

**АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ
«ИНСТИТУТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ»**

**ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛ
«Креативные индустрии как драйвер экономического роста регионов»**

**г. Воронеж
2024 г.**

Содержание

Информация о целевой аудитории информационно-аналитического материала «Креативные индустрии как драйвер экономического роста регионов».....	3
1. Введение. Креативные индустрии. Что это такое?.....	4
2. Направления креативных индустрий в международной экономике.....	5
3. Креативные индустрии в экономике развитых и развивающихся стран...б	6
4. Сценарии развития креативной экономики в регионах Российской Федерации.....	8
5. Государственная поддержка креативных индустрий в Российской Федерации.....	9
6. Практика применения креативных индустрий в социально-экономическом развитии городов-миллионников Российской Федерации (г. Москва, Калининградская область, Республика Саха (Якутия), Красноярский край, Республика Башкортостан, Республика Дагестан).....	12
7. Создание условий и механизмов для развития в Воронежской области креативных индустрий в сфере культуры как достижение цели по развитию индустрии отдыха, спорта и досуга Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2035 года.....	15
8. Применение креативных индустрий в социально-экономическом развитии Воронежской области.....	16
9. Примеры лучших практик АСИ в сфере креативных индустрий:.....	21
9.1. Проект для дизайнеров и производителей продукции легкой промышленности «Петербургский дизайн» (г. Санкт-Петербург);	
9.2. «Как привлечь участников креативных индустрий в проекты экосистемы?» (г. Москва);	
9.3. Креативный кластер в Черноисточинске. «Как перезагрузить бывшие промышленные пространства, сделав их культурными точками притяжения?» (Свердловская область).	
10. Заключение.....	32
Приложения.....	33

Настоящий информационно-аналитический материал «Креативные индустрии как драйвер экономического роста регионов» подготовлен АУ ВО «Институт стратегического развития» для следующей целевой аудитории: министерство предпринимательства, торговли и туризма Воронежской области, министерство культуры Воронежской области, органы местного самоуправления Воронежской области, союз «Торгово-промышленная палата Воронежской области», начинающие (потенциальные) предприниматели, запустившие (планирующие запустить) на территории Воронежской области проект в сфере креативных индустрий

1. Введение. Креативные индустрии. Что это такое?

Одним из современных глобальных трендов социально-экономического развития стало формирование креативных индустрий - видов деятельности, основанных на индивидуальном творчестве, навыках и талантах, имеющих потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест за счет использования интеллектуальной собственности.

Термин «креативные индустрии» имеет ряд коннотаций: от экономических до социокультурных. В экономике синонимы креативных индустрий – это креативная экономика или экономика знаний: сектор, так или иначе связанный с интеллектуальной деятельностью человека.

Впервые термин «креативная экономика» использован нью-йоркским журналом Businessweek в 2000 году и с тех пор становится только шире.

Базовые характеристики креативных индустрий - существенная роль инновационных технологий в различных областях творческой деятельности: разработке игр, широком спектре программных продуктов, продуктов виртуальной и дополненной реальности, музыке, искусстве, рекламе, архитектуре, кинематографии, анимации, дизайне и других областях, прямо или косвенно связанных с креативной деятельностью.

В социокультурной сфере креативные или творческие индустрии классифицируются как новый тип развития культуры, где объединяющей идеей всегда выступает творческий компонент, но при этом высока роль новых технологий и открытий.

Креативная индустрия создает товары и услуги преимущественно для международного рынка. Привязка к определенной локации уже не имеет такого принципиального значения, самую важную роль играют создатели контента, проще говоря - интеллект.

Импульс к развитию креативных индустрий дают технологии, например, цифровизация, отвечающая за оперативный доступ к средствам креативного производства, аддитивные технологии, искусственный интеллект.

2. Направления креативных индустрий в международной экономике.

Единого списка направлений креативных индустрий пока не существует.

Вместе с тем, по классификации ООН в креативные индустрии входят четыре отрасли:

- **культурное наследие** (музеи, библиотеки, ремесла);
- **искусство** (исполнительское и изобразительное);
- **медиаиндустрия** (печатная и аудиовизуальная продукция, новые медиа, ИТ и видеоигры, кино и анимация, звукозапись);
- **функциональный креатив** (дизайн, мода, ПО, цифровой контент, креативные услуги, архитектура, реклама и пиар).

ЮНЕСКО относит к креативным индустриям:

- **издательское дело;**
- **музыку;**
- **кино;**
- **ремёсла;**
- **дизайн.**

На основе классификаций зарубежных стран **Институт статистических исследований и экономики знаний Высшей школы экономики (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ)** выделил 16 креативных индустрий, которые сейчас развиваются в России. К ним относятся:

- **арт-индустрия;**
- **народные промыслы;**
- **музыка, исполнительское искусство;**
- **кино и анимация;**
- **фотография;**
- **издательская деятельность;**
- **телерадиовещание;**
- **ИТ и видеоигры;**
- **реклама;**
- **дизайн;**
- **архитектура;**
- **мода;**
- **ювелирное дело;**
- **библиотека, архивы, музеи;**
- **культурное наследие;**
- **образование в креативных индустриях.**

В креативных индустриях работают фотографы, рекламщики, ювелиры, издатели, полиграфисты, кинематографисты, разработчики ПО и видеоигр, музыканты, архитекторы, библиотекари, журналисты, дизайнеры, люди искусства и все те, кто создаёт продукты на стыке творчества, науки и технологий.

3. Креативные индустрии в экономике развитых и развивающихся стран.

Капитализация творческих индустрий в мире сегодня составляет почти \$2,3 трлн, в США в рамках индустрии создано свыше 30 млн рабочих мест, креативные индустрии постепенно становятся существенными драйверами экономического развития как в развитых, так и в развивающихся странах.

Взять, к примеру, Южную Корею, где за координацию и продвижение индустрии контента в 2009-2017 годах отвечало специально созданное правительственное агентство креативного контента КОССА: спецпроект, позволивший наладить работу с креативными индустриями и вывести корейский контент на международный рынок. А началось все с К-рор или «корейской волны», изначально - жанра корейской поп-музыки, переросшего в глобальную субкультуру, движимую интересом к современной южнокорейской моде, сериалам, компьютерным играм и прочим мультимедийным продуктам. Теперь же экспансия «корейской волны» на мировые рынки не только улучшает имидж Южной Кореи, но и приносит колоссальные дивиденды в корейский бюджет. Пик мировой популярности уже не один год переживают товары корейской креативной индустрии. Экспорт корейских креативных индустрий в 2016 году составил более \$6 млрд.

Темпы развития креативных индустрий значительно выше, чем, к примеру, традиционной промышленности или других отраслей: даже во время экономического спада объем мирового креативного сектора вырос на 14%. Среди причин усиленного роста мирового креативного сектора эксперты отрасли отмечают высокую долю добавленной стоимости во всех отраслях креативной экономики и отсутствие естественных барьеров как с точки зрения производства, так и с точки зрения потребления. То есть создание продукта не требует больших материальных затрат, в то время как потреблять его можно повсеместно и без каких-либо ограничений. Плюс - появление сотен новых направлений бизнеса, находящихся на стыке творчества и предпринимательства, ведет к созданию новых рабочих мест. Наконец, в силу своей специфики, креативные индустрии привлекательны для молодежи: сегодня занятость в креативной индустрии уже превышает показатели занятости в реальном секторе.

