

Креативные индустрии для развития туризма: вопросы для Псковской области

Липецкая Марина Сергеевна
Эксперт ЦСР «Северо-Запад»

Доклад на проектном семинаре
«Развитие культурно-познавательного туризма в Псковской области»,
21—22 августа 2009 года

Модель развития рынков туризма и HoReCa периода экономического подъема 2000-х гг вряд ли сохранится в ближайшие годы. Псковская область стоит перед необходимостью срочной модернизации отрасли в условиях возрастающей конкуренции и инвестиционного замедления.

Изменение состава потребителей и их предпочтений.
Важно: разнообразие, вовлеченность, экологичность, безопасность

Туризм не существует сам по себе. Это часть других рынков: образовательных услуг, медицинских услуг, развлечений и пр. Тренды развития этих рынков необходимо учесть



И для туриста, и для горожанина ценность пребывания в городе — «уникальные ощущения» — важнее полученной информации

Требуется постоянное обновление продуктов и услуг . Цикл жизни проекта — не более 5 лет

Во многих городах Псковской области основным внутренним ресурсом, за счет которого возможно обновление, является уникальное наследие, однако пока степень его участия в реальной экономике недостаточна

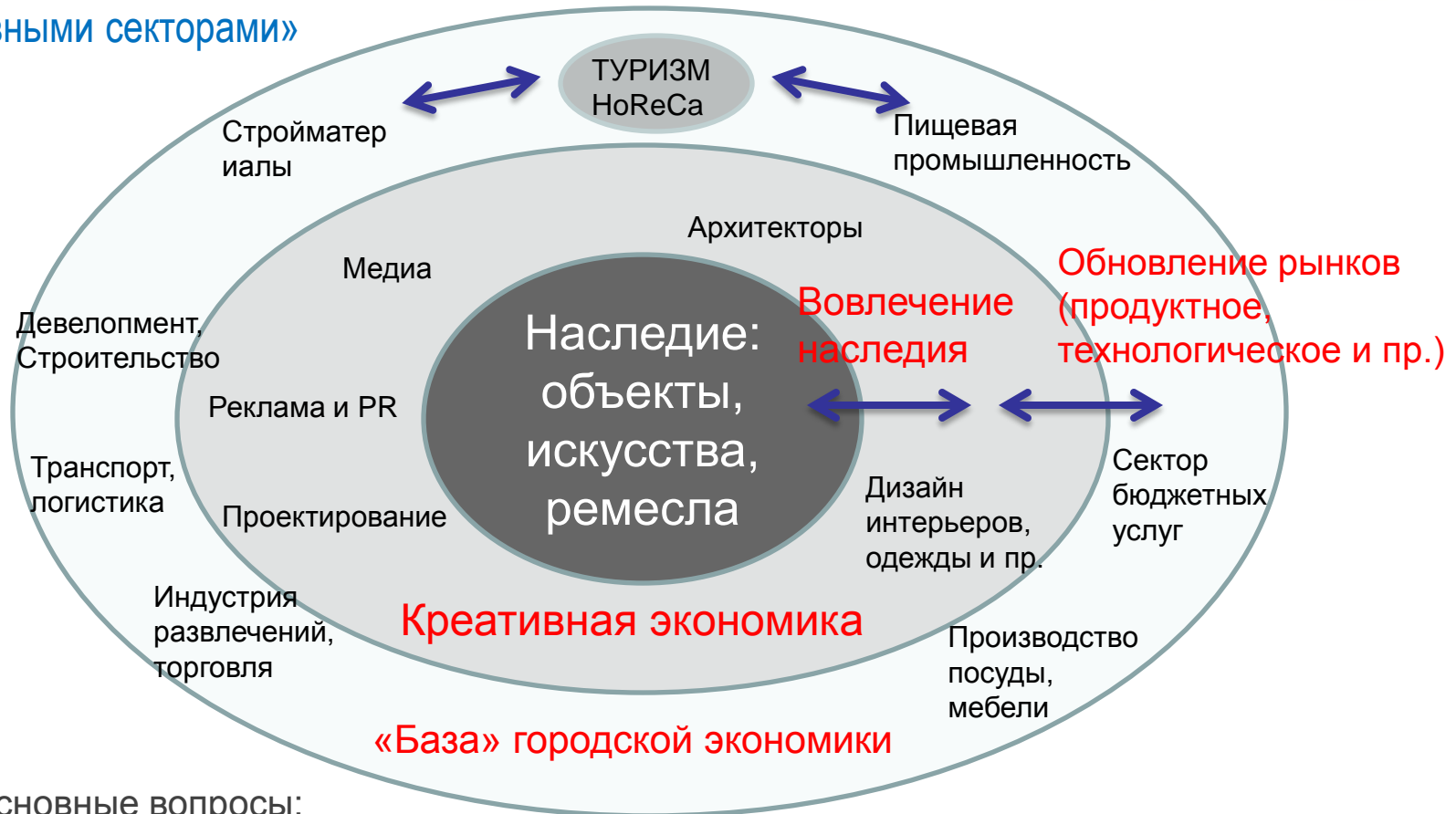
Отрасли экономики, использующие ресурсы наследия

