевают потерять нос козе-кормилице урюпинцев до поступления в первый класс.

Поставь памятник



ВОЗМОЖНОСТЬ

Установка памятника — относительно недорогой способ создания новой достопримечательности города. На ее популярность влияет место установки, качество исполнения, связь с историей и характером города и, конечно, уникальность. Если к этим факторам добавить легенду и интерактивную традицию, то можно создать действительно выдающийся элемент жизни целого города.

РЕШЕНИЕ

1. Поймите, зачем городу памятник. В начале 2000-х Урюпинск решил на создание памятника козе по двум причинам. Во-первых, пуховый промысел (**с. 32**) в буквальном смысле спас город в тяжелые 90-е (отсюда — понятие «кормилица»). Во-вторых, город хотел развивать туризм, и коза представлялась отличным магнитом для привлечения внимания.

2. Наделите памятник дополнительным смыслом. Не просто коза, а коза с козленочком. Это подчеркивает образ кормилицы и символизирует приоритет семейных ценностей в малом городе.

Предусмотрите интерактив. На памятник можно легко забраться, а главное — все знают, что мечты сбываются не только у сотрудников газового монополиста, но и у всех, кто потрет носик урюпинской козе.

РЕЗУЛЬТАТ

- «Потереть носик козе» — прогулочная традиция, любимая как жителями, так и гостями города.
- Фото с козой-кормилицей — обязательный аттракцион для каждого туриста.
- Памятник — один из ключевых видов Урюпинска, тиражируемых в СМИ, книгах и на сувенирах города, который полностью отвечает задачам продвижения столицы российской провинции.

06.

Мечтай как Урюпинск

Бросай все — уезжай в Урюпинск

Возроди утраченное

Открой вуз

Удиви Берлин



Прошло от первого знакомства с Урюпинском до переезда семьи Дубейковских из Москвы.

Бросай все — уезжай в Урюпинск



ВОЗМОЖНОСТЬ

В России 1 113 городов, из них 944 — с населением до 100 тысяч человек. 75 миллионов россиян живут в больших городах и даже не думают о возможности переезда в малый город. Между тем миллионы людей могут выбирать, где им жить, потому что им не нужно учитывать требования работодателя. Это самозанятые граждане, вахтовики, активные пенсионеры и, конечно же, богатые наследники. Они могут улучшить экономическую, демографическую, а главное, общественную жизнь вашего города. Но почему они переедут именно к вам?

РЕШЕНИЕ

1. Фиксируйте гордость жителей за свой город. Именно от их реакции зависит эмоциональный фон переезда: от «да чего они тут забыли?» до «правильно сделали, молодцы!»

2. Как город старайтесь быть максимально интересным и разговорчивым. Основная причина появления новых жителей лежит не в области экономики. Мотивирующим фактором может стать экология, уклад жизни, имидж и даже архитектура города.

3. Реализуйте программу по привлечению новых жителей, прежде всего, по информированию целевой аудитории о возможности переезда как такового.

РЕЗУЛЬТАТ

- Новые жители, благодаря ранее накопленным социальным контактам, генерируют туристический поток и способствуют росту известности города, а также почти неминуемо становятся его адвокатами и часто социально активными горожанами.
- Семья из трех человек, получающая основной доход за пределами города, за пять лет жизни привносит в Урюпинск сумму, эквивалентную доходу от пяти тысяч туристов.



93 урюпинца внесли свою лепту в воссоздание арки.

Возроди утраченное



ВОЗМОЖНОСТЬ

У каждого города России, существующего не одно десятилетие, есть утраченные ценности — материальные и нематериальные. Культовые сооружения, народные промыслы или рецепты местной кухни — всегда находятся те, кто мечтают о возрождении городского наследия. Чтобы превратить мечту в реальность, необходимо ответить на два главных вопроса: кто и как?

РЕШЕНИЕ

- 1.** Городское казачье общество «Станица Урюпинская» решает воссоздать арку — христианскую символическую постройку, бывшую в начале XX века визитной карточкой Урюпинска, и берет на себя обязательства по реализации данного проекта.
- 2.** Арка устанавливается в честь явления Урюпинской Чудотворной иконы Божьей Матери. Разрабатывается архитектурное решение, напоминающее арку в честь коронации Их Императорских Величеств, которая была разрушена в ходе Гражданской войны.

