



КОНЦЕПЦИЯ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ — ГОРОД КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

www.3sdevelopment.com

1. Введение. Креативные индустрии: что это?.....	3
2. Слабость и сила креативных индустрий.....	5
3. Тенденции развития креативной экономики в мире и в России.....	7
4. «Креативный город»: тенденции в мире и в России	9
5. Что дает развитие «креативных городов»	14
6. Креативный кластер	17
6.1. Креативные кластеры Москвы	17
6.2. Креативные кластеры в Санкт-Петербурге.....	18
6.2.8. Перспективные проекты по созданию креативных пространств в Санкт-Петербурге	24
6.2.9. Меры государственной поддержки инвестиционных проектов по созданию креативных пространств	37
6.2.10. Вывод.....	41
План действий для Санкт-Петербурга в направлении развития креативных индустрий	42

1. Введение. Креативные индустрии: что это?

1.1. *Определение креативных индустрий*

Креативные индустрии — виды экономической деятельности, в основе которых лежит создание интеллектуальной собственности, создание продуктов или услуг, которые воспринимаются потребителем как новые.

Креативные индустрии – это синергия творчества и предпринимательства, здесь нельзя одно отделять от другого. Креативные индустрии создают новый (уникальный, инновационный) продукт или услугу, представители этих видов деятельности нацелены на извлечение прибыли.

Нельзя путать с культурными индустриями, которые в силу своей природы обычно не нацелены на извлечение прибыли. Это более широкое понятие.

Одновременно с термином «креативные индустрии» исследователи выводят такие понятия как «креативный город» или «креативный класс».

Развитие первого подчиняется общей задаче по повышению имиджа и привлекательности для туристов за счет создания уникальных продуктов или услуг представителями креативных индустрий. Креативный город развивается как туристически привлекательный центр.

Креативный класс – это не только представители креативных индустрий, но и потребители их продуктов и услуг.

В какой-то степени продукты креативных индустрий противопоставляют себя массовому рынку. Это точечные, эксклюзивные товары или услуги, но имеющие признаки масштабирования. Например, это может происходить в ИТ-сфере.

Креативные индустрии открыты любым контактам, их представители не мыслят категориями границ, они готовы масштабировать свою деятельность за пределы тех стран, где располагаются.

1.2. *Классификации креативных индустрий*

Практика исследований креативных индустрий показывает, что их классификация бывает абсолютно разной. Так, Дж. Хокинс в своей работе «Креативная экономика» подразделяет их на 15 секторов: реклама, архитектура, изобразительное искусство, ремесла, дизайн, мода, кино, музыка, исполнительское искусство, радио и ТВ, издательское дело, НИОКР, ПО, игры и игрушки, видеоигры.

Предлагаемая нами более укрупненная классификация включает в себя 8 типов креативных индустрий:

- a) Создание мультимедиа: аудио (музыкальная индустрия), видео (киноиндустрия), изображения (рисунки, фотографии), музыка и др.
- b) ИТ-продукты или услуги – в области интернета, приложения, системы управления, программное обеспечение и др.
- c) Масс-медиа – радио, телевидение, печатные и интернет издания, издательской дело
- d) Архитектура и дизайн – от крупных объектов недвижимости, инфраструктуры городов и автомобилей до моделей одежды.
- e) Ремесло, хэндмейд.
- f) Культурное образование, культурный туризм.
- g) Игровая индустрия - настольные игры, игры для детей, видео-игры и др.
- h) Организаторы мероприятий в сфере культуры и искусства (выставки, театральные и кино-показы, лекции, презентации продуктов творческих индустрий).

Но отличительным признаком любой из подобных классификаций можно определять наличие интеллектуальной собственности. Это, в частности, будет важным при ведении статистических показателей развития креативных индустрий. В противном случае, могут отсутствовать критерии, по которым можно относить тот или иной вид деятельности к креативному.

При этом стоит отметить, что вокруг креативных индустрий могут располагаться традиционные отрасли для экономики, представители которых готовы принять идеологию первых. Это ведет к созданию инновационных и нестандартных решений. Среди таких отраслей особо стоит отметить сектор общественного питания, где появляются новые форматы кафе и ресторанов, уличная торговля напитками и др. Также это могут быть спортивная сфера, логистика и некоторые другие услуги.

Развитие креативных индустрий дает возможность совершенствоваться смежным отраслям, что опять же на руку государству – создание новых рабочих мест, увеличение налоговых отчислений в бюджеты и т.д.

2. Слабость и сила креативных индустрий

2.1. Уязвимая сторона креативной экономики

Отрасли необходима поддержка со стороны государства или муниципальных властей. Это не прямое вливание средств, а косвенные меры в виде доступности финансовых услуг, налоговые и иные льготы, инфраструктуры для размещения офисов и рабочих мест, стимулирование спроса.

Преимущественно креативные индустрии представляют малые предприятия или индивидуальные предприниматели. В основном, это молодые компании, которые только находятся на стадии становления бизнеса. При их эффективной поддержке они могут вырасти в крупные предприятия и холдинги.

Согласно исследованию Еврокомиссии «Предпринимательский аспект культурных и креативных индустрий» (2010), 80% творческих бизнесов на территории ЕС – это малые предприятия, 60% из которых – микропредприятия с 1– 3 рабочими местами. При этом крупный бизнес составляет менее 1%, но обеспечивает около 60% оборота.

Таким образом, на определенной стадии развития креативных индустрий в Санкт-Петербурге можно рассмотреть возможность отдельной поддержки их представителей в рамках уже действующих городских программ, например, по стимулированию развития малого и среднего бизнеса.

2.2. Сила креативных индустрий (предпосылки для развития в России и Санкт-Петербурге)

2.2.1. Диверсификация национальной экономики

Основной объем ВВП в мире приносят традиционные секторы экономики – промышленность, строительство и др. Для России и Санкт-Петербурга в частности это также характерно. В Северной столице на промышленность приходится четверть ВРП, а доля налоговых отчислений составляет почти 30% в общем объеме доходов бюджета города.

Кризисный период 2008 года, а также 2014-2015 показал, что многие промышленные предприятия находятся в это время на грани закрытия, а некоторые, как General Motors, и вовсе прекращают свою деятельность.

Наличие современных динамичных индустрий, которые менее подвержены колебаниям на мировых рынках, дает возможность диверсифицировать риски от последствий подобных кризисов для города или страны.

В какой-то степени такие кризисы в мировом масштабе дают возможности для роста новых бизнесов, в том числе, из области креативных индустрий. Те, кто в силу ряда

причин, потерял работу на промышленных предприятиях в период кризиса, могут найти себя в нише креативных индустрий.

2.2.2. Существенная доля в ВВП; стимулирование роста национальной экономики

Как показывает мировой опыт, креативные индустрии — это один из драйверов национальных экономик, руководители которых несколько десятков лет назад приняли решение о стимулировании развития этого направления.

Например, в Великобритании доля креативных индустрий в ВВП в 2013 году составила 5%, что оказалось соразмерно доли всей строительной отрасли страны. В других странах доля в ВВП чуть меньше, но все же это не десятые доли процентов. Во Франции — 4%, в Германии — 2,6%, в США — 3,2%, в Австралии — 3,1%.

По данным конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), в период с 2002 по 2011 гг. существенно вырос объем торговли продуктами креативных индустрий. За этот период рост составил 8,8%, а на развивающихся рынках — 12,2%.

Таким образом, мы видим, что вклад креативных индустрий в ведущие экономики мира довольно значителен.

2.2.3. Занятость населения

Появление десятков и сотен новых бизнесов, которые находятся на стыке творчества и предпринимательства, несомненно, ведут к созданию новых рабочих мест. В силу своей специфики креативные индустрии привлекательны для молодежи, которая готова рисковать. В это заключается потенциал этой деятельности — риск может привести как к провалу, так и к созданию уникального продукта или услуги, имеющего потенциал для масштабирования.

