

АНАЛИТИЧЕСКИЙ БЛОК

Рестайлинг комплекса визуальных коммуникаций
фестиваля сыра в Костроме



СЫР • ЛЮДИ • ВКУС

ФЕСТИВАЛЬ СЫРА В КОСТРОМЕ

ОБЪЕКТ

Фестиваль сыра — ежегодный гастрономический праздник в Костроме, который проводится с **2018 года** при поддержке администрации Костромской области. Ярмарка сыроваров, конкурсы, концерты и детская программа в историческом центре города и на набережной Волги.

ПРЕДМЕТ

Комплекс визуальных коммуникаций фестиваля: логотип, фирменный стиль, афиши, наружная реклама, сайт, соцсети, мерч и навигация.

АКТУАЛЬНОСТЬ

Кострома — «сырная столица России»: регион выпускает **более 5 000 т сыра в год**, в городе работают Музей сыра, Сырная биржа и Дом костромского сыровара. Фестиваль быстро растёт, но у него до сих пор нет единого стиля, сайта и узнаваемого образа.

ЦЕЛЬ

Разработать современную и узнаваемую айдентику, которая передаёт связь с Костромой и сыроделием и одинаково сильно работает на всех носителях — от афиши до сайта.

ЧТО ТАКОЕ ФЕСТИВАЛЬ СЕГОДНЯ

НАПРАВЛЕНИЕ

Гастрономический фестиваль: сырная ярмарка, конкурс «Лучший сыр костромских сыроделов», «самая большая сырная тарелка», мастер-классы, концерты, «Аллея детства» и деловая программа.

ПОЗИЦИЯ НА РЫНКЕ

Одно из якорных событий региона. В 2019 году вошёл в **ТОП-200 Национального календаря событий**, стал лауреатом конкурса «Торговля России-2020» в номинации «Лучший торговый фестиваль».

ГЕОГРАФИЯ

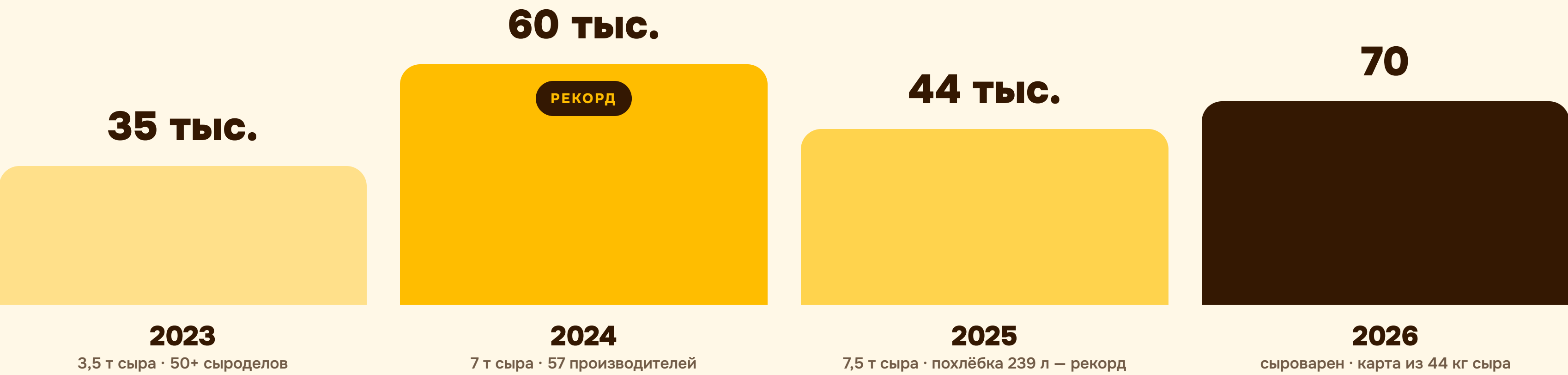
Кострома, исторический центр и набережная Волги. Участники — сыровары из **25 регионов России и Беларуси** (2026).

УНИКАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Единственный сырный фестиваль страны, который проходит в городе с почти 150-летней историей сыроделия и готовой «сырной» инфраструктурой, — и каждый год ставит новый гастрономический рекорд.

РАСТЁТ БЫСТРЕЕ, ЧЕМ ЕГО ОБРАЗ

Официальные итоги фестиваля по годам



Источники: adm44.ru, ГТРК «Кострома», «Российская газета». 2023–2025 — число гостей, 2026 — число сыроварен-участников.

КТО ПРИХОДИТ НА ФЕСТИВАЛЬ

ИНСАЙТ

«Хочу не просто купить сыр,
а узнать, кто и как его сделал, —
и увезти домой кусочек Костромы»

ЦА	Семьи с детьми; гости и туристы «Золотого кольца»; гастроэнтузиасты 25–45 лет; жители Костромы и области; сыровары и фермеры (B2B).
ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ	Кострома и область, Москва и соседние регионы «Золотого кольца». В 2025 году область посетили 2,1 млн туристов (+18%).
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ	Любознательные, открытые, ценят локальные продукты, живые впечатления и красивые кадры, любят делиться ими.
ПОТРЕБНОСТИ	Попробовать и купить хороший сыр напрямую у сыровара, провести выходные с семьёй, найти новые вкусы, увезти гастросувенир.
МОТИВАЦИИ	Первичные: вкусно, весело, бесплатно, есть программа для детей. Глубинные: почувствовать себя частью «сырной столицы», гордость за регион, тёплые семейные воспоминания.
БАРЬЕРЫ	Мало информации (нет сайта и единого канала), погода, перекрытые улицы и пробки, неочевидная навигация по площадкам.

ПУТЬ ГОСТЯ

ЭТАП	УЗНАЁТ	ИЗУЧАЕТ	РЕШАЕТ	ПОСЕЩАЕТ	ДЕЛИТСЯ
Точки контакта	соцсети, афиши, наружная реклама, сарафан	сайт, посты, городские СМИ	сайт: билеты, карта, FAQ; рассылка	навигация, шатры, мерч, ведущие	соцсети, фото, отзывы
Действия	замечает афишу или пост, переходит по ссылке	смотрит программу и сыроварни	регистрируется, бронирует дегустацию, строит маршрут	пробует, покупает, участвует в конкурсах	выкладывает сторис, отмечает фестиваль
Задача бренда	привлечь яркостью и узнаваемым образом	показать масштаб и разнообразие	снять барьеры: вход бесплатный, понятная логистика	обеспечить комфорт и ориентацию	вдохновить делиться впечатлениями
Дизайн-продукт	афиши, билборды, ситилайты, анимированные афиши	сайт, анимированный логотип, посты	раздел «Билеты», карта площадок	навигация, фирменные шатры, мерч, визитки	фотозоны, наклейки, шаблоны сторис

КАК ФЕСТИВАЛЬ ВЫГЛЯДИТ СЕЙЧАС



ПРОБЛЕМЫ

- Два разных знака: зарегистрированный знак «Кострома – сырная» (2019) с каланчой и «кокошник» с орнаментом на афишах
- Фольклорная графика плохо читается и не связана с сыром напрямую
- Афиши перегружены текстом, каждый год меняется стиль
- Шатры разных цветов, рукописные таблички, мультяшные фотозоны — нет единой системы
- Нет собственного сайта и соцсетей: информация разбросана по сайтам администрации и СМИ

РЕГИОН САМ ГОВОРIT О НЕОБХОДИМОСТИ БРЕНДА

2024

Обсуждается разработка **единого стиля** для полок с костромской продукцией в торговых сетях

2025

Губернатор поручил поставить информационные стенды и обеспечить **качественное брендование палаток**: «это не просто ярмарка»

2026

На круглом столе предложили **создать логотип бренда «Кострома сырная»**, навигацию для туристов и актуальную информацию онлайн