3. Помимо выделения денег из фонда инициативной группы, объявляется сбор средств среди горожан. Информация об этом проекте максимально широко освещается в СМИ. Кроме того, проводится работа по оптимизации сметы.

РЕЗУЛЬТАТ

- 8 июля 2013 года в День семьи, любви и верности состоялось торжественное открытие и освящение арки.
- Арка стала одним из популярных мест для проведения общегородских торжеств, ее посещают все туристы и молодожены. Даже на упаковке местных конфет вы можете найти новый символ города.
- Двухкилометровая абсолютно прямая Советская улица получила прекрасное завершение: арка еще издали встречает всех гостей, въезжающих в Урюпинск с запада. Название улицы, как и памятник В.И. Ленину, стоящий в 70 метрах от арки, — лучшая иллюстрация правила «Сохраняй приобретенное (с. 14) — возрождай утраченное».

Открой вуз



ВОЗМОЖНОСТЬ

Собственный вуз в малом городе — это, наверное, шутка? Нет, напротив. Это возможность, которую почему-то редко рассматривают как реальную. Пока одни горюют над оттоком молодежи и отсутствием качественного досуга, другие мечтают о кафедрах, спортплощадках и настоящем студенческом КВН. Кстати, чем дальше малый город от областного центра, тем легче воплотить мечты о вузе в жизнь!

РЕШЕНИЕ

1. Соберите вокруг себя инициативную группу, задачей которой станет не «поднятие вопроса о необходимости», а фактическое открытие вуза в вашем городе.

2. Заручитесь деятельной поддержкой инициативы в администрации и среди общественности города. Для малого города открытие вуза — это один из наиболее важных из всех возможных проектов.

3. Определите оптимальное место для размещения будущего учебного заведения. Скорее всего, средств на строительство новых зданий у вас не будет, поэтому приготовьтесь к кропотливой работе с лоббистами, документами и контролирующими органами.

4. После открытия вуза непрерывно продолжайте его развитие. Он должен стать окупаемым, постоянно повышать свое место в различных рейтингах и обязательно быть открытым миру.



Большинство практик, описанных в данной книге, были реализованы при участии выпускников Урюпинского университета.

ИСТОРИЯ ВУЗА

- **1992** — в горисполкоме Урюпинска всерьез прозвучала идея об открытии высшего учебного заведения. Ответственной за проект была назначена Тамара Георгиевна Горнякова, которая на протяжении многих лет как общественный активист заявляла о необходимости такого шага.
- **1994** — открытие учебно-консультационного пункта Волгоградского государственного университета. Регион выделил 375 м² на территории школы-интерната, а администрация Урюпинска изыскала средства на скромный ремонт и простую инфраструктуру для занятий. Первый набор студентов — 100 человек.
- **2000** — первый выпуск по заочной программе. На базе реконструированного здания детского сада введен в эксплуатацию новый корпус для 1 и 2 курсов дневного отделения. Несмотря на это, площадей для учебы катастрофически не хватало.
- **2001** — ценой серьезнейших лоббистских усилий на высоком уровне удалось перевести полуразрушенные казармы с баланса министерства обороны на баланс министерства образования с последующей передачей в пользование Волгоградскому государственному университету.
- **2002** — из федерального бюджета выделено 120 миллионов рублей на создание инфраструктуры для нового кампуса.
- **2003** — ввод в эксплуатацию учебно-административного здания площадью 5 047 м² на территории бывшего военного городка № 19. Муниципалитет освобождает кампус от уплаты земельного налога и ежегодно выделяет целевые расходы на оплату образования для 15-20 урюпинцев из малообеспеченных семей с обязательством последующей работы в государственных учреждениях.
- **2004–2014** — вуз превращается в настоящий студенческий городок с развитой инфраструктурой.
 - Более 1 200 обучающихся, до 300 получают образование заочно.
 - 220 преподавателей, из них 45 — урюпинские специалисты.
 - Общежитие на 110 мест, 25 квартир для преподавателей и сотрудников.
 - Зал на 150 мест, где проводятся конференции под эгидой Российской академии наук. В вузе имеется лаборатория криминалистического центра.
 - Теннисный корт, тренажерный зал с боксерским рингом, большая столовая.
 - Несколько команд КВН и популярная студенческая рок-группа «Паника».
- **2015** — закрытие филиала в связи с оптимизационными процессами ВолГУ.
- **2016** — возобновление работы вуза признано важнейшей городской задачей. За год найден новый партнер из Москвы, начата подготовительная работа.
- **2017** — открытие нового вуза на старом месте с накопленным опытом и новыми идеями.