В докладе ООН сообщается, что креативные индустрии создают условия для развития человеческого капитала, роста экономики, увеличения рабочих мест с хорошими условиями. Творческие индустрии делают вклад в сокращение неравенства, защиту окружающей среды, развитие, распространение идей принятия и инклюзивности в обществе.

Как говорилось выше, товары и услуги рынка креативных индустрий имеют высокую добавленную стоимость, то есть приносят хорошую прибыль компаниям. Поэтому данный сектор интересует предпринимателей и инвесторов разного уровня.

К тому же многие направления сектора имеют относительно низкий барьер входа на рынок. Например, чтобы блогеру снимать ролики на YouTube, журналисту записать подкаст на Яндекс или web-дизайнеру создать сайт-визитку на Tilda, не нужно тратить огромные средства.

Благодаря этой характеристике рынка креативных индустрий доступ к потенциальной аудитории и клиентам получают широкие группы людей: женщины, лица с ограниченными возможностями здоровья, люди из провинций. Это обеспечивает сбалансированное территориальное развитие и сохранение человеческого капитала в регионах.

По данным медиакомпании Influencer Marketing Hub, с октября 2020 года в стартапы креативной экономики было инвестировано 800 млн долларов венчурного капитала. В 2023 году объем рынка креативных индустрий в мире превысил 1 трлн долларов.

Из-за глобальной цифровизации, темпы роста которой подтолкнула пандемия, многие компании, чтобы не терять клиентов, стали развивать digital-направление. Также выросла потребность в оригинальном контенте. Поэтому рынок креативных индустрий еще долго будет перспективным для вложений.

Например, краудфандинговая площадка Patreon в 2021 году получила 155 млн долларов от фондов Tiger Global, Woodline Partners, Wellington Management. Компания утроила свою капитализацию, достигнув отметки в 4 млрд долларов.

Китайская компания ByteDance, которой принадлежит соцсеть TikTok, за 2021 год увеличила выручку на 70% до 58 млрд долларов.

По данным Агентства стратегических инициатив (АСИ), на креативную экономику приходится чуть более 6,1% мирового валового внутреннего продукта (ВВП), что в среднем составляет от 2 до 7% национального ВВП по всему миру. Например, в Германии совокупный оборот креативных индустрий по итогам 2019 года составил около €174,1 млрд, превысив годовые обороты таких традиционных отраслей экономики страны, как химическая промышленность, электроэнергетика и финансовый сектор.

4. Сценарии развития креативной экономики в регионах Российской Федерации

Выделяется 3 основных сценария, по которым может развиваться креативная экономика в регионах:

Первый сценарий фокусируется на самых перспективных креативных индустриях для экономики региона. Некоторые индустрии могут остаться в секторе культуры или социальных проектов, а другие - стать основой предпринимательства и драйвером несырьевого сектора.

Такие примеры есть в Якутии, где регион сконцентрировался на ювелирном дизайне, кино и IT; в Калининграде, где занимаются кино и игровой разработкой; в Хабаровске, где активно развивается анимация. Идеально, если уже удалось сформулировать точки роста и сфокусироваться на стратегии развития конкретных индустрий. В этом случае нужно полностью выстраивать стратегию развития этих индустрий: от образования до релокации компаний на свою территорию, от программ поддержки бизнеса в этой сфере до программ международного экспорта.

Второй сценарий важен не столько для развития креативного сектора, сколько для экономики региона в целом. Креатив необходим не только в креативных индустриях, но и в основных компаниях, которые уже развивают экономику региона. В связи с текущими экономическими условиями и трендами: импортозамещением, оттоком кадров за рубеж, перестройкой логистических цепочек, выходом на новые рынки, развитием территорий на креативный класс нужно обратить внимание и сотрудничать с ним для решения своих стратегических задач. Маркетинг, коммуникация, упаковка, брендинг, разработка диджитал-продуктов могут помочь бизнесу встать на новые рельсы, масштабироваться, запустить новые линейки продуктов, выйти на новые рынки.

Третий сценарий предполагает сфокусироваться на косвенных эффектах развития креативного сектора с точки зрения социальных эффектов. Последние восемь лет ВЭБ.РФ исследует качество городской среды в стране и выстраивает рейтинг городов по индексу креативности. Примечательно, что если сопоставить этот рейтинг с рейтингом самых привлекательных городов для миграции молодежи, этот список полностью совпадает.

5. Государственная поддержка креативных индустрий в Российской Федерации

Поддержка креативных индустрий сегодня выходит за рамки отраслевой политики и может рассматриваться как новая парадигма территориального развития. Креативный сектор способен обеспечить многочисленные социально-экономические эффекты не только в мегаполисах, но и за их пределами. Это преобразование городской среды и повышение ее привлекательности для талантов, создание новых рабочих мест и развитие предпринимательства, диверсификация и рост устойчивости локальных экономик.

Согласно докладу экспертов Высшей Школы Экономики «Креативные индустрии в России: тенденции и перспективы развития», в России пока не сложилась системная государственная поддержка креативных индустрий.

В ряде регионов страны приняты законы или программы поддержки креативных индустрий, например, Закон о креативных индустриях в Ханты-Мансийском автономном округе - Югре, Концепция развития креативной экономики Республики Саха до 2025 года.

Каждый год в Крыму проводится арт-кластер «Таврида». Это образовательная платформа для молодых людей в возрасте от 18 до 35 лет, которые хотят развиваться в креативных индустриях, отраслях культуры и искусства. Кластер создан в рамках национального проекта «Образование» при поддержке Федерального агентства по делам молодежи. Образовательной площадкой предусмотрено предоставление грантов.

В 2021 году в России была принята Концепция развития творческих индустрий и механизмов осуществления их господдержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, нацеленная на активное содействие развитию креативных индустрий в регионах.

Документ предусматривает принцип «локализации», то есть сохранение регионального размещения креативных индустрий при глобализации и расширении рынка, в том числе при выходе на международные платформы.

Концепция направлена на то, чтобы:

- оказать господдержку отрасли;
- вырастить долю креативной экономики с 2,4% до 6% к 2030 году;
- увеличить долю граждан, занятых в креативных профессиях с 4,6 до 15% к 2030 году.

Также в Концепции предусмотрены предложения по предотвращению пиратства: ужесточение ответственности за видеосъемку в кино и на концертах с последующей выкладкой в сеть. Запланировано проработать вопрос освобождения предпринимателей от взносов с авторских и смежных патентных прав, а также других видов прав на интеллектуальную собственность.

Что касается перспектив развития креативной экономики, то по данным АСИ, до 2022 года 80% товаров и услуг в сфере креативных индустрий были продуктами иностранных компаний. В связи с уходом зарубежных игроков с российского рынка для отечественных компаний и предпринимателей, которые занимаются креативным бизнесом, открылись новые возможности. Российские бренды уже осваивают освободившиеся ниши - и это один из основных трендов креативных индустрий на ближайшие годы.