Например, в Германии количество занятых в креативных индустриях уже превысило количество сотрудников в автомобильной промышленности. В 2000-х годах доля занятости в креативных индустриях в стране составляла 3% от общего количества работающего населения.

2.2.4. Наличие готовой к творчеству молодежи

Крупные города — это центры вузовского образования, многие университеты входят в число ведущих в мире. Соответственно, здесь сосредоточен потенциал будущих представителей творческих индустрий.

Развитие мультимедийных и информационных технологий обеспечило молодежи увеличение скорости получения и передачи информации, а также доступ к средствам создания продуктов или услуг, с помощью которых можно извлекать прибыль. Эти факторы могут играть определяющую роль в сочетании предпринимательства и творчества, что на выходе образует творческие индустрии.

В российских мегаполисах, включая Москву, Санкт-Петербурге, Новосибирск и некоторые другие города-миллионники, есть все предпосылки для развития креативной экономики, в том числе и на базе вузов путем привлечения активной молодежи.

3. Тенденции развития креативной экономики в мире и в России

В Европе и многих других регионах мира креативные индустрии планомерно превращаются в важнейший девиз социально-экономических изменений. Во многих странах культурные индустрии уже являются выдающимися не только по традиционным экономическим показателям, но и по показателям обеспечения трудоустройства. Это отрасли, в которых создается больше всего рабочих мест.

Креативные индустрии стимулируют мировую экономику и составляют 3% мирового ВВП, обеспечивая рабочими местами 29,5 миллионов человек (1% от всего мирового активного населения). По данным исследования, представленного Международной конфедерацией общества авторов и композиторов (CISAC) совместно с UNESCO, в декабре 2015 года, доходы от креативных индустрий превышают доходы от телекоммуникационных услуг и создают больше рабочих мест, чем автомобильная промышленность Европы, Японии и США вместе взятых (29,5 млн против 25 млн).

Лидером в развитии креативных индустрий является Азиатско-Тихоокеанский регион, на долю которого приходится 33% всех мировых доходов от креативных индустрий и создается 43% рабочих мест с наибольшей потребительской базой и быстрорастущим средним классом. Основное направление развития — индустрия игр, которую быстро догоняет издательское дело.

Европа: 32% от мировых доходов креативных индустрий и 26% рабочих мест. Креативные индустрии здесь имеют богатые исторические корни и сильную государственную поддержку. Благодаря этому Европа остается законодателем на мировой арене культурных и творческих индустрий с опорой на высокообразованное население и хорошо структурированную экосистему с участием таких крупных игроков, как WPP Group, Pearson, Axel Springer, Universal, Ubisoft и другие.

Северная Америка: 28% от мировых доходов креативных индустрий и 16% рабочих мест. Лидирующие отрасли: кино, ТВ, исполнительское искусство, создание цифрового культурного контента.

Латинская Америка: 6% от мировых доходов креативных индустрий и 7% рабочих мест. Латинская Америка и Карибский бассейн обладают богатым культурным и природным наследием, активно развиваются отрасли телевидения и масс-медиа.

Африка и Средний Восток: 3% от мировых доходов креативных индустрий и 8% рабочих мест — в основном, благодаря африканской музыке, которая занимает центральное место в развитии популярной музыки Америки и Европы.

Вклад креативных индустрий в экономику России на фоне развитых стран мира пока выглядит слабовато: даже такой «продвинутый» российский мегаполис, как Москва, имеет долю креативных индустрий в валовом региональном продукте только 8%, опережая Латинскую Америку, но значительно отставая от Северной.

4. «Креативный город»: тенденции в мире и в России

С развитием креативных индустрий в мире появилось понятие «креативный город». Главная задача таких городов — создание инновационной среды, продукция или услуги которой могут внедряться, в первую очередь, на территории этого же города. Творческие индустрии способствуют трансформации городов в глобальные инновационные центры, со стабильными показателями роста благосостояния, увеличения числа рабочих мест, с грамотным распределением городских ресурсов.

Наиболее ярко тенденции развития таких городов прослеживаются в Великобритании, Германии, Китае.

4.1. Великобритания

Великобритания — родина концепции «креативный город». Именно здесь впервые креативная экономика вошла в число приоритетов государственной политики. Экономический кризис 1980-х годов стал тем вызовом, в ответ на который были разработаны программы развития творческих индустрий. Это позволило привлечь новые инвестиции и решить проблему занятости. На заброшенных промышленных территориях начали создаваться творческие кластеры.

Большая часть полномочий и задач по развитию креативных индустрий были возложены на региональные и местные администрации. Для успешной реализации государственной политики в данной сфере применен комплексный подход, включающий в себя снижение арендной платы, программы поддержки малого бизнеса (льготное кредитование и консультационная помощь и т.п.).

Функцию посредника между бизнесом, местными администрациями и творческими людьми выполняют специально созданные агентства. В их сферу деятельности входит управление недвижимостью, бизнес-планирование и разработка инвестиционных проектов по созданию креативных кластеров. Так, в Лондоне, где сконцентрирована почти треть от всего числа занятых в секторе креативной экономики, работает около двух десятков таких агентств.

Как пример британского «креативного города» можно привести Хаддерсфилд, который в 1997 году вошел в число победителей конкурса «городов-новаторов», объявленного Евросоюзом, получил 6 млн ЭКЮ в тогдашней валюте ЕС. Эти средства были направлены на финансирование 16 экспериментальных программ, рассчитанных на трехлетний период, до конца 2000 года. В том числе реализованы такие проекты как: «Вызов тысячелетия», в рамках которого предполагалось осуществить в городе 2000 инновационных проектов; «Развитие творческого бизнеса», «Размещение творческих инвестиций» — эти программы были разработаны с целью для поддержки и развития малого и среднего бизнеса.

К 2000 году депрессивный в начале 1990-х годов город прочно встал на путь экономического роста, число безработных сократилось более, чем вдвое. Сформировался устойчивый позитивный имидж Хаддерсфилда на международном уровне.

4.2. Германия

Начиная с середины 1980-х годов промышленное производство Германии было преимущественно вынесено за пределы городов. На месте промышленных зон начали формироваться творческие кластеры, которые в крупных городах заняли целые улицы и районы. Вклад творческих индустрий в ВВП страны к 2009 году составил 63 млрд евро.

Город Берлин считается одним из крупнейших креативных центров мира. Согласно отчету берлинской мэрии 2008 года («Creative Industries in Berlin. Development and Potential»), на территории города расположено 6775 предприятий креативного сектора: кварталы художников, центры современного искусства, театральные и концертные площадки, всевозможные арт-кластеры и объекты.

Также в качестве примера «креативного города» можно назвать Эссен, где в 1930-е годы был построен единый комплекс шахт Zollverein площадью 14 кв. км. Во время кризиса 80-х годов шахту закрыли. В 1988 году правительство земли Северный Рейн-Вестфалия утвердило план по преобразованию промышленной зоны в центр дизайна, образования, туризма и культуры. На территории бывшей шахты разместились музеи (Музей Рура и Музей современного промышленного дизайна), Центр дизайна земли Северный Рейн-Вестфалия, Центр современной хореографии, арт-студии и офисы креативных компаний. Ежегодно центр Zollverein привлекает около 800 тысяч туристов и представителей современного искусства.

4.3. Испания

Ярчайшим примером государственного участия в развитии креативной экономики стал «Город искусств и науки» в районе Валенсия, созданный по заказу правительства Валенсии архитекторами Сантьяго Калатрава и Феликс Кандела. Это уникальный урбанистический массив, «город будущего», объединивший функции выставочного центра, научного городка и арт-кластера, стал одним из выдающихся образцов современной футуристической архитектуры и достопримечательность, привлекающая миллионы туристов из всех стран мира.