РЕЗУЛЬТАТ

- Многократное увеличение доли населения с высшим образованием.
- Приток молодежи: до 30% учащихся родом не из Урюпинска.
- Вуз — разработчик социально-экономической стратегии Урюпинска, лидер среди городских организаций по получению грантов и участию в федеральных программах, кроме того, это один из крупнейших работодателей.



62 экземпляра «Урюпинской Правды» использовано в рамках мастер-класса по сбору кулечков для семечек.

Удиви Берлин



ВОЗМОЖНОСТЬ

Выставка, представляющая ваш провинциальный город в региональном центре, — это событие. Засветиться в Москве — успех. Однако в мире только официально насчитывается 195 стран, большинство жителей которых о вашем городе даже не слышали. Не пора ли исправить это недоразумение? Чем Париж, Нью-Йорк и Мельбурн хуже вашего регионального центра?

РЕШЕНИЕ

1. Вы находите или вас находят контакт в Берлине, который готов помочь организовать выставку просто потому, что любит ваш город.
2. Вы находите или вас находит фотограф, которому интересно сделать фотопроjekt с последующим экспонированием в Берлине.
3. Подумайте, чем еще можно удивить берлинскую публику, помимо фотографий. Урюпинск решил представить в центре Берлина лоток со своими локальными товарами, а также привезти в качестве экспонатов современного искусства то, что в России обычно называют

«ЖКХ-арт», — лебедей из шин и ананасы из бутылок.

4. Решите вопрос с логистикой с помощью спонсоров или благодаря привлечению собственных средств (скорее всего, в бюджете города не заложены затраты на выставку в Берлине).

5. Создайте и распространите пресс- и пост-релизы для максимального медиаэффекта.

РЕЗУЛЬТАТ

- Осознание того, чем ваш город может быть интересен за рубежом.
- Налаживание деловых и побратимских связей — Урюпинск познакомился с городом Neuchâtel (Нойрюппин).
- Повышение интереса российских СМИ к вашему городу.
- Успешная продажа привезенных урюпинских товаров.
- Понимание того, как организовывать дни Урюпинска (с. 64) в российских городах и за рубежом.

07.

Продвигай как Урюпинск

Создай бренд

Сотрудничай со СМИ

Заручись поддержкой экспертов

Управляй брендом

Лоббируй свои интересы

Привлекай события

Используй краудфандинг

Создай бренд



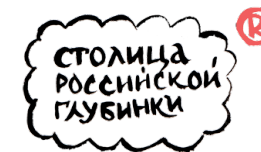
ВОЗМОЖНОСТЬ

Наличие известности (количества людей, которым вы известны) и имиджа (ассоциации с вашим городом) еще не говорит о том, что у вашего города есть бренд как некая собирательная идея/образ. В 2000 году (с. 8) Урюпинск впервые назвал себя «столицей российской провинции», со временем идея прижилась и стала объединять жителей. В 2012 году город получил официальный товарный знак. В 2013–2014 годах были привлечены специалисты для разработки платформы и визуального стиля бренда.

С 2015 года у Урюпинска появился бренд-менеджер (с. 56). Конечно, Урюпинску исторически в чем-то повезло, но ваш город может разработать бренд намного быстрее Урюпинска, и, скорее всего, у вас получится не обращать внимания на сложившийся имидж.

РЕШЕНИЕ

В бренд-коммуникации Урюпинск отталкивается от собственного понимания себя как провинции, при этом стараясь максимально эффективно использовать сложившиеся стереотипы при работе с тремя аудиториями бренда.



Товарный знак, принадлежащий Урюпинску на всякий случай.

1. ЖИТЕЛИ.

Урюпинск — лучший город провинции. «Столица провинции» воспринимается большинством как звание, которое город получил за свои заслуги.

2. РОССИЙСКАЯ ПРОВИНЦИЯ.

Урюпинск как столица — пример для небольших городов страны в самых разных областях. Урюпинск целенаправленно делится своим успешным опытом, открыт как площадка для экспериментов и осознанно продвигает всю российскую провинцию, являясь ее центром.

3. ЖИТЕЛИ БОЛЬШИХ ГОРОДОВ.