Например, больше 70 зарубежных брендов - производителей одежды и обуви ушли из России, освободив 2 млн кв. м торговых площадей и оставив потенциал импортозамещения в размере 2 трлн руб. Количество работников, занятых в малом и среднем бизнесе в сфере легкой промышленности, сегодня составляет около 250 тыс. человек, а доходы от деятельности - 720,2 млрд руб. Это на 5,7 и 22,6% больше по сравнению с предыдущим годом соответственно. Таким образом, по итогам 2022 года количество предпринимателей, связанных с легкой промышленностью, восстановилось до допандемийного уровня.

Кроме этого развитию креативной экономики будет способствовать и государственная поддержка.

Согласно Концепции развития творческих индустрий, планируется:

- привлекать венчурное и заемное финансирование;
- внедрять модели государственно-частного партнерства;
- открывать арт-резиденции, инклюзивные творческие лаборатории, школы креативных индустрий в регионах.

Помогать регулировать и развивать креативные индустрии в регионах будет Центр развития креативной экономики на базе АСИ.

В Концепции указано, что для оценки эффективности государственного управления в креативном секторе требуется разработка индексов креативного потенциала и доступности механизмов государственной поддержки в регионах России. Для решения этих задач необходима надежная эмпирическая база, которая позволяла бы сопоставлять субъекты Российской Федерации по уровню развития креативных индустрий, выявлять проблемы и точки роста для каждого региона. Это и определило цель настоящего исследования, состоящую в формировании рейтинга развития креативных индустрий в регионах России. Ключевые задачи исследования:

- объективная оценка развития креативных индустрий в регионах России;
- выявление формирующихся региональных моделей развития креативных индустрий;
- определение ключевых особенностей и факторов успеха регионов-лидеров;

- идентификация наиболее дефицитных региональных специализаций в креативной сфере.

В приложении к данным информационно - аналитическим материалам приводится Рейтинг креативных регионов России по итогам 2023 года. **Воронежская область в рейтинге развития креативных индустрий среди 85 субъектов Российской Федерации занимает 32 место, уступая Омской области, Республике Крым, Ярославской, Липецкой областям.**

По итогам ранжирования регионов по значению рейтинга развития креативных индустрий **Воронежская область входит в группу «эффективных» регионов** наряду с Иркутской, Калужской, Московской, Ростовской, Смоленской, Самарской, Саратовской областями, Чувашской Республикой, Республикой Марий Эл, Удмуртской Республикой, Краснодарским, Пермским, Прибайкальским, Хабаровским краями.

6. Практика применения креативных индустрий в социально-экономическом развитии городов-миллионников Российской Федерации

Вклад креативных индустрий в ВВП России, по результатам исследования АСИ, в 2021 году составил приблизительно 4,87%, или более 6 трлн руб., из них 2,3% - разработка ПО. Всего в креативных индустриях страны на тот момент было занято 1,5 млн человек — это 4,7% рабочей силы. Лидерами по вкладу креативных индустрий в экономику являются Москва, Санкт-Петербург, Тюменская, Калининградская, Новосибирская, Костромская, Ярославская, Ульяновская области, Республика Татарстан, Свердловская и Московская области.

При этом регионы достаточно неоднородны с точки зрения вклада этой сферы в социально-экономическое развитие.

Экспертами в данной области отмечается, что пока в России мало регионов с высокой добавленной стоимостью креативных индустрий и им есть куда расти, для чего необходимо использовать сильные стороны, на которых специализируются регионы, и создавать условия для креативного предпринимательства.

А что же креативные индустрии дают самим регионам и их жителям?

Вот несколько причин, по которым важно развивать креативную экономику на территориях:

- повышается инвестиционный и туристический потенциал региона;
- улучшается качество жизни населения;
- создаются новые рабочие места;
- благоустраиваются территории;
- развиваются другие секторы экономики (общественное питание, уличная торговля, спортивная сфера, логистика);
- растет стоимость жилья в районе основных точек притяжения.

Таковыми точками притяжения могут быть, например, креативные кластеры. Они привлекают горожан и туристов и служат площадкой для проявления локального предпринимательства. Сегодня в России насчитывается больше 50 креативных кластеров. Например, Центр современного искусства «Винзавод» в Москве, культурное пространство ТЕХТЦ в Ярославле, творческий индустриальный кластер «Октава» в Туле - все они организованы на месте бывших фабрик и заводов.

При этом важно отметить, что в России более 90% действующих арт- и креативных кластеров размещаются на базе бывших производственных комплексов.

6.1. Креативные индустрии в г. Москве

Москва занимает лидирующие позиции в креативной экономике страны: в столице работает более 100 тыс. креативных предпринимателей - это примерно четверть от общего числа предпринимателей данной отрасли в стране. Правительство города поддерживает креативный сектор и предоставляет различные меры государственной поддержки. Например,

компенсирует творческим компаниям расходы на обучение сотрудников, покупку оборудования, маркетинг и рекламу.

В Москве сегодня функционирует более 30 креативных кластеров и площадок, в числе которых - Музей современного искусства «Гараж» и упомянутый Центр современного искусства «Винзавод», специализирующиеся на арт-индустрии, Центр творческих индустрий «Фабрика», специализирующийся на дизайне и исполнительском искусстве, «Флакон» - на медиа и архитектуре.

6.2. Креативные индустрии в Калининградской области

В Калининградской области сфера креативных индустрий начала активно набирать обороты с 2019 года. В 2020 году начал свою работу Фонд креативных индустрий «Креспектива», который определяет стратегию развития креативных индустрий региона. С 2022 года в Калининграде проходит Фестиваль креативных индустрий «Креспектива Фест». Программа включает лекции и мастер-классы, артист-токи, концерты, перформансы, кинопоказы от местных представителей различных креативных индустрий. Фонд проводит акселератор креативных проектов «Сделано в Калининграде» с бесплатной интенсивной образовательной программой для креативного бизнеса и грантами на продвижение креативных проектов. Кроме этого в городе Гусеве Калининградской области работает бесплатная Школа креативных индустрий для подростков. Это лишь малая часть проектов от «Креспективы».

В 2017 году Калининградская область вошла в число пилотных регионов по системе рибейтов (возврат части средств, вложенных в производство кино) в соответствии с поручением Правительства Российской Федерации. За шесть лет реализации данной программы Калининградская область поддержала 44 фильма и сериала, более ₽1,1 млрд регион заработал, а сумма рибейта составила 243 млн руб. Такие меры поддержки создают сильный стимул заниматься кинопроизводством.

6.3. Креативные индустрии в Республике Саха (Якутия)

В декабре 2022 года республика получила звание самого креативного региона России. Якутия - родина ряда успешных IT-стартапов, уникальных кинопроектов. В 2022 году короткометражный фильм якутских режиссеров «Выход» был номинирован на «Оскар». Кроме этого регион сохраняет фокус на культурном коде и особенностях территории: здесь с давних времен развивается ювелирное дело.

Эксперты ожидают, что в Якутии будет развиваться анимация, потому что там уже активно растут геймдев и кино, а это близкие к анимации сферы. Например, молодую студию «Тундра» создали люди, которые работали в больших студиях с мировым именем, и теперь они хотят с помощью анимации популяризировать культуру родного региона.