В 1989 году президент Валенсии Жуан Лерма принял идею, которую предложил Хосе Мария Лопес Пайнро — профессор истории наук университета Валенсии, построить научный музей в парке старого русла реки Турия. Стоимость проекта оценили в 150 миллионов евро.

В мае 1991 году городской совет передал землю — 350 гектаров — под строительство, а через несколько месяцев Калатрава представил проект будущего комплекса, в который вошло несколько объектов: полусфера Эмисферик, Музей науки и искусства Принца

Филиппа, Оперный дворец королевы Софии, Оранжерея Умбракле, Океанографический музей, Мост Ласут дэ Ор и здание Агора. Сумма финансирования вызвала протест со стороны Народной партии, однако действующая власть настояла на продвижении проекта.

Строительство началось в конце 1994 года. В апреле 1998 года открыл свои двери для публики первый объект «города искусств и науки» — L'Hemisfèric, кинотеатр IMAX, планетарий, театр лазерных постановок. Завершено строительство всех объектов было в 2005 году.

Город-музей используется как бизнес-площадка: все залы сдаются под проведение специальных мероприятий, пространства используются для организации рекламных кампаний, проведения концертов на открытом воздухе. Особое внимание уделяется детскому образованию - ежедневно площадку организованными группами посещают школьники и студенты. Город объединяет профессиональные научные группы, это также место для проведения разнообразного семейного досуга. Строительство Города искусств и наук стало частью успешного брендинга города посредством архитектуры.

Местное правительство, инвестировавшее большие средства на развитие в городе креативных индустрий, не сомневается, что расходы окупятся. В перспективе планируется передать комплекс частным инвесторам. Экономисты прогнозируют увеличение туристического потока к 2019 году на 40%.

4.4. *Китай*

Примеры креативных городов в Китае (кроме Гонконга, который вошел в состав КНР недавно) — это Шанхай и Пекин.

Говоря о тенденциях преобразования промышленной зоны в творческий кластер, нельзя обойти вниманием «Фабрику 798» в Пекине. Фабрика электроники, расположенная в районе 798 Пекина была возведена в 1950-е годы архитекторами из ГДР — крупнейший проект Восточной Германии в Китае. Сегодня это широко известный во всем мире центр китайского авангардного искусства, где расположены мастерские художников, выставочные залы, театральные площадки. Фабрика 798 — одно из самых посещаемых туристами место в китайской столице.

Шанхай пришел к статусу креативного центра Китая путем последовательных действий коммунистической партии. С 2004 года именно здесь проходит ежегодная «Международная неделя креативных индустрий».

4.5. *Россия*

В сравнении с развитыми странами, понятия «креативный город», «креативная индустрия» для России относительно новые. Однако в последние годы в нашей стране уделяется все большее внимание проблемам развития этого сектора экономики и созданию инфраструктуры для его развития. В ряде российских городов, таких как

Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Пермь и некоторые другие, идет создание и развитие творческих кластеров, несмотря на кризисные явления в экономике страны.

Центром создания креативной инфраструктуры является столица России. Так, в 2013 году по инициативе Департамента культуры Москвы здесь был создан центр поддержки социокультурных проектных инициатив «Творческая Москва».

Основными задачами проектного центра стали: преодоление разрыва между существующей культурной инфраструктурой и культурными потребностями жителей, создание новых рабочих мест в сфере малого и среднего бизнеса, поддержка творческого предпринимательства, в первую очередь — стартапов, содействие творческой самореализации жителей города. В настоящее время Центр сосредоточился на проблемах перевода традиционных культурных институтов на рыночные рельсы и на развитии городской периферии. Образцом служат «креативные города» Европы, в первую очередь Берлин, где каждый окраинный район имеет собственный бренд.

Одним из актуальных направлений развития городской периферии является редевелопмент промышленных зон. В Москве такие территории составляют около 18,8 га или 16% территории города. Большая их часть расположена за пределами третьего транспортного кольца и являются потенциально привлекательными для создания творческих кластеров.

4.6. Вывод

Сегодня креативная индустрия стала мировым трендом в развитых странах. Россия находится на стадии перехода от индустриальной экономики к экономике нового типа.

Переход к инновационной, т.е. креативной экономике в постиндустриальном мире стал адекватным ответом на вызовы мирового экономического кризиса. В традиционном обществе источником доходов было преимущественно сельское хозяйство, в индустриальном — промышленное производство, в постиндустриальном — производство интеллектуального продукта. Первыми шаг к такому переходу сделали развитые западные государства, начиная с Великобритании. Локомотивом преобразований выступило государство на всех уровнях, от Евросоюза до местных администраций, через специально создаваемые агентства, которые выполняют роль посредников между властью, обществом, бизнесом наукой и творческими людьми.

Креативная экономика создает благоприятный инвестиционный климат, благодаря которому к участию в развитии творческих индустрий и создании креативных кластеров вовлекается как малый и средний бизнес, получивший государственную поддержку, так и крупные корпорации, увидевшие здесь широкие перспективы для получения прибылей. С развитием креативной экономики многие города в разы увеличили свою туристическую привлекательность. Новые объекты, инфраструктура, удобная для туристов, интересные события — это и многое другое позволяет привлекать внимание путешественников.

В процессе преобразований возникли и новые лидеры мировой экономики — инновационные компании, такие как Google или Tesla, столь ошеломительный успех которых был бы невозможен без внимания со стороны государства и бизнеса к креативному классу.

Таким образом, становление креативных индустрий в крупном городе всегда сопровождается мощными инфраструктурными изменениями и появлением новых лидеров экономики. Одновременно растет внимание к таким городам со стороны туристов. Все эти процессы дают новый импульс экономическому развитию.

5. Что дает развитие «креативных городов»

Кроме инновационной, культурной и творческой составляющих, «креативный город» также и максимально комфортная территория для жителей и гостей, благодаря хорошо развитым городским службам, включая общественный транспорт, ЖКХ, информационные услуги, социальную, туристическую, событийную и коммерческую инфраструктуру.

Здесь удобно перемещаться, получать все необходимые услуги быстро и доступно, быть в центре культурных, творческих, спортивных и иных досуговых событий. Это значительно повышает туристическую и инвестиционную привлекательность таких городов.

5.1. *Расширение туристической привлекательности*

Перед каждым городом стоит цель — предоставить туристу максимальный набор услуг, чтобы он был готов вновь сюда вернуться. Набор традиционных туристических локаций в каждом из крупных городов остается неизменным. Поэтому появление новых мест, новых индустрий, событий и других атрибутов туристически привлекательного города позволит сформировать потребность к тому, что турист вновь сюда вернется. Эту задачу как раз могут решить креативные индустрии.

В Москве и Санкт-Петербурге уже реализован ряд проектов в транспортной инфраструктуре и управлении городами, в еженедельном режиме проходят крупные события, которые притягивают туристов из соседних регионов или стран.

Для Санкт-Петербурга развитие туризма — одна из главных целей в экономическом и социальном развитии города. Поэтому креативные индустрии дают возможность Северной Столице постоянно обновлять туристический имидж.

5.2. *Плейсмейкинг*

Важную роль в развитии мегаполисов с участием креативных индустрий играет идея плейсмейкинга, которая активно развивается в Европе и Америке.

Плейсмейкинг (от английского «place» — «место») — разносторонний подход к обустройству мест общественного пользования с вовлечением различных сообществ — родился в 70-е годы в среде ландшафтных архитекторов и градостроителей. В основе идеи — мониторинг общественной активности в том или ином городском пространстве. Цель — понять, как люди, живущие или работающие в данном месте, его используют, каковы их потребности и желания. Полученная информация ложится в основу разработки общей концепции публичного пространства, которая позволяет сделать это место наиболее привлекательным как для местного сообщества, так и для туристов.