Урюпинск — олицетворение российской провинции в лучших ее проявлениях. Крылатая фраза «Кто не бывал в Урюпинске, тот не знает России» встречает гостей при въезде в город.

Урюпинск — это отличный шанс почувствовать, чем живут 85% городов России, называемых провинцией.

«Российская провинция» как абстрактное понятие является собирательным образом тех ценностей, которые присущи бренду. Бренд Урюпинска — комплексный, не привязанный к одному персонажу или явлению — основан на шести основных ценностях.

РЕЗУЛЬТАТ

- 100% — известность бренда среди урюпинцев.
- 91% — лояльность урюпинцев к бренду.
- Полноценное использование сочетания «столица российской провинции» как синонима Урюпинска.

| ЦЕННОСТЬ | ОПИСАНИЕ | АТРИБУТ |
|--------------------|---|---------------------|
| ЭКОЛОГИЧНОСТЬ | Не просто критерий качественной жизни, а исконная характеристика Урюпинска | Хопёр — отец родной |
| МАСТЕРОВИТОСТЬ | Урюпинцы славятся умением создавать что-либо своими руками | Коза-кормилица |
| ТРАДИЦИОННОСТЬ | Традиции — это опора, стержень жизни. При этом Урюпинск отказывается от излишнего консерватизма и открыт к инновациям | Казачество |
| ДУХОВНОСТЬ | Не только религиозное понятие, но и в целом идейность жизни. Включает патриотизм, искусство и просвещение | Урюпинская икона |
| САМО-СТОЯТЕЛЬНОСТЬ | Лучше принять решение, чем ничего не предпринимать. В Урюпинске каждый может добиться успеха | «Судьба человека» |
| ЮМОР | Урюпинск не комплексует по поводу своей анекдотичности, наоборот, воспринимает юмор как благо | Анекдот |



Средняя плата за создание публикации или репортажа об Урюпинске.

Сотрудничай со СМИ



ВОЗМОЖНОСТЬ

Знаете, почему газеты пишут, а телевидение снимает репортажи о вашем городе? Имеются в виду живые и искренние материалы, а не те, что оплачиваются из бюджета в целях продвижения отдельных политиков и проектов. Потому что вы интересны, вы создаете информационные поводы и вы отличаетесь чем-то от всех остальных городов. А еще потому, что вы умеете сотрудничать со СМИ.

РЕШЕНИЕ

1. Радуйтесь и используйте любую возможность засветиться в СМИ. Уважайте и цените журналистов, и они ответят вам взаимностью.
2. Держите наготове (а лучше — разместите на сайте) небольшой пакет общей информации о городе, ссылки на предыдущие публикации, список актуальных информационных поводов и живые контакты (например, Инна Кузина, бренд-менеджер Урюпинска, тел. +7 (937) 102-60-62).

3. Определите человека, ответственного за коммуникацию со СМИ. Выделите ему небольшой бюджет на прием СМИ в городе.
4. Ведите учет упоминаний вашего города в СМИ с помощью поисковых систем, давайте отзывы журналистам и продвигайте публикации о городе в соцсетях.
5. И самое главное: перестаньте вариться лишь в собственном соку — станьте интересными окружающему миру!

РЕЗУЛЬТАТ

- С начала XXI века на федеральных каналах вышло более 100 передач и телерепортажей об Урюпинске.
- Лишь за 2014–2015 годы в федеральных газетах были опубликованы материалы об Урюпинске общим тиражом более 10 миллионов экземпляров.
- Каждый материал об Урюпинске, размещенный в соцсетях, порождает множество шуток в комментариях и продлевает жизнь мемов про Урюпинск, в том числе и «Брошу всё — уеду в Урюпинск».

Заручись поддержкой экспертов



Один из главных мотивов участников CityBrandingForum.



ВОЗМОЖНОСТЬ

Мнение урбанистов, культурологов, брендологов, экономических географов и других специалистов очень важно для продвижения вашего города. От них во многом зависит то, как о вашем городе будут писать в учебниках, статьях и энциклопедиях, будут ли его приводить в качестве позитивного примера и будут ли вообще о нем говорить.

Интерес экспертов рано или поздно приходит как результат определенных успехов города, однако его можно и предвосхитить.