6.4. Креативные индустрии в Красноярском крае

Норильск только встает на путь большой реновации. В 2021 году здесь исследовали потенциал креативных индустрий и определили приоритетные

направления для развития: дизайн, IT, народные промыслы, архитектура. На основании этого исследования и результатов стратегической сессии местные креативные сообщества вместе с Агентством развития Норильска и университетом Universal University разработали стратегию развития креативных индустрий в Норильске до 2024 года. С 2022 года творческие специалисты из северного города проходят обучение от Universal University по графическому дизайну, видеопродакшену, предметному дизайну.

Кроме этого в изменения Норильска вкладываются градообразующие предприятия. Здание бывшей типографии отремонтируют и передадут творческим коллективам, а в старинном здании в стиле сталинского ампира в центре Норильска появится социально-культурный центр, который будет обеспечивать развитие городских сообществ. Под Арктический музей современного искусства в Норильске, самый северный в стране, трансформируют бывший дом торговли общей площадью 8,5 тыс. кв. м.

6.5. Креативные индустрии в Республике Башкортостан

Одна из самых популярных культурных площадок Уфы - креативный кластер «Арт-квадрат» в историческом центре города. Здесь можно найти магазины и шоурумы, кафе и бары, смарт-офисы, ремесленные мастерские и художественные салоны, а также мероприятия разных форматов: развлекательные, образовательные, творческие и социальные.

В «Арт-квадрате» более 60% предпринимателей-резидентов реализовали свой первый бизнес-проект, более 50% предпринимателей моложе 30 лет. «Арт-квадрат» создан за счет частных инвестиций. За время строительства отреставрированы и сохранены пять объектов культурного наследия, два сквера, благоустроен квартал города.

6.6. Креативные индустрии в Республике Дагестан

В 2018 году компания «Новая земля» разработала мастер-план для Дербента - впервые в России документ такого типа не просто остался на бумаге, а был реализован. Он предполагает множество решений: от благоустройства набережной и исторического центра до создания новых жилых районов, объектов социальной инфраструктуры, а также включает поддержку инвестиционных проектов частного бизнеса.

Город стал привлекательным для жизни, а это, в свою очередь, благоприятно сказывается на развитии туризма и сокращении миграционного потока из Дербента.

За время реализации мастер-плана население города увеличилось с 123,7 тыс. до 127,5 тыс. человек. А ежегодный миграционный отток, достигавший 700 и более человек ежегодно прекратился. В 2022 году сальдо миграционного прироста было положительным и составило 327 человек. Сейчас Дербент - важная туристическая точка на Кавказе. Если оценивать загрузку гостиниц, не считая заселения в апартаментах и «туристов одного дня», туристический поток увеличился в два раза и достиг более 400 тыс. туристов.

7. Создание условий и механизмов для развития в Воронежской области креативных индустрий в сфере культуры

В соответствии со Стратегией социально-экономического развития Воронежской области на период до 2035 года для достижения цели 1.14. «Развитие индустрии отдыха, спорта и досуга» подраздела 4.4. «Развитие культурной среды» ставится ключевая задача по созданию условий и механизмов для развития в Воронежской области креативных индустрий в сфере культуры.

Основными способами и направлениями деятельности органов государственной власти Воронежской области в рамках достижения поставленной цели являются:

- организационное и финансовое участие в проектах государственно-частного партнерства, реализуемых в сфере культуры и туризма, соответствующих стратегическим приоритетам и целям развития Воронежской области;

- поддержка проектов, направленных на создание новых творческих продуктов, включая культурные кластеры, посредством предоставления грантов для физических и юридических лиц, поддержки государственно-частного партнерства, стимулирования меценатства, привлечения добровольцев и волонтеров к реализации проектов;

- мониторинг и информационно-аналитическое сопровождение участников проектов креативных индустрий;

- продвижение региональных культурных продуктов на российский и зарубежные рынки производства творческих благ;

- организационное и финансовое участие в проектах государственно-частного партнерства, реализуемых в сфере культуры и туризма, соответствующих стратегическим приоритетам и целям развития Воронежской области;

- содействие развитию сотрудничества учреждений культуры с организациями, представляющими различные социальные и возрастные группы населения, конфессии и национальности, проживающие в регионе;

- реализация мероприятий по поддержке и популяризации народного художественного творчества, а также нематериального культурного наследия;

Одной из основных возможностей развития культурной среды Воронежской области согласно Стратегии является вовлечение в культуру талантливых людей, создание условий и механизмов для развития креативных индустрий в сфере культуры.

8. Применение креативных индустрий в социально-экономическом развитии Воронежской области

В Воронежской области поддержкой и развитием креативных индустрий занимаются министерство культуры Воронежской области, а также министерство предпринимательства, торговли и туризма Воронежской области совместно с Центром «Мой бизнес».

Сейчас в регионе насчитывается 88 320 предпринимателей, из них свыше 7 тыс. работают в сфере креативных индустрий, если считать по соответствующим ОКВЭД (общероссийский классификатор видов экономической деятельности).

Центр «Мой бизнес» проводит системную работу в данном направлении: запущены точечные программы подготовки кадров «Тур в профессию», где обучаются люди, занятые в креативных индустриях, профессиональным знаниям и компетенциям. Это профессиональные курсы, которые позволяют шире развивать свои компетенции. Всего предлагается 18 направлений подготовки («Я - тату-мастер», «Я - керамист», «Я - видеограф» и другие). В рамках проекта обучено более 500 человек.

С 2021 года проводится конкурс брендинга и дизайна BIZ&DIZ.

Для содействия в продвижении производимой продукции министерством предпринимательства, торговли и туризма Воронежской области обеспечивается организация и проведение выставок-ярмарок самозанятых граждан. Например, в марте 2023 года проведен форум-выставка «Красивый бизнес», участниками которой стали представители бьюти-сферы. Также уже действующие компании креативного бизнеса региона (к примеру, субъекты МСП сферы легкой промышленности) пользуются услугами региональной АНО «**Центр координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Воронежской области**».

В соответствии с Планом мероприятий по реализации **Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2035 года**, утвержденным постановлением Правительства Воронежской области от 29 декабря 2018 г. № 1242, в рамках достижения стратегической цели СЦ1.14. «Развитие индустрии отдыха, спорта и досуга», являющейся составляющей стратегической цели первого уровня СЦ1. «Достижение лидерских позиций Воронежской области по уровню развития человеческого капитала и качеству жизни населения, сокращение социально-экономического неравенства» в период с 2022 по 2035 годы предусмотрена реализация мероприятия по созданию школ креативных индустрий.

Планом мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Воронежской области на период до 2035 года ответственным исполнителем данного мероприятия определено министерство культуры Воронежской области, а источником финансового обеспечения-средства федерального и областного бюджетов,

предусмотренные для реализации мероприятий государственной программы Воронежской области «Развитие культуры и туризма».

Ожидаемый результат от реализации мероприятия:

- создание на базе образовательной организации 6 студий и 2 обеспечивающих модулей;
- осуществление набора обучающихся по программам дополнительного образования в количестве не менее 120 человек в год.

Перечень ключевых проектов социально-экономического развития городского округа город Воронеж, обеспечивающих реализацию стратегии социально-экономического развития городского округа город Воронеж на период до 2035 года также содержит проект «Расширение культурно-досуговой сферы города». Сутью данного проекта является создание инфраструктуры поддержки проектов, способствующих созданию и развитию креативных пространств (студий, мастерских, выставочных залов), в том числе на основе имеющихся неиспользуемых промышленных объектов, оказание поддержки организациям креативных индустрий, привлечение негосударственного финансирования креативных индустрий, в том числе в рамках благотворительных инициатив.