СЫРНЫЕ ФЕСТИВАЛИ РОССИИ

ФЕСТИВАЛЬ	ГДЕ	С ГОДА	СЕЗОН	МАСШТАБ	АЙДЕНТИКА
Фестиваль сыра	Кострома	2018	июнь–июль, 2 дня	44–60 тыс. гостей, ~70 сыроварен	фольклорный знак, нет системы
Сырный фестиваль в Истре («Сыр! Пир! Мир!»)	Московская обл.	2016	август, 3 дня	70–200 тыс. гостей, ~300 фермеров	маскот-овечка → шаблон без имени
Фестиваль адыгейского сыра	Адыгея	2010	сентябрь, 2 дня	~70 тыс. гостей (2025)	этностиль, стоковые фото
«Сырная деревня»	Санкт-Петербург, Лисий Нос	2016	сентябрь, 2 дня	30+ сыроварен	народная ярмарка, логотипа нет
«Верещагин СырFest»	Тверская обл.	2018	май / август	нет данных	жёлтый «сыр с дырками» + гротеск

СЫРНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ В ИСТРЕ

д. Дубровское, Истринская сыроварня · с 2016 года · до 2023 — «Сыр! Пир! Мир!»



ЧТО РАБОТАЕТ

- Масштаб: «крупнейший в России»
- Сырный чемпионат и экспертиза
- Узнаваемый основатель
- Фотозона из букв «СЫР»

ЧТО ОГРАНИЧИВАЕТ

- Потеряно имя и маскот, стиль стал шаблонным
- Бренд держится на одном человеке
- Нет своего сайта
- Пробки и сложная логистика

ВЗЯТЬ

Яркий жёлтый как цвет сыра, крупная типографика, фотозоны

НЕ ЗАИМСТВОВАТЬ

Зависимость образа от личности, смену названия

ЭТНИКА И ЯРМАРКА

АДЫГЕЯ · С 2010

ФЕСТИВАЛЬ АДЫГЕЙСКОГО СЫРА

Подворья районов, этноремёсла, концерты и рекорды. Посещаемость выросла с 30 до 70 тыс. за три года; в 2026 фестиваль отменён.

- Аутентичный продукт
- Этнокультура
- Быстрый рост
- Тесная площадка
- Удалённость
- Нет визуальной системы

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ · С 2016

«СЫРНАЯ ДЕРЕВНЯ»

Вход свободный, 30+ сыроварен (в том числе костромские), лекции сыроваров, голосование гостей жетоном.

- Регулярность
- Механика голосования
- Камерность
- Локальный масштаб
- Слабое медиаприсутствие
- Нет логотипа

ВЫВОД

Берём идею голосования гостей и живого контакта с сыроваром, но упаковываем её в современную систему, а не в «народный» стиль

ПОХОЖИЙ ОБРАЗ — И МИРОВОЙ ОРИЕНТИР



«ВЕРЕЩАГИН СЫРФЕСТ», ТВЕРСКАЯ ОБЛ.

Назван в честь основателя российского сыроделия. Жёлтый квадрат-сыр с чёрными дырками и жирный гротеск. Минус — нестабильные площадка, сезон и формат. **Чего не заимствовать:** статичный «квадрат с дырками» — используем живой наклонённый кусочек и фото Костромы.

ОРИЕНТИР · ИТАЛИЯ

CHEESE, БРА

Фестиваль Slow Food проводится с 1997 года раз в два года. В 2025 году — более 400 экспонентов из 14 стран и 350 мероприятий.

400+ **350**

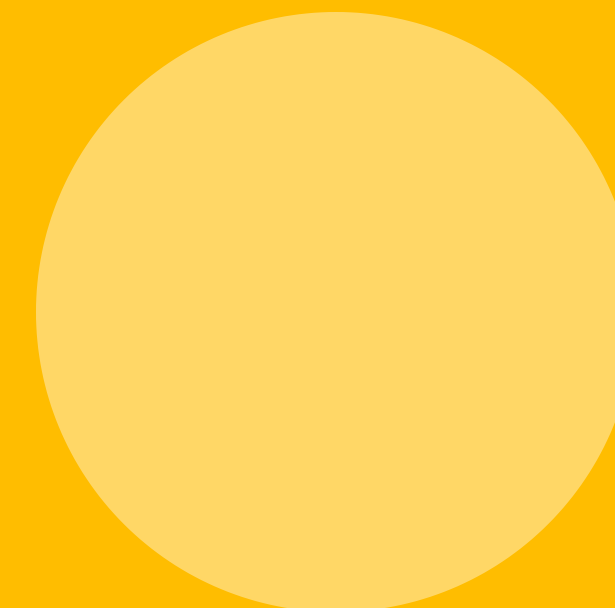
экспонентов

событий

Учимся у него: фестиваль как образовательная платформа о сыре, единый бренд и сильная онлайн-коммуникация.