| | Рынки | Дизайн интерьеров, посуда, мебель | Дизайн одежды | Ювелирное производство | Медиа, развлечения, спорт | Образование, в т.ч. проф | Туризм, HoReCa | АПК. Пищевая промышленность | Девелопмент, архитектура, строительство |
|-------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|---------------|------------------------|---------------------------|--------------------------|----------------|-----------------------------|---|
| Объекты наследия | Городища, археологические находки | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| | Фортификационные укрепления | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Дворянские усадьбы | ■ | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Церкви, монастыри | ■ | | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| | Светские постройки XVII—XIX вв | ■ | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Промышленные здания | | | | ■ | | ■ | | ■ |
| Ремесла, традиции | Кузнечное дело | ■ | | | ■ | ■ | ■ | | ■ |
| | Гончарное дело | ■ | | | ■ | ■ | ■ | | ■ |
| | Ткачество, производство льна | ■ | ■ | | ■ | ■ | ■ | ■ | |
| | Плетение лозы | ■ | | | ■ | ■ | ■ | | |
| | Гастрономия | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | |

■ Используются сейчас

■ Есть потенциал использования

Города, богатые наследием истории и культуры, смогут вовлечь его в экономическое использование только если обладают динамичными «креативными секторами»



Основные вопросы:

- 1 Как актуализировать наследие, которое является неотъемлемой частью существующей городской среды или в хранится в музеях, в новый продукт и обеспечить его место в рынках с помощью креативной индустрии?
- 2 Каковы возможности специальной работы с творческими видами деятельности как со значимой силой развития города?

Редевелопмент объектов наследия. Каждый проект должен быть направлен на: а) достижение сбалансированного городского развития; б) формирование уникального облика/имиджа города



Генуя с 1996 года реализует на условиях концессии проект строительства нового центра города в районе Античного порта. Реконструкция порта предусматривает размещение на его территории обширных публичных зон, объектов туристских аттракций (музеи, рестораны, магазины), проведение ключевых событий. Фактически это город в миниатюре

Обязательные субъекты работы:

Историки и археологи,
Консультанты, дизайнеры, проектировщики,
инженеры, ЖИТЕЛИ

Методы:

Мастер-планы редевелопмента центра
Ворк-шопы, отыскивающие уникальные идеи
Проектные офисы и центры, работающие
с отдельными объектами, ...

Общие принципы:

1. Направленность на решение наиболее актуальных проблем развития города (пространственных, экологических, социальных и пр.)
2. Каждый отдельный проект должен соответствовать общему видению развития города (стратегическим приоритетам)
3. Необходимость включения в процесс проектирования жителей

А Рыночная:
создать локальный бренд и вывести его на внешний рынок

Цель:
Маркетинговое продвижение местной продукции ремесел (брендинг или ребрендинг)

Механизмы:
— Исследование потребительских свойств, дизайн товара;
— Работа с упаковкой;
— Участие в российской и международной выставочно-ярмарочной деятельности

Б Технологическая:
создать принципиально новый продукт

Цель:
Обновление отраслей экономики города за счет включения элементов наследия

Механизмы:
— Серия ворк-шопов — выделение уникальных идей, традиций и их оформление;
— «Масштабирование» — приведение в соответствие рынкам;
— Внедрение на внутреннем рынке (городской заказ; конкурсы на лучший дизайн или архитектурный проект, работа с потребителями и пр.)



Программа Design 2005! Была направлена на технологическое обновление традиционного финского дизайна. Цель: обновленный дизайн должен послужить модернизации промышленности

Календарь событий, основанный на исторических событиях и фольклоре. Включение истории в рынки медиа-услуг развлечений



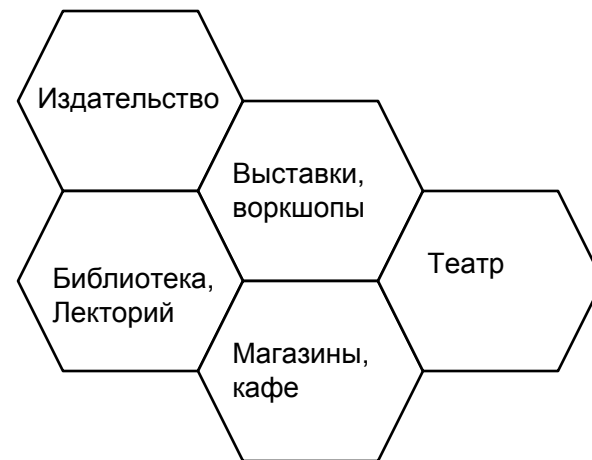
На развитие самостоятельных секторов креативных индустрий в регионе может уйти десятилетие масштабной работы. Основные направления политики:

Выдвижение новых требований к инфраструктуре культуры

(«живые» музеи, открытые и лекции и семинары в библиотеках и т.д.). Музеи не могут ограничиваться функцией экспонирования



Составные части музея современного искусства «Киасма» (Хельсинки)



Работа с талантами

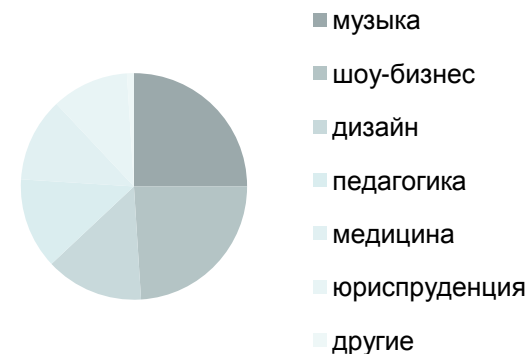
Обновление системы творческого образования:

- Новые образовательные программы в детском творчестве
- Связь профобразования и творческих индустрий

Историческая усадьба в пригороде Тампере работает одновременно как детская художественная школа и картинная галерея



Наиболее популярные профессии у британских абитуриентов по данным опросов



На развитие самостоятельных секторов креативных индустрий в регионе может уйти десятилетие масштабной работы. Основные направления политики:

Поддержка сетей и сообществ экономики творчества.
Конкурсы, гранты, события, ...

Китай: проведение творческих ярмарок продукции хенд-мейд.

Design Forum Finland — коммуникационная площадка.

Повышение доступности городской недвижимости для творческих групп и компаний. Организация креативных площадок

Арабианранта — организация крупнейшего на Балтике кластера искусств и дизайна в бывшем промышленном районе Хельсинки.



Проект комплексной реконструкции заброшенного квартала, ранее населенного бездомными.

На площадях бывшей фабрики Арабия — когда то самой крупной в Европе фабрик по производству посуды и фарфора — разместились корпуса Хельсинского университета искусств и дизайна (который стал главной содержательной и архитектурной доминантой района), жилые здания, офисы, торговые центры и пр. Среди новых проектов, организаций и инфраструктуры, созданной UIAN можно назвать: Медиа-центр «Луме» (крупнейший центр аудио-визуальных исследований в скандинавских странах), Финский институт управления в сфере дизайна, Designium — Центр инноваций в области дизайна (на основе сотрудничества между UIAN и других учебных заведений, предприятий и общественных организаций) и лаборатория «Media Lab».

UIAN также координирует проект «Развитие художников Арабии» — проект, инициированный городом и направленный на интеграцию творческих работников в процесс планирования развития района.

Создание инфраструктуры поддержки для творческой экономики — бизнес-инкубаторы, медиа-центры, креативные центры и пр.

Фонд «Центр стратегических разработок «Северо-Запад» — независимый общественный институт.

География проектов ЦСР «Северо-Запад»

1. Калининградская область
2. Город Калининград
3. Псковская область
4. Валдайское м.о. (Новгородская область)
5. Город Санкт-Петербург
6. Вологодская область
7. Республика Карелия
8. Архангельская область
9. П.г.т. Никель (Мурманская область)
10. Республика Коми
11. Ненецкий автономный округ
12. Карачаево-Черкесская Республика
13. Ростовская область
14. Воронежская область
15. Астраханская область
16. Смоленская область



Деятельность ЦСР «Северо-Запад» заключается в проведении стратегических исследований и выработке экспертных рекомендаций по широкому кругу социально-экономических вопросов.

Партнеры Фонда — федеральные министерства и ведомства, региональные и муниципальные органы власти, общественные и научные организации, бизнес-структуры.

География исследовательских проектов — 27 регионов России.

Основные направления деятельности Фонда:

Разработка стратегий развития регионов

Опыт: 22 проекта.

Городское развитие, креативная индустрия, кластеры

Опыт: Санкт-Петербург, Калининград, Иркутская агломерация, Никель, Сургут, Саранск, Нефтеюганск, Пермь, Ханты-Мансийск.

Туризм

Опыт: Ивангород, Валдайское МО, Красноярский край, а также разделы в стратегиях Иркутской области, Республики Алтай, Кемеровской области, Астраханской области, Ростовской области и Приморского края.

Образование

Опыт: исследования рынка образовательных услуг РФ, Сибирский федеральный университет (Красноярск), Большого Евразийского университета (Екатеринбург), Астрахань, Кузбасс.

Индустриальные и технологические парки:

Воронеж, Ханты-Мансийск

Форсайт

Совместные проекты: Курчатowski институт, Межведомственный аналитический центр, ЦИСН

Энергетика

Исследования по СЗФО

Проекты по статистике

Статистика пространственного развития по СЗФО