Ожидаемыми результатами достижения цели по сбалансированному пространственному развитию и повышению качества городской среды Стратегии городского округа город Воронеж являются:

- развитие города в пределах существующей территории;
- полицентрическое развитие городского пространства, создание локальных центров, насыщенных объектами социальной инфраструктуры, креативной индустрии и жильем современного качества.

В рамках реализации стратегических документов при непосредственном участии министерства культуры Воронежской области в октябре 2022 года **открыта Школа креативных индустрий «Матрешка» (ШКИ)**, которая вносит существенный вклад в развитие творческого потенциала у подростков, которые в последующем, вероятно, станут креативными предпринимателями.

Создание ШКИ стало возможным благодаря проекту «Придумано в России», который стартовал в 2021 году по инициативе Министерства культуры Российской Федерации в рамках нацпроекта «Культура».

ШКИ - это пространство, в котором подростки могут раскрыть свой творческий потенциал.

Общий срок обучения в ШКИ по программам дополнительного образования для детей составляет 2 года. Обучение для подростков от 12 до 17 лет бесплатное.

В студиях смешанный по возрасту состав учащихся. Режим занятий 2-3 раза в неделю.

Студии оснащены современным оборудованием и специализированным программным обеспечением. Занятия ведут эксперты

из креативных индустрий - практикующие дизайнеры, фотографы, vг-разработчики и звукорежиссеры.

Особенность образовательной программы в ШКИ - модульная структура, включающая 6 студий:

- 3 D анимация;
- графический дизайн;
- звукорежиссура;
- цифровые интерактивные технологии ve/ar;
- современная электронная музыка;
- фото и видеопроизводство и других дисциплин на стыке искусств и цифровых технологий с использованием новейшего высокотехнологичного оборудования.

Вместе с изучением основных тем у студийцев насыщенная внеурочная деятельность - тренинги и интенсивы по командной и проектной работе, просмотры фильмов с обсуждениями, участие в конкурсах разного уровня и многое другое.

24 апреля текущего года директор ШКИ Мария Ковалева приняла участие в круглом столе «Частные, общественные и государственные инициативы в развитии креативных индустрий», организованном Институтом развития креативных индустрий НИУ ВШЭ совместно с Федерацией креативных индустрий.

В выступлении Мария Ковалева поделилась опытом создания успешных коллабораций с региональными общественными и коммерческими компаниями, а также тем, как эффективно использовать практико-ориентированное обучение в рамках междисциплинарного взаимодействия для реализации социально значимых проектов. В презентации были представлены примеры созданных студийцами логотипов, стикерпаков, фото и видеоработ.

По итогам заседания достигнута договоренность опубликовать развернутый обзор опыта ШКИ «Матрёшка» в журнале НИУ ВШЭ.

В 2024 году Центр «Мой бизнес» в сотрудничестве с «Матрёшкой» продолжит работу по предоставлению услуг для креативных предпринимателей.

В 2025 году в регионе откроется вторая школа креативных индустрий.

Воронежская область выиграла в конкурсе Министерства культуры Российской Федерации «Придумано в России», реализующегося в рамках нацпроекта «Культура». На базе Богучарской детской школы искусств им. Кищенко в 2025 году появится вторая в регионе школа креативных индустрий. На ее создание из федерального бюджета выделят более 24,2 млн рублей. Также будут добавлены средства из областного и муниципального бюджетов.

В школе планируют сделать три студии:

- «Фото- и видеопроизводство»;

- «Анимация и 3D-графика»;
- «Дизайн».

Всего там смогут заниматься 60 детей. Обучение будет бесплатным.

Также в 2022 году на базе Воронежского государственного института искусств открыт **«Центр исполнительских искусств и светового дизайна» (Центр прототипирования)**, в котором действуют три мастерские: «Сценическая мастерская», «Фольклорная мастерская», «Мастерская светового дизайна». Это удобная площадка, где стартапы и другие малые и средние предприятия могут создать прототип своего изделия - световой партитуры сценических мероприятий и постановок, 3D мэппинга, видео контента для PR-компаний и наружной рекламы, каталогов изделий народного творчества.

Среди компаний Воронежской области в сфере креативных индустрий отдельного внимания заслуживает **анимационная студия «Воронеж»**, которая входит в топ-25 наиболее перспективных анимационных компаний мира. Проекты студии выходили в кинотеатральный прокат более чем в 150 странах, были показаны на ведущих мировых онлайн-платформах и становились победителями в конкурсах международных фестивалей. Помимо производства анимационного контента, студия занимается разработкой «Анимационной 3D платформы», программного обеспечения для создания 3D контента.

При поддержке Правительства Воронежской области **разработана концепция «Дома анимации»**, которой предусмотрено тематическое музейное и образовательное пространство, арт-кластер и сектор производства.

В 2023 году при областном Правительстве **создан Координационный совет по развитию креативных индустрий**. Основная цель его создания - формирование площадки, где разные ведомства Правительства Воронежской области, образовательные организации и представители бизнес-сообщества смогут проанализировать, обсудить и разработать систему поддержки креативных индустрий в регионе.

В январе текущего года в Воронеже прошло первое заседание Координационного совета по развитию креативных индустрий в регионе, в котором приняли участие представители министерства культуры Воронежской области, министерства предпринимательства, торговли и туризма Воронежской области, а также представители других министерств и ведомств, предприниматели и руководители местных предприятий.

Первое установочное заседание Координационного совета прошло под председательством заместителя председателя Правительства Воронежской области Артема Верховцева.

На первой встрече участники обсудили необходимость провести глубинное исследование состояния креативных индустрий в регионе, а также изучить лучшие региональные практики по мерам поддержки данного сектора.

Тема развития креативных индустрий в регионе также нашла свое отражение в рамках деятельности **Экспертного совета при Губернаторе Воронежской области** - консультативного органа, созданного в целях организации проведения экспертизы экономических и социально значимых решений исполнительных органов Воронежской области, правительственных, межведомственных комиссий и советов, а также в целях формирования вопросов со стороны институтов гражданского общества для обсуждения с Губернатором Воронежской области и исполнительными органами Воронежской области.

По итогам проведения серии круглых столов, посвященных поиску путей развития креативных индустрий региона, обсуждены вопросы коммерциализации креативного сектора экономики и повышения его вклада в валовый региональный продукт. Одной из основных идей мероприятия стало формирование креативной экосистемы путем проведения разного рода тематических событий и форумов.

9. Примеры лучших практик АСИ в сфере креативных индустрий

9.1. Проект для дизайнеров и производителей продукции легкой промышленности «Петербургский дизайн» (г. Санкт-Петербург)

Описание креативного проекта.