Для реализации идей плейсмейкинга необходима координация усилий всех участников проекта по созданию успешного общественного пространства, включая государственные структуры, девелоперов, строителей, архитекторов, дизайнеров, специалистов по энергосистемам и транспорту, общественность, население.

Пример: парк Дискавери Грин в Хьюстоне, США. На месте умирающего квартала, где раньше был деловой центр, завязанный на автомобильный трафик и фактически непригодный для жизни, обустроен парк с катком, уличными кафе и многофункциональными пространствами. Парк открылся в 2008 году и имел грандиозный успех: каждый год его посещает 2,3 миллиона человек. Средства на поддержание парка поступают из четырех различных источников приблизительно равными частями — по 650 000 – 750 000 долларов. Во вложениях суммируются вклад муниципалитета, рента владельцев кафе и ресторанов, доходы от праздников, проходящих дважды в год, а также пожертвования и арендная плата организаторов частных мероприятий.

5.2.1. Плейсмейкинг в России

В Россию плейсмейкинг как инновационный подход к развитию территорий пришел только в XXI веке и начал свое победное шествие по стране с Москвы. Наиболее показательный пример — облагороженные в 2014 году улицы Пятницкая, Покровка и Маросейка, где значительно увеличена пешеходная зона, созданы велосипедные дорожки, установлены современные уличные фонари и удобные, красивые скамейки, отремонтированы фасады и вывески. Теперь этот квартал привлекает множество туристов, а жители столицы приезжают специально, чтобы гулять и проводить свой досуг.

В Санкт-Петербурге идеи плейсмейкинга пока не получили масштабного развития. Но с учетом возможностей редевелопмента промышленных территорий именно общественное мнение в лице креативных индустрий и жителей районов способно сыграть ключевую роль в новом облике этих объектов. К тому же, развитие таких территорий будет способствовать развитию прилегающих к ним объектов.

5.3. Развитие заброшенных территорий

В силу своей специфики представители креативных индустрий не обращают особого внимания на классификацию бизнес-центров или промышленных площадок. Им требуются небольшие помещения, максимально пригодные для творчества. Исторически в России и мире сложилось, что такими площадками стали выступать территории бывших фабрик, заводов, казарм, объектов инфраструктуры (газгольдеры и др.).

В Санкт-Петербурге принято, что данные объекты находятся на так называемой территории серого промышленного пояса. Это набережная Обводного канала, а также побережье Невы к Северу и Востоку от центра города. При развитии таких площадок серый пояс получает новый современный облик, а не набор заброшенных зданий, расширяется карта деловой активности города. Жители периферийных районов, соответственно, получают новые места, где они могут не только работать, но и отдыхать.

5.4. Медийность

Представители креативных индустрий больше стремятся к медийности, чем крупные корпорации. Это пользователи социальных сетей, которые способны от своего имени

создавать новости, уверенные пользователи интернета, где могут извлекать прибыль, также они предстают более оперативными и мобильными источниками информации. Им не надо согласовывать во множестве инстанций каждое свое сообщение, в отличие от пресс-служб корпораций, они сами находят информационные поводы и подают их так, как считают нужным.

Подобная медийность открывает новые возможности для информационного продвижения креативных индустрий и креативных городов – среди жителей этих городов и туристов.

5.5. Вывод

Таким образом, креативные индустрии позволяют городам и отдельным странам получить дополнительный импульс к развитию, заметно усилить или упрочить собственную экономику и выйти в лидеры глобальных рынков.

При этом креативная индустрия может способствовать экономической реинтеграции. К примеру, в Великобритании город Ливерпуль оказывает помощь более чем 200 творческим организациям, начиная от Ливерпульского филармонического оркестра и театра Everyman и заканчивая малыми творческими предприятиями местного уровня. При этом Городской совет Ливерпуля создал специальную программу по развитию предпринимательского мышления у представителей творческих индустрий.

Креативные индустрии – это не только существенная доля экономики, но и форма жизни целого поколения (на данный момент – миллениумов, т.е. жителей России, родившихся в период с 1985 по 2000 гг), и социальное развитие.

Создание комфортных условий для стимулирования творческой и предпринимательской активности этого поколения дает синергетический эффект для развития любого государства. Например, это готовность молодых талантливых специалистов из IT, дизайна и других креативных отраслей жить и работать в своей стране, а не уезжать на острова и заниматься дауншифтингом.

Применительно к России в целом и к Санкт-Петербургу в частности это решит очень актуальную на сегодня проблему дефицита молодых квалифицированных кадров в наукоемких отраслях экономики.

6. Креативный кластер

Основным инструментом и «базой» для существования и развития креативных индустрий является творческий кластер. Во всем мире такие кластеры создаются путем редевелопмента промышленных и иных территорий.

В качестве примеров можно привести целый ряд объектов, в том числе: Газометры в Вене (арт-пространство, созданное на базе бывших газгольдеров); NDSM — крупнейший голландский «город искусств», на территории бывшей судовой верфи в Амстердаме; нью-йоркский Chelsea Market, объединивший торговый молл, офисное и арт-пространство на территории бывшей кондитерской фабрики, культурный центр Каарели в Хельсинки.

Общая закономерность, объединяющая все эти примеры, — наличие «якорных» арендаторов — крупный и средний бизнес, который и становится «локомотивом» развития креативного пространства, плюс развитая туристическая инфраструктура — добавленная стоимость таких проектов.

Так, финская кабельная фабрика Каарели превратилась в продвинутый арт-квартал после того, как в конце 80-х эту территорию приобрела компания Nokia, она и выступила инвестором преобразований. Огромная голландская розничная сеть Hema — якорный арендатор арт-кластера NDSM, а в Chelsea Market обосновалась всемирно известная компания Google.

В России эти тенденции прослеживаются в Москве — в первую очередь, в уже действующих проектах, таких как «Флакон», «Artplay», «Фабрика», АРМА, Винзавод.

6.1. Креативные кластеры Москвы

Кластер	Арендаторы
ARTPLAY (бывшие промышленные пространства, площадь в 75 000 м ²)	Более 300: архитектурные мастерские и дизайн-бюро. Британская высшая школа дизайна, Архитектурная школа МАРШ, Московская школа кино, Школа компьютерной графики Screamschool, Бизнес-школа RMA. Магазины, арт-студии, выставочный центр.
Дизайн-завод (территория стекольного завода 25 000 м ²)	Флакон бывшего Более 200: дизайн-студии и архитектурные бюро, креативные и рекламные агентства, мастерские и издательства, образовательные проекты и детские студии, арт-кафе и шоу-румы, коворкинг. В числе арендаторов: телеканал «Дождь», Московский дом ресторатора, бренд одежды «Анна Чапмен».
Фабрика (на территории действующей Фабрики технических бумаг)	Более 60: мастерские и студии дизайна, архитектуры, театра и кино, мультипликация и современная музыка, фэшн-фото, кулинария и т.д. В 2008 году проект стал членом международной сети независимых культурных

центров TransEuropeHalls.	
АРМА (бывший Московский газовый завод, 12 строений общей пл. 50 000 м2, в т.ч. три газгольдера)	Более 50: офисы, рестораны, студии, шоу-румы и магазины, клубные площадки.
Винзавод (бывший винзавод «Московская Бавария, территория 20 000 кв.м.)	Около 30: проекты «Стена», «Территория дизайна», «Платформа», «BestofRussia», Винзавод-Просвет. Магазины, в т.ч. супермаркет «Передвижник», книжный магазин «Фаланстер», шоу-румы, кафе и рестораны и др.