РЕШЕНИЕ

1. Рассказывайте о себе на любых мероприятиях. Урюпинск старается быть не просто участником, а спикером на различных форумах. Трансляцию своего опыта он ценит не меньше, чем изучение разработок других городов.

2. Проводите профессиональные мероприятия в городе. CityBrandingForum, организованный в Урюпинске в 2015 году, впервые собрал на одной площадке наиболее заметных практиков и теоретиков территориального брендинга в России. Успех мероприятия сформировал в головах важнейших экспертов имидж Урюпинска как одного из наиболее прогрессивных городов-брендов.

3. Превратите ваш опыт в продукт для исследователей. Подготовьте интересные материалы о городе (например, сборник практических примеров, как это издание) и распространяйте их среди исследователей, начиная со студентов, так как они — будущие эксперты.

РЕЗУЛЬТАТ

- Эксперты продвигают Урюпинск.
- Эксперты делятся с Урюпинском идеями и советами.
- Урюпинск расширяет контакты для реализации новых проектов.

Управляй брендом



ВОЗМОЖНОСТЬ

Бренд города создается и управляется осознанно, этим он, например, отличается от сложившегося имиджа. Сам по себе разработанный бренд никакой пользы городу не принесет, если его не использовать. Должны быть определены коммуникационные задачи и найдены средства для их реализации. Управление — это не возможность, а необходимость для действенного функционирования любого бренда.

РЕШЕНИЕ

1. Определите формат управления брендом: на основе существующих (например, администрация) или специально созданных структур.

2. Выберите наиболее удобный формат юридического лица. Для новых структур может использоваться некоммерческая организация, отдельное муниципальное предприятие или частная компания (ООО), управляющая брендом на основе контракта с администрацией города.

3. Сразу продумайте вопрос финансирования продвижения бренда. Важно понимать не только за счет чего будет вестись финансирование текущих проектов, но и как впоследствии можно будет обеспечивать постоянную зарплату бренд-менеджеру и перейти к самофинансированию управленческой структуры.



Урюпинск — один из трех городов России, у которого есть свой бренд-менеджер.

СТРУКТУРА УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДОМ УРЮПИНСКА

БРЕНД-МЕНЕДЖЕР (должность в администрации) занимается оперативной деятельностью: текущая коммуникация бренда, контактное лицо бренда, мотивация и вдохновение на подвиги всех, кто может повлиять на бренд города.

БРЕНД-СОВЕТ (под председательством главы города) обеспечивает все проекты, связанные с брендом, ресурсами и принимает стратегические решения.

КРУЖОК БУДУЩЕГО (руководит общественный деятель) работает в виде открытого клуба, предсказывает будущее Урюпинска в формате конкретных проектов, в том числе занимается их описанием и первичной экономической проработкой.

ЗАДАЧИ БРЕНД-МЕНЕДЖЕРА

ЦЕННОСТИ: освещение через все возможные каналы ценностей бренда. Выступает судьей при решении вопросов о том, насколько заявленная инициатива соответствует бренду и стоит ли ее поддерживать и продвигать.



КОММУНИКАЦИЯ: работа со СМИ и поступающими предложениями, развитие собственных каналов коммуникации (группы в социальных сетях, сайт, «Википедия» и т. п.).

ДИЗАЙН: соблюдение правил утвержденного стиля бренда при использовании на различных носителях, развитие сувенирной продукции.

СОБЫТИЯ: содействие организации различных событий и проектов, связанных с брендом.

ЮРИДИЧЕСКИЙ АСПЕКТ: защита прав бренда, консультации с юристами.

РЕЗУЛЬТАТ

- Бренд внедряется в городе и становится привычным явлением.
- Бренд продвигается во внешнем мире благодаря реализации конкретных проектов.
- Бренд-инициативы фиксируются и измеряются.





Было выделено областью на благоустройство территории вокруг памятника козе.

Лоббируй свои интересы



ВОЗМОЖНОСТЬ

Эстафету олимпийского огня «Сочи-2014» приняли 135 городов в 83 регионах России. То есть 19% регионов были представлены в эстафете лишь одним населенным пунктом — региональным центром, при этом огонь побывал всего в 12% городов России. Как же добиваться проведения подобных мероприятий в вашем городе, и может ли это принести практическую выгоду, помимо эмоциональной ценности?