Цель проекта: Поддержка и развитие локальных дизайнеров и производителей одежды, обуви, аксессуаров, товаров для дома

Задачи проекта:

- Создание новой модели взаимодействия торговых комплексов и дизайнеров
- Новый уровень развития креативных индустрий через поддержку локальных петербургских модных брендов
- Рост интереса со стороны жителей к продукции, повышение узнаваемости локальных брендов
- Повышение уровня знаний в сфере ведения бизнеса, приобретение новых бизнес-компетенций через B2B, B2C мероприятия, нетворкинг
- Охват не менее 100 локальных дизайнеров (производителей одежды, обуви, аксессуаров, товаров для дома)
- Реализация проекта на не менее чем 3 крупнейших ТК Санкт-Петербурга
- Формирование у торговых комплексов нового пула потенциальных перспективных арендаторов

Целевая аудитория:

- дизайнеры;
- производители легкой промышленности Санкт-Петербурга;
- торговые центры;
- покупатели.

«Петербургский дизайн» - проект, инициированный Правительством Санкт-Петербурга в 2022 году с целью поддержки петербургских дизайнеров и представителей сферы легкой промышленности региона, в рамках которого:

- дизайнерам (различных организационно-правовых форм) на безвозмездной основе были предоставлены торговые площади в крупнейших торговых комплексах Санкт-Петербурга (с целью реализации их продукции в офлайн-формате) в формате «под ключ»;
- торговым центрам были предложены альтернативные арендаторы (в лице дизайнеров-участников проекта «Петербургский дизайн»), которые, благодаря проекту, смогли опробовать механизм работы в торговых комплексах (с учетом регуляторных и технических особенностей классической бизнес-модели работы торгового комплекса в городе);
- площади торговых комплексов оказались успешно востребованными (в условиях ухода с отечественного рынка зарубежных марок, которые

традиционно формировали основной трафик покупателей и занимали большую часть торгово-выставочных площадок);

- локальные дизайнеры смогли реализовать свою продукцию в розничных магазинах под брендом «Петербургский дизайн» (с абсолютным отсутствием затрат на тестирование гипотез и исследования покупательского поведения, трафика, а также апробацию модели работы с торговыми комплексами в части закупки необходимого оборудования и расходов на персонал).

** Формат «под ключ» подразумевает отсутствие каких-либо издержек со стороны участника проекта (дизайнера / производителя продукции) за исключением расходов на непосредственный пошив изделий и коллекций.*

Таким образом, **полный цикл затрат несет инициатор проекта** (с привлечением подрядной организации):

- заключение договоров на аренду с торговыми комплексами,
- ремонтные и дизайн-работы,
- обеспечение торговых площадей необходимым оборудованием (витрины, полки, рейлы, стеллажи, вешалки, манекены, примерочные кабины, зеркала, отпариватели для одежды, подиумы и пр., кассовое оборудование),
- расходы на охрану, персонал (продавцы-консультанты, визуальные мерчендайзеры, администраторы торгового зала),
- рекламное и информационное продвижение (радио, ТВ, метро, популярные СМИ, соцсети, наземный транспорт, работа с лидерами общественного мнения), проведение B2B и B2C мероприятий.

В структуре затрат наибольшую долю занимают:

- Услуги по функционированию торговых выставочных пространств (услуга по разработке регламентных документов, обеспечение работы на площадке торгового выставочного пространства персонала, ежедневная механическая и ручная уборка торгового выставочного пространства, обеспечение работы представителей охранной службы, обеспечение персонала торговых выставочных пространств униформой, а также дизайнерское решение проекта и элементы фирменного стиля торговых выставочных пространств) — **34%**;
- Услуги по разработке дизайн-проектов торговых выставочных пространств, оборудованию и застройке торговых выставочных пространств — **25%**;
- Услуги по организации и проведению мероприятий, а также маркетинговому сопровождению проекта (работы по подготовке и проведению B2B и B2C мероприятий, работы по подготовке и проведению церемонии открытия, разработка PR-стратегии проекта, обеспечение участия телеканалов, а также печатных СМИ, обеспечение размещения рекламных постов, а также рекламного продвижения в сети «Интернет») — **22%**.

Особенности реализации проекта:

- **формат «под ключ»** = возможность понести минимум затрат на организацию офлайн-продаж;
- **новая (дополнительная) точка продаж** в густонаселенных активных районах мегаполиса для дизайнеров Петербурга;
- **формирование новых модных тенденций**, сопряженных с ростом патриотических настроений и доверия к отечественному бизнесу.

По итогам реализации проекта «Петербургский дизайн» в период с 01 октября 2022 по 25 января 2023 компании можно разделить на три категории по объему выручки:

1. **более 500 000 рублей** - 11 компаний;
2. **от 300 000-499 000 рублей** - 10 компаний;
3. **от 50 000-299 000 рублей** - 53 компании.

Дорожная карта коммуникаций в рамках вывода дизайнеров на торговые площадки



Реализация практики позволила презентовать продукцию 112 дизайнеров (117 брендов) на более чем 2000 кв. м. торговых площадей в трех торговых комплексах Санкт-Петербурга (ТК «Питер Радуга», ТК «Континент на Байконурской», ТРК «Лето») и сформировать уникальный питерский бренд «Петербургский дизайн».

Главный результат реализации проекта:

112 - количество дизайнеров-участников проекта (65% - ИП, 20% - ООО, 15% - самозанятые);

5 - количество дизайнеров, открывающих собственные шоу-румы по итогам участия в проекта (ранее не имеющих опыт офлайн-продаж)

Дополнительные результаты:

- создана новая модель взаимодействия торговых комплексов и дизайнеров;

- развитие креативных индустрий через поддержку локальных петербургских модных брендов;

- рост интереса и доверия со стороны жителей к продукции локальных отечественных брендов;
- повышение уровня знаний в сфере ведения бизнеса у дизайнеров (включая опыт офлайн-продаж);
- рост трафика посетителей торговых комплексов благодаря реализации нового проекта городского масштаба;
- 2400 кв. м. торговых и складских площадей в 3-х крупнейших торговых комплексах Санкт-Петербурга;
- 30 B2B и B2C мероприятий;
- 11 компаний с выручкой более 500 тыс. рублей

Этапы реализации проекта (4 месяца)

1 этап

Разработка регламентирующих документов (конкурсной документации по отбору поставщика услуг, обеспечивающего реализацию проекта, порядка отбора участников проекта «Петербургский дизайн» (дизайнеров), положения о конкурсной комиссии по определению участников проекта «Петербургский дизайн» (дизайнеров)

2 этап

Проведение рекламной кампании проекта (ведение социальных сетей проекта, таргетированная реклама, размещение публикаций в СМИ, размещение наружной рекламы и др.)

3 этап

Размещение конкурсной документации по отбору поставщика услуг, обеспечивающего реализацию проекта, на электронном портале Сбербанк-АСТ.

Определение победителя конкурса-поставщика услуг, обеспечивающего реализацию проекта.

Заключение договора с победителем конкурса — поставщиком услуг, обеспечивающим реализацию проекта.

4 этап

Заключение договоров поставщиком услуг, обеспечивающим реализацию проекта, с торговыми центрами.

5 этап

Прием заявок от участников проекта «Петербургский дизайн» (дизайнеров) для участия в проекте «Петербургский дизайн».

Проведение конкурсной комиссии по определению участников проекта «Петербургский дизайн» (дизайнеров).

Заключение поставщиком услуг, обеспечивающим реализацию проекта договоров с участниками проекта «Петербургский дизайн» (дизайнерами).