Редевелопмент промышленных территорий позволяет при невысоких первичных инвестициях значительно увеличивать прибыль от аренды. Так, в случае дизайн-завода «Флакон» изменение концепции развития территории на дизайн-кластер и последующая работа по созданию творческого пространства позволила увеличить не только площадь территорий, сдаваемых в аренду, но и в 4 раза за 5 лет увеличить ставку арендных платежей.

В целом, арт-кластеры Москвы предоставляют помещения в аренду по цене максимум 20 000 руб за квадратный метр, и это ниже, чем в офисных центрах. Даже представители пространства Artplay с самой высокой ставкой по столице отмечают, что в их базе находится больше тысячи желающих, а конкурс арендаторов в арт-кластере «Флакон» составляет около трех компаний на место.

6.2. Креативные кластеры в Санкт-Петербурге

По данным Calvert Forum доля креативных индустрий в ВРП Санкт-Петербурга в 2013 году составляла 6%, а процент занятых в креативных индустриях — только 2% от общей численности населения.

Санкт-Петербург, помимо обозначенных выше предпосылок развития креативных индустрий в России, имеет ряд своих особенностей.

6.2.1. Культурная столица

За городом закрепился статус культурной столицы. Во многом это следствие исторического наследия Петербурга. Традиционные достопримечательности, к которым добавляются культовые места поздней Советской истории и первых 20-ти лет развития России продолжают оставаться привлекательными для туристов, а также для тех, кто предпочитает переехать в город на постоянно место жительства.

Соответствие статусу дает предпосылки для развития новых креативных индустрий. Стремление к предпринимательству и независимости от работодателя среди молодого поколения в синергии с историческими особенностями Петербурга могут формировать новые отрасли экономики, основанные на творчестве.

6.2.2. Туристический потенциал

В 2015 году Санкт-Петербург посетило 6,5 млн туристов. Этот показатель превысил результат 2014 года. Чуть менее половины гостей города – 2,8 млн человек – составили иностранные граждане.

Такие показатели позволяют говорить о том, что есть все предпосылки для формирования предложения разнообразного объема услуг для туристов. Креативные индустрии, формируя отдельные креативные пространства, или создавая собственные продукты или услуги в уже традиционных туристически привлекательных местах, повышают имидж Петербурга в глазах гостей города.

6.2.3. Близость к границе с Европой

Наличие границы с Европой в 200 км от Петербурга дает уникальную возможность городу для трансграничного сотрудничества, в первую очередь, с Финляндией, как одним из ведущих инновационных государств в мире, а также с Эстонией, которая постепенно развивает инновационную деятельность.

Финские предприниматели и инвесторы готовы рассматривать российские (в силу близости, в первую очередь, петербургские) проекты в области креативных индустрий для совместного ведения бизнеса или инвестиций.

6.2.4. Традиции проведения крупных событий в области развития креативных индустрий

В Санкт-Петербурге был инициирован целый ряд мероприятий для представителей креативных индустрий. Наличие больших открытых пространств недалеко от центра города позволяет проводить масштабные события в летнее время. Например, в 2015 году в городе прошел первый фестиваль ВКонтакте (группа участников этого события в социальной сети насчитывает более 600 000 человек), а несколько лет назад именно в Петербурге зародилась традиция организации GeekPicnic с демонстрацией интересных разработок петербургских студентов или предпринимателей. Сейчас это событие масштабировано не только в других городах России, но и в других странах.

В городе в связи с этим сформировались некоторые пассионарные группы, которые аккумулируют вокруг себя представителей креативных индустрий.

6.2.5. Наличие нескольких центров активностей представителей творческих индустрий

Эти центры активности расположены преимущественно в центре города, не имеют друг к другу никакого отношения, но пересекаются по целевой аудитории. Здесь есть офисные пространства, места для проведения открытых мероприятий (лекций, семинаров), площадки для выставок и презентаций, мелкие производственные цеха.

Полный обзор площадок представлен ниже.

Действующие креативные кластеры Санкт-Петербурга:

Название, локация, площадь	Описание	Целевые аудитории, арендаторы
«Этажи» Лиговский пр., 74, Центральный р-н 2007 г. Территория бывшего хлебозавода. 3000 кв.м..	Многофункциональное арт-пространство. 2 галереи современного искусства, 4 выставочных пространства, кофейня, открытая крыша, кафе, магазины, хостел Проект «улица Контейнерная».	Креативный малый бизнес: магазины, кафе стрит-фуд, стартапы творческой направленности.
«Ткачи» Обводный канал, 60 В здании реконструированной ткацкой фабрики. Более 10000 кв.м.	Крупнейший в СПб территориальный креативный кластер. Магазины и шоу-румы, офисные и лекционные помещения, + 1.000 кв.м. открытого публичного пространства Tkachi Open Space	Около 50 арендаторов: дизайнеры, скульпторы, проектировщики, IT-индустрия. Малый и средний креативный бизнес.
«Contour Family – Ленполиграфмаш» Аптекарский пр., 4 Промзона завода Ленполиграфмаш площадью 20 000 м2. Сад на крыше 1200 м2	Инициативное объединение резидентов и участников креативных пространств СПб. Цель — создание развитой экосистемы для жизни, работы, творчества. Коворкинг, центр печати; три конференц-зоны; концертная площадка; кафе, фудкорт; апартаменты, хостел, салон красоты, шоу-румы, офисы и мастерские.	Гончары, флористы, декораторы, фотографы и дизайнеры одежды, кафе, магазины, дизайн-маркет. Малый креативный бизнес.
«Музей уличного искусства» Шоссе Революции, 84 В здании действующего Завода слоистых пластиков. Площадь промзоны 11 га	Территория делится на две зоны — постоянную экспозицию на действующем производстве и публичную площадку, где проходят выставки и массовые мероприятия. В процессе создания — производственно-креативный кластер: мастерские, офисы, творческие студии, производственные цеха.	Малый бизнес: творческие индустрии. Скульпторы, художники, кузнечная мастерская, производство декораций, спортивных площадок и рамп. Творческие студии.
«More Place» Проспект КИМа, ВО бывшее КБ НПП «Сигнал». 13 000 м2.	Эко-лофт. Мастерские, дизайн-студии, магазины, шоурумы, киностудии, эко-проекты, образовательные и спортивные студии, театр, офисы.	Более 100 резидентов, малый и средний бизнес.
«Артмуза» 13 линия ВО Здание завода музыкальных инструментов. 13 000 м2	Арт-кластер. Художественные галереи, дизайн-студии, модные дома, рекламные агентства, креативные пространства, студии интерьера, институты бизнес-арта, мастерские художников и скульпторов. Рестораны, кафе.	Около 100 резидентов. Малый и средний бизнес в арт-сфере и в сфере дизайна, event-индустрия.
«Тайга»	Мастерские, выставочное пространство,	Более 20 резидентов:

Дворцовая наб., 20 Исторический особняк на Дворцовой наб., около 1700 м2	магазины и шоу-румы, типография, радиостанция, архитектурные и арт-студии, рекламное агентство, хостел и вегетарианское кафе.	малый креативный бизнес.
Голицын Лофт Исторический особняк на наб. Фонтанки, 20. 6000 м2	Недавно открывшееся креативное пространство. Планируется размещение шоу-румов и магазинов одежды, баров и кафе, мастерских и офисов креативных компаний, фото- и дизайн-студий. Контейнерный бокс-парк во дворе.	Малый и средний креативный бизнес. Среди резидентов — популярное пространство «Цифербург».
«Люмьер-Холл СПб» СПб, Обводный канал 74С В здании бывшего газгольдера. 12 залов от 20 до 1500 м2 + двор 3000 м2.	Уникальное мультимедийное пространство: мультимедийный зал. 2 галереи, лекционные и конференц-залы во временную аренду.	Event-индустрия: организаторы выставок, презентаций, конференций и др.
«Эрарта» 29 линия ВО Здание НИИ синтетического каучука, 10 000 м2	Крупнейший музей современного искусства, галереи, театр, дизайн-мастерская, кафе.	Event-индустрия. Художники, деятели искусства, кино и театра.
Пушкинская, 10 1989 г. Бывший сквот художников в расселенном жилом доме	Первое креативное пространство в СПб, единственная в РФ негосударственная, самоуправляемая творческая коммуна. Арт-центр: 37 мастерских, 2 музея, 3 галереи, библиотека, театр, кафе, мини-отель. В 2015 году открылся Музей звука.	Выставочные, концертные и образовательные проекты, малый и средний креативный бизнес.