РЕШЕНИЕ

1. Мечтайте. Да, мы определенно хотим, чтобы олимпийский огонь побывал у нас в городе!
2. Получите поддержку на местном уровне. Провинциальные лоббисты доказали, что именно Урюпинск является наиболее достойным, наряду с Волгоградом, городом для представления региона на эстафете (всего в области 19 городов).

3. Удивите и запомнитесь на федеральном уровне. Урюпинск подготовил новые сувениры для олимпийского оргкомитета, чтобы напомнить о существовании столицы российской провинции. Так, в важных кабинетах Москвы появились чехлы для iPad из пуха урюпинской козы и другие провинциальные вещицы.

РЕЗУЛЬТАТ

- 19 января 2014 года, свернув на 30 км с федеральной трассы, в Урюпинск прибыла эстафета олимпийского огня «Сочи-2014».
- Каждый второй урюпинец вышел встречать огонь в 20-градусный мороз.
- Глава Урюпинска совершенно серьезно заявил со сцены о том, что Урюпинск верит в победу российской олимпийской сборной.
- Российская сборная впервые с 1994 года стала первой в неофициальном медальном зачете.



Столько сотрудников «Лаборатории Касперского» посчитали анонс форума шуткой.

Привлекай события



ВОЗМОЖНОСТЬ

В 2010 году (в отличие от сегодняшнего дня) у Урюпинска не было инфраструктурных возможностей для качественного проведения форума с участием нескольких сотен человек: не было достаточного количества гостиниц, выбора кафе, мультимедийной площадки для форума и современного оборудования для музыкального шоу на свежем воздухе. Кроме того, не работало регулярное железнодорожное сообщение с городом. Для привлечения большого корпоративного мероприятия оставалась всего одна возможность — ждать чуда!

РЕШЕНИЕ

1. Никто не ждал чуда, оно пришло само. Из многих малых городов России организаторы форума «Касперский открывает города» выбрали именно Урюпинск в качестве места проведения мероприятия.
2. Участники форума: более 100 журналистов и блогеров из различных регионов России и сотрудники компании

«Лаборатория Касперского», — решили приехать в Урюпинск из Москвы на чартерном поезде и привезти все необходимое для форума оборудование с собой.

3. Главная и единственная причина выбора Урюпинска, озвученная представителями «Лаборатории Касперского», — «потому что Урюпинск».

РЕЗУЛЬТАТ

- Евгений Касперский принят в казаки с полным соблюдением всех обрядов.
- Жители смогли принять участие в грандиозном шоу на центральной площади, предприниматели заработали на притоке туристов.
- К Урюпинску проявили невероятный интерес разнообразные СМИ.
- Администрация осознала важность системной работы над брендом города и заинтересовалась развитием событийного туризма.



Главный спонсор (перечисливший 10 000 руб.), проживающий в Брянске, отказался от упоминания на этой странице.

Используй краудфандинг



ВОЗМОЖНОСТЬ

«С миру по нитке» — способ реализации проекта за счет вклада многих людей. Реконструкция храма, сквера или спортивного объекта — примеры внутреннего краудфандинга (crowd — толпа, funding — финансирование). Сегодня вы можете пригласить весь мир поучаствовать в проектах вашего города с помощью краудфандинговых площадок в интернете.

РЕШЕНИЕ

1. Придумайте проект, который будет интересен во всем мире, определите конкретную (желательно незаурядную) цель, на которую вы будете собирать средства. Урюпинск искал спонсоров для отправки этого практикума по почте главам всех городов российской провинции. Предложите нестандартные призы за участие.
2. Привлекайте к проекту внимание всеми возможными способами. Начните с личных контактов в социальных сетях и привлечения СМИ (с. 54). На завершающем этапе сбора средств создайте мощный информационный повод (с. 50).

3. Доведите проект до конца. После успешного сбора средств некоторые проекты не реализуются. Это неприемлемо, потому что впереди вас ждут новые успешные проекты, в которых вновь пригодится краудфандинг.