Обеспечение застройки торговых площадей в торговых центрах
Размещение товаров участников проекта «Петербургский дизайн» (дизайнерами) и их подготовка к продаже в торговых центрах

6 этап

Открытие магазинов в торговых центрах

В приложении к данным информационно - аналитическим материалам приводятся техническое задание на оказание услуги по организации и проведению выставочно-ярмарочного мероприятия (торговой выставки) ремесленников, с участием петербургских дизайнеров и производителей продукции легкой промышленности; перечень ссылок на ведущие СМИ; перечень ведущих СМИ; резюме проекта; презентация проекта; план-график оказания услуги по организации и проведению выставочно-ярмарочного мероприятия (торговой выставки) ремесленников, с участием петербургских дизайнеров и производителей продукции легкой промышленности; смета расходов на реализацию проекта (приложения 2-7).

Сайт практики: <https://spb.pro/product/1406?ysclid=lg5ax58htu86312368>.

Описание практики в соцсетях - https://t.me/Petersburg_design;
https://vk.com/petersburg_design.

9.2. Проект «Как привлечь участников креативных индустрий в проекты экосистемы?» Создание эффективного сервиса для проведения конкурсов, премий, хакатонов и фестивалей КОНКУРС.РФ. Создание платформы для создания, управления и оцифровки отраслевых и тематических сообществ КОМЬЮНИТИ.РФ. (г. Москва).

Описание креативного проекта

Цель проекта: создание цифровых инструментов, конкурсного конструктора, обеспечение комьюнити менеджмента.

Задачи проекта:

- создание цифровой отраслевой платформы для участников креативных индустрий;
- создание отраслевого кадрового резерва креативных специалистов;
- создание платформенных решений для создания, управления и оцифровки отраслевых и тематических сообществ;
- создание эффективного сервиса для проведения конкурсов, премий, хакатонов и фестивалей;
- привлечение участников креативных индустрий в проекты экосистемы;
- консолидация участников отрасли, связанность территорий в единой цифровой среде.

Целевая аудитория:

- отраслевые ассоциации и творческие союзы;
- культурно – досуговые учреждения;
- продюсерские центры;
- театры и профильные агентства;
- представители арт-индустрии (галерей, кино/ТВ и др.);
- институты развития предприятий МСП;
- образовательные учреждения в сфере креативных индустрий.

В целях объединения участников креативных сообществ и развития креативных индустрий (музыка, исполнительское искусство, кино и телевидение, анимация, народные промыслы, культурное наследие, архитектура, дизайн, мода, ювелирное дело, архивы, музеи и др.) АНО

«Содействия развитию информационных технологий и социальных медиа» созданы цифровые решения, доступные для тиражирования в субъектах Российской Федерации:

- **цифровая платформа креативных индустрий «креативнаяплатформа.рф»** - единая площадка для представителей креативных индустрий - специалистов и организаций, объединяющая глобальное отраслевое сообщество через цифровые профили участников индустрии, а также обеспечивающая доступ к товарам, услугам и инфопродуктам на маркетплейсе. платформа предлагает возможность создания новых творческих решений, неожиданных коллабораций, поиск контрагентов и партнёров для творческих проектов не ограничен рамками своего профессионального сообщества.

- **конкурс.рф** - создание и менеджмент комьюнити. конкурсная платформа с возможностью запуска любого конкурса за 15 минут на домене заказчика и привлечением целевой аудитории из числа участников экосистемы «креативнаяплатформа.рф».

- **платформа fashion-id** для участников индустрии моды с сервисом для проведения конкурсов конкурс.рф.

Проблема - разобщенность участников отрасли, необходимость оцифровки индустрии.

Решение - консолидировать представителей отрасли на единой цифровой платформе.

Реализация - сервис для проведения конкурсов и премий, интегрированный с платформой отраслевого сообщества.

Единая цифровая платформа для представителей креативных индустрий «КРЕАТИВНАЯПЛАТФОРМА.РФ» - уникальная цифровая экосистема, объединяющая представителей креативных индустрий (физических и юридических лиц) на единой онлайн-платформе, оснащенной технически адаптированным инструментарием под экономические и рг-нужды сообщества.

А именно:

- единый ID с возможностью интеграции в разные сообщества по интересам (комьюнити.рф);

- маркетплейс, позволяющий оперативно запустить собственную товарную витрину и продажу продукции на платформе;

- функционал оперативного запуска (одной кнопкой) собственного сообщества, с возможностью фильтрации по отраслевому/иному принципу;

- возможность оперативного старта конкурсных проектов;

- адаптация платформы под мобильные устройства.

Не менее важными преимуществами данной платформы являются также:

- равные технические возможности для всех зарегистрированных пользователей;

- объединение на одной площадке региональных творческих союзов, ассоциаций и общественных организаций, находящихся сегодня в тени крупных игроков рынка креативных индустрий;

- легализация и систематизация рынка фриланса;

- очевидная экономия действующими участниками рынка креативных индустрий средств, необходимых для запуска собственной электронной площадки, ее продвижения в цифровой среде, фонда оплаты труда IT-специалистов и пр.

Ключевые возможности для пользователей: благодаря платформе fashion-id.ru 15 000 пользователей получили возможность представить свои работы, получить экспертное мнение, найти своего потребителя. Расширяя свой круг общения, пользователи платформы смогли создавать эффективные коллаборации с представителями фэшн-индустрии не только из других регионов РФ, но и из зарубежья.

«КРЕАТИВНАЯ ПЛАТФОРМА.РФ» обеспечивает оперативное получение информации, консультации профессионалов более высокого уровня, изучение новых веяний - всё это крайне важные аспекты не только для мира моды, но и для остальных индустрий. За период своего существования платформа показала устойчивый рост и вышла за пределы сообщества индустрии моды.

КРЕАТИВНАЯ ПЛАТФОРМА.РФ - цифровая площадка для всех направлений креативных индустрий. Она дает возможность пользователю выйти за рамки своего узкого направления и создать устойчивые связи с представителями других направлений.

Эффекты реализации:

- множество разрозненных профессиональных сообществ переходят в единое пространство творческих людей.

- цифровизация культурной отрасли даёт огромный толчок в развитии креативных индустрий РФ.

Главный результат:

Создан эффективный сервис для проведения конкурсов, премий, хакатонов и фестивалей КОНКУРС.РФ.

Создана платформа для создания, управления и оцифровки отраслевых и тематических сообществ КОМЬЮНИТИ.РФ.

Дополнительные результаты проекта:

Проведено более 20 конкурсных проектов за 2 года на платформе.

Создано крупнейшее в РФ отраслевое сообщество индустрии моды FASHION-ID.RU.

Обеспечена интеграция медиаплатформы FASHION.RU с профильным отраслевым комьюнити.

Этапы реализации проекта:

- уточнение задач заказчика;
- инсталляция базового функционала;
- наполнение контентом;

- кастомизация, функционала, дизайна и шаблонов, в случае необходимости;

- техническая поддержка.

В приложении к настоящим информационно-аналитическим материалам приводится презентация «Креативная платформа РФ».

Сайт практики: <https://креативнаяплатформа.рф>; <http://конкурс.рф>; <https://комьюнити.рф>.

Описание практики в соцсетях: <https://vk.com/konkursrfofficial>.