6.2.6. Цели развития креативных пространств в Санкт-Петербурге

Основными целями развития креативных пространств в Санкт-Петербурге являются:

- Создание условий для развития креативных индустрий, что внесет вклад в экономический рост Санкт-Петербурга.
- Ревитализация (возвращение к жизни) важных для истории Санкт-Петербурга объектов, которые находятся в неудовлетворительном состоянии.
- Создание условий для развития новых туристических и культурных достопримечательностей Санкт-Петербурга, вклад в развитие туристской дестинации.
- Создание предпосылок для творческого развития молодежи, формирование новых объектов образовательной инфраструктуры
- Стимулирование экспорта продукции и технологий, которая создается креативными индустриями

При наличии данных целей следует провести **SWOT-анализ** возможностей развития креативной индустрии в Санкт-Петербурге.

Сильные стороны	Слабые стороны
Творческий потенциал Санкт-Петербурга, наличие различных направлений креативных индустрий Наличие объектов, которые находятся в центральной части Петербурга и не требуют капитального строительства Туристический потенциал – более 6 млн туристов ежегодно Инвестиционный потенциал – интерес российских и зарубежных инвесторов к экономике Петербурга, наличие законодательства, нацеленного на создание благоприятных условий для инвестиций Наличие положительной практики государственно-частного партнерства при реализации инвестиционных проектов	Отсутствие исследовательской базы о креативном потенциале Санкт-Петербурга Отсутствие законодательной базы для предоставления льгот инвесторам, создающим креативные пространства Объективные сложности в ревитализации объектов, история которых начинается в XVIII веке
Возможности	Угрозы
Креативные индустрии – новый драйвер мировой экономики Положительный опыт создания частных креативных пространств на территории города Наличие необходимой для креативных пространств истории и предпосылок для развития на этих территориях конкретных видов деятельности Наличие конгрессно-выставочных площадок и соответствующих мероприятий для продвижения идеологии города как креативного центра	Отсутствие понимания спроса на инфраструктуру со стороны креативных индустрий Ограничение, в силу геополитических причин, доступа к международным финансовым ресурсам, в частности, к венчурному капиталу Конкуренция со стороны Москвы (более комплексные пространства, которые были созданы намного раньше, чем в Санкт-Петербурге)

При соответствующих целях и анализе сильных и слабых сторон, возможностей и угроз развитию креативных индустрий в Санкт-Петербурге на данный момент создается несколько комплексных проектов креативных пространств на невовлеченных долгое время в хозяйственный оборот территориях.

6.2.7. Проекты новых креативных пространств в Санкт-Петербурге

Одновременно с действующими площадками в Санкт-Петербурге заявлено сразу несколько новых проектов, намного более масштабных, нежели существующие.

1. **Новая Голландия.** Генплан разработан компанией WorkAC (США), проект компании West 8 (Нидерланды). Целевая аудитория проекта: малый, средний и крупный бизнес, широкие массы петербуржцев и гости города.

Новая Голландия должна стать культурным "городом в городе". Здесь разместятся три центра активности: Центр Искусств (музей); Центр Кино и Моды (магазины, залы для показов мод, кинотеатр); Гастрономический Центр (рынок, рестораны и сады на крыше).

В каждом из центров Новой Голландии предлагается создать образовательную институцию креативной направленности. Открытые площадки можно использовать для проведения представлений, перформансов и музыкальных концертов. Военные здания станут гостиницей, офисами и центром для посетителей острова.

Параллельно продолжатся работы по реставрации и приспособлению больших исторических корпусов бывших складов, которые будут вестись поэтапно до полного завершения реставрации в 2025 году.

2. Центр Творческих Индустрий ARTPLAY Spb

Инвестор — «Тандем-Истейт», Управляющая компания — «Artplay» (Москва), Девелопер — «3S Development». Целевая аудитория проекта: малый, средний и крупный бизнес, широкие массы петербуржцев и гости города.

Территория будущего креативного пространства ограничена Красногвардейской площадью, набережной реки Охта, улицей Помяловского и Новочеркасским проспектом. Площадь участка — 6,5 га, площадь застройки после приспособления объектов под современное использование составит 90 000 кв.м.

Весной 2017 года планируется открытие первой очереди площадки — делового пространства для креативных индустрий на бывших площадях зданий казарм (Кластер творческих индустрий). Это комплекс из 5 объектов. Инвестиции в первую очередь составляют 600 млн рублей. Площадь объектов — 30 000 кв.м.

Помимо офисных пространств, здесь планируется разместить шоу-румы, объекты стрит-ритейла, рестораны и кафе, центры образования, залы для деловых мероприятий,

организовать выставочные площадки и проводить ярмарки. Кластер творческих индустрий в основном будет загружен в дневное время рабочих дней.

Вторая очередь проекта – это Культурно-Досуговый центр (Хобби-центр). Он будет располагаться в зданиях ЦКБ машиностроения. Его открытие запланировано на 2018 год, инвестиции в проект второй очереди – 1,5 млрд рублей, площадь – 50 000 кв.м.

Новое единое культурное и деловое пространство станет местом притяжения самых разных аудиторий – представителей креативных индустрий, офисных работников, туристов, жителей Красногвардейского и соседних районов города. Это будет самый масштабный проект для креативного класса Санкт-Петербурга.

Все здания территории, представляющие историческую ценность, будут приспособлены под современное использование с сохранением фасадов и других архитектурных решений. Общий объем инвестиций – более 2 млрд рублей.

Отличительной особенностью и общей характеристикой указанных проектов является их масштабность, значительные инвестиции в проекты и многообразие активностей, включая деловые, образовательные, культурные, досуговые и т.п., а также применение плейсмейкинга в этих проектах.

Целевыми аудиториями заявленных проектов станет не только креативный класс и малый и средний бизнес, как это было до сих пор в Северной Столице, но также и крупный бизнес, офисные работники, широкие массы населения Санкт-Петербурга и гости города.

Образцом для данных проектов являются общественно-креативные кластеры Москвы и развитых зарубежных стран (на что указывает, например, наличие в проекте редевелопмента казарм Новочеркасского полка такого мощного партнера, как московская компания Artplay).

6.2.8. Перспективные проекты по созданию креативных пространств в Санкт-Петербурге

Ниже представлен анализ и выделены предложения по ревитализации 5 объектов на территории Санкт-Петербурга. Они могут представлять интерес для инвесторов и для представителей креативной индустрии.

С целью определить потенциал данных пространств в анализе указаны история каждого из объектов, характеристики их расположения, приведены российские и зарубежные аналоги реализованных проектов с похожими вводными данными. Кроме того, выделены предложения по созданию креативных пространств со специализациями на данных территориях и исполнительные органы государственной власти Санкт-Петербурга, которые могут быть задействованы в реализации проектов.

6.2.8.1. Василеостровский трамвайный парк

(Трамвайный парк имени Леонова, Трамвайный парк № 2, Трамвайный парк № 3, площадка № 2)

Адрес: Средний проспект В.О., 77

История и характеристики объекта

Площадь участка: 73,2 тыс кв.м.