СВОБОДНАЯ НИША

У сырных фестивалей России нет сильной современной айдентики: это либо безликие шаблоны, либо фольклорная стилистика. Ни у одного нет полноценного сайта.



01

УЗНАВАЕМОСТЬ

Стать самым узнаваемым сырным фестивалем страны за счёт яркого и простого образа

02

МЕСТО

Сделать связь с Костромой и её историей частью визуального языка

03

DIGITAL

Сайт, анимированные носители и соцсети как основной канал общения с гостями

ПОЧЕМУ НУЖЕН НОВЫЙ СТИЛЬ

БЫЛО

- Два разных знака и нет правил использования
- Каждый год новые афиши «с нуля»
- Разнородное оформление площадки
- Нет сайта, информация разбросана
- Образ не отражает масштаб фестиваля

СТАНЕТ

- Один узнаваемый знак и гибкая система
- Шаблоны афиш, постов и анимаций
- Фирменные шатры, навигация и мерч
- Сайт с программой, картой и билетами
- Современный образ «сырной столицы»

ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Главный гастрономический праздник лета в сырной столице России: три дня, когда сыровары со всей страны встречаются с гостями в историческом центре Костромы.

СУТЬ БРЕНДА

«Сыр · Люди · Вкус» — фестиваль о людях, которые делают сыр, и о радости делиться им.

ХАРАКТЕР

Тёплый, щедрый, открытый, весёлый, гостеприимный; современный, но с уважением к традициям.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ

Радость открытий и вкуса, ощущение праздника и общности, гордость за регион, тёплые семейные воспоминания.

РАЦИОНАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ

Свободный вход; 70+ сыроварен и сотни сортов в одном месте; покупка напрямую у производителя; программа для детей и взрослых; вся информация на сайте.

АТРИБУТЫ

Логотип-кусочек сыра, фирменный жёлтый, дырки-«окна», сайт cheese-fest.ru, мерч, ежегодные рекорды, «сырные покатушки».

КАРТА АССОЦИАЦИЙ



КОНЦЕПЦИЯ: КУСОЧЕК ПРАЗДНИКА



ЗНАК

Наклонённый кусочек сыра «врывается» в кадр — это динамика и праздник. Дырки работают как окна: сквозь них видно Кострому.

ЦВЕТ

● #FFBD00 — сыр, солнце и золото куполов. ● #341802 — корочка, дерево и тепло.

ШРИФТ

Onest — современный гротеск с отличной кириллицей: ExtraBold для заголовков, Medium для текста.

ФОТО

Кострома в «золотой час»: каланча, Торговые ряды, деревянное зодчество и Волга.

ИСТОЧНИКИ

Администрация Костромской области — новости о фестивале сыра 2023–2026:
adm44.ru

ГТРК «Кострома» — итоги фестиваля 2025–2026: gtrk-kostroma.ru

«Российская газета» — рекорд «самая большая карта из сыра», 2026

Проект порядка использования товарного знака «КОСТРОМА — СЫРНАЯ»:
regulation.kostroma.gov.ru

Музей сыра в Костроме — история костромского сыра: музейсыра.com

Костромастат — производство сыров в регионе

РИАМО, 360.ru, «Комсомольская правда» — Сырный фестиваль в Истре

«Российская газета», «Смотрим», Турдом — Фестиваль адыгейского сыра

kuda-spb.ru — «Сырная деревня»

allfest.ru, «Тонкости туризма» — «Верещагин СырFest»

Slow Food, Mentelocale — Cheese, Бра (Италия)

Эксперт, Интерфакс — производство сыра в России