РЕЗУЛЬТАТ

- За 41 день страничку проекта planeta.ru/campaigns/likeurupinsk посетило 2 548 человек. Жителями 37 городов России куплено 114 акций со средним чеком 640 рублей.
- Собрано 124% от заявленной цели — 72 964 из 59 000 рублей. Лишь 38% от суммы получено в обмен на сами практикумы, остальное — дополнительные призы (от открытки до индивидуальной экскурсии по Урюпинску). Практикум напечатан в Урюпинске и разослан главам 943 городов России. Все собранные на проект средства потрачены в столице провинции.
- Успешный опыт краудфандинга позволил Урюпинску запланировать новые проекты. Следите за нами на столицапровинции.рф

08. Урюпинску 400

Участвуй в 400-летию

Присоединяйся к прогрессивной провинции
Иницируй День Урюпинска

Участвуй в 400-летию

В сентябре 2018 года Урюпинску исполнится 400 лет. Мы мечтаем о новом масштабе проектов и новом уровне нашего самосознания. Мы хотим, чтобы 400-летие любимого города стало вехой в истории, а не просто двумя днями ярких торжеств для урюпинцев. Поддержите Урюпинск в желании создать отличную практику празднования юбилея! Вы можете предложить нам любую идею или же воспользоваться тремя готовыми предложениями:

1.



Запишите официальное видеопоздравление от вашего города длительностью до 1 минуты. К юбилею мы смонтируем большое видео с поздравлениями от сотен провинциальных городов и креативно отблагодарим каждого, кто поздравит Урюпинск.

2.



Создайте изделие, посвященное Урюпинску, в традиционном для вашей местности художественном стиле и передайте его на постоянную экспозицию в специальный отдел провинциальных промыслов Урюпинского художественно-краеведческого музея.

3.

400 лет
=
400 проектов

Поддержите один из 400 проектов, которые столица провинции планирует реализовать к своему юбилею в 2017–2018 годах.

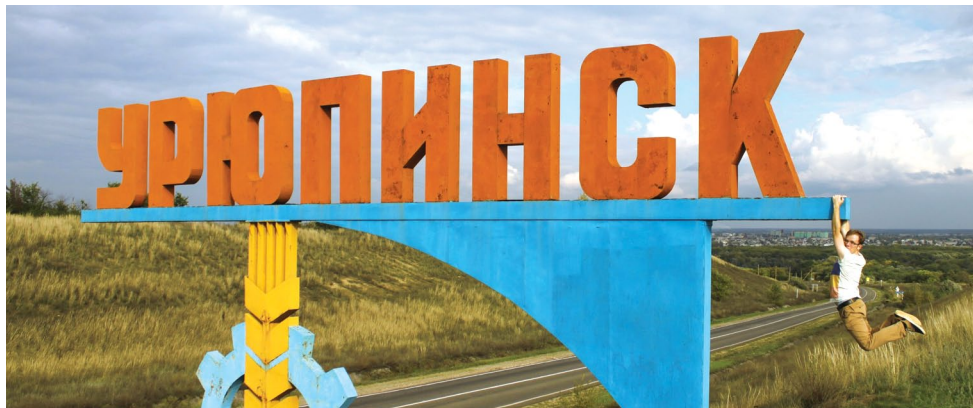
Присоединяйся к прогрессивной провинции

Урюпинск стремится стать полноценным центром анализа состояния российской провинции и создания новых подходов, законов и норм для ее дальнейшего развития. Практикум, который вы держите в руках, — это первый шаг. Мы начали с себя, показав на собственном примере некоторые тиражируемые решения. В дальнейшем мы планируем тщательно изучать опыт всех провинциальных городов и продвигать лучшие практики на федеральном уровне. Приглашаем вас присоединиться к этому движению.



Поделитесь вашим опытом в формате «возможность — решение — результат», а Урюпинск как столица российской провинции возьмет на себя обязательства структурировать и распространять лучшие практики. Уверены, что со временем мы придем к изданию нового большого практикума.

Иницируй День Урюпинска



После успешной выставки в Берлине (с. 50) мы твердо решили с 2017 года проводить дни Урюпинска не только за границей, но и в российских городах.

Это будет отличный опыт и для вашего города, и для нас. Мы открыты к новым идеям и предлагаем следующий набор событий:

- Мастер-классы для активных горожан на основе примеров из данного практикума.
- Презентация конкретных урюпинских предложений B2B для предпринимателей вашего города.
- Брендированная выставка-продажа товаров из Урюпинска.
- Презентация удивительных турпродуктов Урюпинска.
- Фотовыставка об Урюпинске в музее вашего города.
- Креативное упоминание вашего города в городской среде Урюпинска.

Интересно?

Просто напишите бренд-менеджеру Урюпинска Инне Кузиной urupbrand@ya.ru, и все будет хорошо!