Комплекс зданий трамвайного парка, построенных в начале XX века в составе первой очереди санкт-петербургского электрического сухопутного трамвая. Проект депо Василеостровского парка стал первым крупным типовым проектом трамвайных парков в России. Построен в 1906-1908 гг. В 2003-2005 гг. из-за ремонта Среднего проспекта был изолирован от основной трамвайной сети и обслуживал единственный маршрут. 15 января 2007 г. официально закрыт.

29 сентября 1967 года в южном депо парка открыт музей истории трамвайного парка, первый музей подобного типа в стране. В дальнейшем на его базе создан Музей электрического транспорта Санкт-Петербурга - структурное подразделение СПб ГУП «Горэлектротранс».

Памятники на территории:

- Александру Павловичу Леонову (1888-1919) - активному рабочему-революционеру, члену Петербургского комитета большевиков, командиру рабочего отряда василеостровских трамвайщиков.
- Первому в Петербурге трамвайному вагону «Brush» - открыт 17 августа 2007 года. Вагон построен на базе старого грузового вагона и является макетом трамвая фирмы «Brush», открывшего постоянное движение 29 сентября 1907 года по маршруту N4: «Главный штаб — Васильевский остров».

5 объектов, расположенных на территории парка, являются объектами культурного наследия регионального значения.

Географическое расположение

Район характеризуется плотной жилой застройкой - как начала-середины прошлого века, так и современной (ЖК «Суоми», «Резиденс», «Фьорд», «Две эпохи»).

Поблизости от трамвайного парка расположены следующие объекты:

- Музей современного искусства «Эрарта»
- Дворец культуры им. Кирова

- Бассейн СКА
- Юридический факультет СПбГУ
- Горный университет
- Сад «Василеостровец»

До станции метро «Василеостровская» - 1,1 км, до «Приморской» - 1,8 км.

На **Васильевском острове** уже действует целый ряд **креативных пространств**: iMARUSSIA (1-я линия, д. 34)

- More Place (пр. Кима, д. 6)
- Эрарта (29-я линия, д. 2)
- Арт Муза (13-я линия, д. 70)
- Korpus-2 (Биржевой пер, д. 2-4)
- Икосаэдр, SIDE (Морская наб, д. 19)

Все они расположены в отдельно стоящих зданиях. **Комплексных территорий**, на которых размещены креативные индустрии, на Васильевском острове **нет**. При создании такого комплекса на базе трамвайного парка Васильевский остров получит уникальный для района объект.

Аналоги

De Hallen (Амстердам, Голландия). Креативное пространство расположено на территории бывшего трамвайного депо. Основные индустрии – искусство, мода, культура, стрит-ритейл, бары и рестораны, библиотека, кинотеатр, отель, апартаменты, образовательные учреждения. В пространстве проводятся различные мероприятия.

Classic Remise (Берлин, Германия). Бывшее трамвайное депо. Сегодня - Центр классических автомобилей. Основная специализация – продажа, ремонт, реставрация автомобилей, предоставление сервисных услуг. Действует выставка машин. Также размещена медиа-студия для съемок автошоу. Другие индустрии – магазины одежды, ресторан и пивной сад. В пространстве проводятся мероприятия – конференции, семинары, презентации автомобилей. Посетителям предлагаются услуги экскурсовода.

Предложения по созданию креативного пространства на территории Василеостровского трамвайного парка

1. Основная специализация – транспортная индустрия:
 - Развитие действующего Музея электрического транспорта – расширение его специализации до Музея всего общегородского транспорта – трамваи, троллейбусы, автобусы, метрополитен, такси.
 - Создание интерактивного музея/библиотеки по истории развития общественного транспорта в Санкт-Петербурге

- Создание памятных мест по истории развития общественного транспорта в Санкт-Петербурге – таблички, памятники, скульптуры и т.д. В комплексе с действующими памятниками – трамваю и А.П. Леонову
- Развитие инфраструктуры для размещения компаний-разработчиков продуктов и услуг для транспортной системы – от управления д/д инфраструктуры (остановки, указатели, карты, мобильные приложения и т.п.).
- Размещение студий и мастерских, занимающихся авторским тюнингом автомобилей, аэрографией, кастомайзингом мотоциклов, велосипедов.
- Размещение промышленных дизайнеров.

2. Дополнительная специализация:

Пространства для активного отдыха: размещение спортивных площадок и спортивных симуляторов, создание инфраструктуры для проведения соревнований по киберспорту.

3. Услуги:

- Отель
- Бары и рестораны
- Магазины – сувениры на транспортную тематику
- Проведение мероприятий (в том числе, по транспортной тематике) – выставки, конференции, фестивали, концерты на открытом воздухе
- Аллеи для отдыха горожан, резидентов и туристов
- Экскурсии по территории
- Бесплатный проезд на трамвае от метро до креативного пространства

ИОГВ, которые могут быть задействованы в реализации проекта:

- Комитет по инвестициям
- Комитет по градостроительству и архитектуре
- Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры
- Комитет имущественных отношений
- Комитет по транспорту
- Комитет по развитию транспортной инфраструктуры
- Комитет по промышленной политике и инновациям
- Комитет по культуре

6.2.8.2. Сельдяной ряд Никольского рынка

Адрес: Щепяной переулок, 4-6

История и характеристики объекта

Площадь здания: 6137 кв.м.

Здание составляет непосредственное окружение крупного памятника архитектуры Никольского рынка и функционально, по назначению было долгие годы с ним связано. Специалисты нашли упоминания о Щепяном и Сельдяном рядах в 1798 году и сделали вывод, что их строительство началось в 1790-х.

Здание несколько раз перестраивали, например, в 1950-х годах в юго-западной части здания, в сторону набережной Крюкова канала, появилась пристройка.

В советское время здесь располагались: трепально-чесальные мастерские, завод металлопосуды, политехнический колледж. Распоряжением КГИОП Сельдяной ряд Никольского рынка отнесен к объектам культурного наследия регионального значения.

Щепяной переулок получил свое название от того, что на его левой стороне, напротив Никольского рынка, располагались Щепяные ряды. В них велась торговля кустарными деревянными изделиями.

Географическое расположение

Перспективы района напрямую зависят от будущего Никольского рынка, который в настоящий момент приспособляют под размещение гостиниц. При реконструкции данного объекта Щепяной переулок планируется превратить в пешеходную зону.

В районе сосредоточены дома старого фонда, причем только 10% из них прошли капитальный ремонт. Слабо развита социальная инфраструктура, здесь расположены лишь небольшие продуктовые магазины. Территория считается одной из наиболее проблемных в Адмиралтейском районе. Отмечается большая транспортная перегруженность набережной Фонтанки, что играет не в пользу ликвидности жилья. Однако это не исключает возможности строительства здесь жилья с «видовыми квартирами», например, на набережной Крюкова канала.

В пешеходной доступности от Щепяного переулка расположены:

- Николо-Богоявленский морской собор
- Набережные Крюкова канала, канала Грибоедова и р. Фонтанки
- Юсуповский сад
- Никольский сад
- Покровский сквер
- Место смерти А.В.Суворова (Крюков канал, дом 23)
- Музей-усадьба Г.Р.Державина
- Театр Дожей
- Мариинский театр

Ближайшие станции метро: Технологический институт (1050 метров), Садовая (1176 метров), Спасская (1228 метров).

Аналоги

Kulturfabrik (Люксембург). Бывшая общественная скотобойня в XIX веке, некоммерческий театр в XX веке. Сегодня Культурный центр. Основные специализации: образовательные программы для творческих профессий (художники, артисты, писатели, музыканты). Основные сферы деятельности профессий – искусство, кино, литература, театр. Проводятся встречи со знаменитыми людьми, воркшопы, выставки. Управляющая компания выступает за философию защиты окружающей среды (принята специальная хартия).