9.3. Креативный кластер в Черноисточинске. Как перезагрузить бывшие промышленные пространства, сделав их культурными точками притяжения? (Свердловская область).

Описание креативного проекта.

Цель проекта: Преобразование памятника архитектуры через создание на его территории полноценного креативного кластера.

Задачи проекта:

- выполнить работы по физическому сохранению объекта культурного наследия Урала;

- создание общественного творческого пространства для организации мероприятий, выставок, продаж и акселерации молодежных стартапов в сфере искусства и декоративно-прикладного творчества;

- повышение интереса к творчеству и узнаваемости имен и брендов местных творческих предпринимателей;

- создание возможностей для раскрытия предпринимательского потенциала людей творческих профессий и монетизации их таланта;

- реализация привлекательных событийных мероприятий для формирования целевого трафика посетителей;

- переход к эффективной работе бизнес-модели и организация стабильной системы продаж произведений креативных индустрий и продукции молодежных стартапов в сфере искусства и декоративно-прикладного творчества.

Целевая аудитория:

- художники и ремесленники, музыканты, находящиеся в поиске рынков сбыта своего товара;

- организованные туристы, путешественники по Уралу, школьные группы;

- молодые жители Среднего Урала, находящиеся на стадии выбора профессии и места жительства;

- жители Екатеринбурга, Нижнего Тагила и Черноисточинска.

Креативный кластер в Черноисточинске - проект по созданию общественного творческого пространства на территории бывшего Демидовского завода в поселке Черноисточинск в 25 км от Нижнего Тагила Свердловской области при активном участии местных креативных сообществ, ремесленнических объединений и активистов - местных жителей.

Креативный кластер уже зарекомендовал себя как творческое пространство для мастеров и художников, которое может вмещать одновременно до 4000 человек.

Предпосылки появления кластера

Исторически Черноисточинский железоделательный завод служил вспомогательным производством к крупнейшему производству Демидовых на Урале — Нижнетагильскому заводу. В середине XX века на территории завода было запущено производство чулочно-носочных изделий, однако после закрытия прядильно-ткацкой фабрики в начале 2000-х годов площади завода были приобретены в частную собственность.

Развитие территории завода с трехсотлетней историей стало возможным за счет «творческой» перезагрузки объекта и креативного осмысления пространства с последующей реконструкцией и модернизацией площадей. Благодаря тесному взаимодействию с креаторами и местными жителями в ходе реализации проекта удалось найти уникальную айдентику места и сформировать концепцию развития территории.

Первыми резидентами кластера стали местные жители, ведущие ремесленную деятельность, которые открыли на территории керамическую мастерскую, детский кукольный театр. Таким образом, на пустовавших площадях завода была запущена цепочка креативного развития пространства.

Механика реализации проекта

Объединение индустрий ремесленничества и туризма позволило генерировать туристический трафик, организовывать встречи туристов и ремесленников на одной территории с помощью серии взаимосвязанных событийных обучающих мероприятий по тематике декоративно-прикладного творчества, культурных, образовательных и развлекательных мероприятий.

В пространстве кластера уже есть работающие резиденты, генерирующие туристический трафик — чёрно-молочная керамика, модные домотканые половики, натуральная косметика, игрушки из дерева, балаганный театр, музей наличников, натуральные сладости.

Якорные резиденты отражают колорит и айдентику места и служат точкой притяжения туристического потока Свердловской области (детский кукольный театр «Кукушечка», керамическая мастерская «Елка»).

Инновационность проекта заключается в методологии «выращивания» мастеров через коворкинг и резидентство в полноценный креативный проект, работающий, как на ярмарках кластера, так и самостоятельно. Ремесленникам креативный кластер помогает трансформировать старинные уральские технологии в новую реальность, превращая их в модные утилитарные товары.

Актуальная повестка развития территории включает поиск новых резидентов, вписывающихся в уже существующую концепцию площадки.

Развитие и масштабирование проекта

На 2023–2024 гг. на площадке запланировано проведение серии фестивалей и акселераторов «Место силы уральских творцов» для продвижения творческих проектов и восстановления имеющихся площадей. Акселераторы для ремесленников в креативном кластере выступает платформой для старта проектов через обучение, практики продаж, музыкальные, театральные фестивали и ярмарки.

Очный акселератор для мастеров состоит из трех образовательных модулей с ярмаркой в финале каждого модуля, на которых ремесленники смогут интенсивно проработать свой проект с помощью консультаций от команды наставников. Продолжительность акселератора - 50 сессионных часов и лекционных программ от экспертов-мастеров.

Целями проекта «Место силы уральских творцов» являются:

- помощь местным мастерам в создании торговой марки;
- обучение по продвижению личного бренда и продажи авторских изделий;
- создание условий, которые вызовут спрос на товары ручного труда - организация тематических фестивалей, народных праздников, ярмарок, туристических программ выходного дня.

Ключевые задачи проекта:

- генерация потока туристов с численностью до 20 000 человек;
- привлечение новых ремесленников- резидентов - до 500 человек.

Главный результат :

- на 50% повысился турпоток в посёлок Черноисточинск;
- от 100 до 300 человек посещают территорию кластера каждые выходные.

Дополнительные результаты:

- 30% пространство бывшего завода заполнилось творческими резидентами;
- более 5 000 гостей привлекается на территорию кластера во время проведения фестиваля «Демидов-фест»;
- более 500 тысяч рублей составляет выручка креативного сообщества при проведении фестивалей.

На территории кластера работает торгово-выставочное пространство.

Обеспечена деятельность якорных резидентов, которые отражают колорит и айдентику региона.

Обеспечено привлечение туристического потока на территорию кластера.

Этапы реализации (12 месяцев)

- разработка концепции места;
- разработка бизнес-модели проекта;
- реконструкция здания и территории;
- серия мероприятий для привлечения туристического трафика;
- разработка и внедрение резидентской системы кластер;
- разработка продуктов и программ выходного дня;

- разработка программы продвижения.

В приложении к настоящим информационно-аналитическим материалам приводится презентация проекта (приложение 9).

Сайт практики: <https://vk.link/blackweekend.ural>.

10. Заключение

Как показывает практика, успешность развития креативных индустрий в регионах зависит от нескольких факторов: мер государственной поддержки, заинтересованности крупного, среднего и малого бизнеса в развитии территорий и инициативности творческих людей, готовых реализовывать свои идеи и создавать новое.

Однозначно необходима поддержка профессионалов творческого сектора, ведь они создают продукты и услуги новой экономики. Креативные индустрии - это не только создание рабочих мест, высококонкурентных продуктов, новых направлений деятельности, но и повышение качества жизни людей, расширение сфер их самореализации.

Однако по мнению экспертов креатив необходимо развивать не только в творческих индустриях, но и в других компаниях, которые уже развивают экономику в регионе.

Это будет способствовать повышению туристического потока в регион, созданию новых рабочих мест, улучшению качества жизни населения, благоустройству территории и развитию других секторов экономики, таких как общепит, спортивная сфера, логистика.

Кроме этого, креативные индустрии для Воронежской области - это рост «белой» занятости населения, сохранение и продвижение уникальных культурных традиций региона, развитие МСП и рост числа стартапов.

Все это приведет к повышению уровня жизни в регионе, а значит, повысит его инвестиционную привлекательность.