Konstepidemin (Гетеборг, Швеция). Бывшая больница. Реконструкция в 1987 году. Позиционируется как место встречи представителей творческих профессий. На территории располагается более 130 художественных студий – творческие галереи, образовательные академии для детей и подростков, театр для детей и взрослых, ресторан. Проводятся выставки, лекции, воркшопы.

Sector 5 (Вена, Австрия). Коворкинг, инкубатор. Позиционируется как сообщество молодых предпринимателей. Предоставление в аренду помещений на короткие и длительные периоды.

Предложения по созданию креативного пространства на территории бывшего Сельдяного ряда

С учетом планировок объекта предлагается выделить ключевые специализации для каждого этажа:

1-й этаж. Витринный фасад делает этот этаж наиболее подходящим для размещения **галерей и магазинов дизайнерских товаров**. С учетом бывшей специализации данного объекта предлагается разместить здесь галереи дизайнеров мебели и интерьеров. Кроме того, близость к Мариинскому театру делает данный объект привлекательным **для музыкальных мастерских** или пространств для представителей данной сферы (обучение, выставки, продажа сувенирной продукции и т.п.)

Второй этаж. С целью коммерциализации объекта предлагается отдать под коворкинг, офисные помещения, конференц-залы, переговорные, выставочные пространства.

Третий этаж и мансарда в центральной части. Наиболее подходит для размещения мини-гостиницы, кафе и баров.

ИОГВ, которые могут быть задействованы в реализации проекта:

- Комитет по инвестициям

- Комитет по градостроительству и архитектуре
- Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры
- Комитет имущественных отношений
- Комитет по культуре
- Комитет по промышленной политике и инновациям

6.2.8.3. Конюшенное ведомство

Адрес: Конюшенная пл. 1

История и характеристики объекта

Площадь участка – 19,6 тыс кв.м.; площадь здания – 13,5 тыс кв.м.

Комплекс построен в 1720-1723 гг. архитектором Николаем Гербелем и перестроен в 1817-1823 гг. Василием Стасовым. Главный фасад здания обращен к Конюшенной площади.

С 1923 года здесь размещался клуб конного отряда ГПУ, затем отделение милиции. В советское время в здании работала Государственная автомобильная инспекция Дзержинского района. В 1980-е годы в здании располагались ЛПО транспортно-экспедиционных агентств и Отдел изысканий Ленинградского отделения Всесоюзного ордена Ленина проектно-изыскательского и научно-исследовательского института Гидропроект им. С. Я. Жука.

В 2015 году решено закрепить здание Конюшенного ведомства за Государственным музеем истории Санкт-Петербурга на праве оперативного управления.

Географическое расположение:

Объект расположен в центре исторической части Санкт-Петербурга, характеризующейся большим туристическим потоком и **практически круглосуточной жизнью**. Неподалеку находится большинство консульств иностранных государств, гостиниц, ночных клубов и заведений общественного питания повышенной ценовой категории. Объект находится в стороне от крупных транспортных артерий, что приводит к росту количества пешеходов. Рядом постоянно действует сувенирный рынок.

К существенным преимуществам расположения следует отнести наличие вместительной парковки на Конюшенной площади и пристаней для маломерных судов на р. Мойке.

До станций метро «Гостиный двор» и «Адмиралтейская» - около 1 км.

Аналоги

Kasárne/Kulturpark (Кошице, Словакия). Комплекс зданий конца XIX века (территория бывших казарм, военных складов, где находилась также пекарня). Реконструкция в течение 2012-2013 гг. от первоначальных объектов осталось только три – переданы городу, остальные восемь – новые, управляют ими частные инвесторы. У каждого здания свое имя из военной и авиационной терминологии. Резиденты - более 30 креативных производств, помещения для образовательных проектов и представительства новых медиа. Действуют студии, мастерские, два многофункциональных зала для концертов, театральных представлений и конференций. Специализации – современное искусство, экспериментальная культура. Открыт жилой дом.

WUK Werkstaetten- und Kulturhaus (Вена, Австрия). Открыт в 1981 году в помещении бывшего завода (12 000 кв.м.). Деятельность основана на проведении мероприятий. Это концерты, выставки, театр, танцы, художественные студии, кинопоказы, лекции, общественные проекты, образовательные программы, мастер - классы, репетиционные залы и студия звукозаписи, школы по уходу за детьми, мероприятия для пожилых людей.

Subtopia (Стокгольм, Швеция). Креативное пространство на площади 15000 кв.м в южной части Стокгольма. Здесь располагаются киностудии, цирковые студии, мастерские городского искусства, музыки, танцев. Всего 80 резидентов. Проводятся мероприятия. Можно арендовать от 20 до 2000 кв.м.

Предложения по созданию креативного пространства на территории Конюшенного ведомства

В связи с конфигурацией объекта и его предпосылок для туристической привлекательности предлагается выделить основную и дополнительную специализации, а также сформировать перечень услуг

Основная специализация – гастрономический туризм

Размещение продуктовых рынков и заведений общественного питания согласно географическому признаку: Северная Америка, Латинская Америка, Европа, Азия, Африка, Австралия и Океания. Отдельно – Россия, страны-партнеры, готовые создавать свои специальные зоны.

Дополнительная специализация:

- Крупные городские мероприятия, которые в настоящее время проходят на непригодных под эти цели площадях (Рождественская ярмарка, Мотопраздник St.Petersburg Harley Days)
- Фанзоны для крупных спортивных событий, которые не обязательно проходят в Санкт-Петербурге: размещение экранов для телетрансляций чемпионатов мира по хоккею и футболу, Олимпийских игр

Услуги:

- Продажа сувениров – перенос действующих сувенирных палаток от Храма Спаса на Крови на территорию Ведомства – ближе к центральному входу
- Платная подземная парковка – опция для инвестора
- Благоустройство прилегающей территории (где размещается парковка автомобилей) – аллеи, рекреационные зоны.

ИОГВ, которые могут быть задействованы в реализации проекта:

- Комитет по инвестициям
- Комитет по градостроительству и архитектуре
- Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры
- Комитет имущественных отношений
- Комитет по туризму
- Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка
- Комитет по культуре

6.2.8.4. Особняк и заводоуправление Механического завода «Людвиг Нобель» с зимним садом

Адрес: Пироговская наб, 19

История и характеристики объекта

Площадь участка: 2 166 кв.м. Площадь здания: 5 954, 8 кв.м.

Дом построен в 1874 г. рядом с заводом на набережной. Сам завод открыт в 1862 году. Дом служил жилищем для семьи Нобелей до их отъезда в Швецию в 1918 г. и одновременно – конторой завода. Здесь же до 1910 г. располагалось Правление Товарищества нефтяного производства братьев Нобель.

Специализации завода менялись с течением времени. 1870-е годы - конструирование и изготовление паровых насосов для перекачки нефти и другого оборудования, необходимого для модернизации нефтяного предприятия брата Роберта, находившегося в Баку. В 1890-е - выпуск паровых машин, газовых и керосиновых двигателей, насосов, паровых котлов, стальных снарядов, минных аппаратов и машинных частей. В 1908 г. на заводе были изготовлены два двигателя для подводной лодки «Минога», которая была построена на Балтийском судостроительном заводе.

После Октябрьской революции завод был национализирован и получил название «Русский Дизель», а здание особняка стало заводоуправлением и заводским клубом с актовым залом и библиотекой. В 1999 году завод признан банкротом.

В 2001 г. дом включён в «Перечень вновь выявленных объектов, представляющих историческую, научную, художественную или иную культурную ценность». Здание включено в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации в качестве объекта культурного наследия регионального значения.

На территории завода в 2015-16 годах прошли три музыкальных рейв-пати «Индустриально-музыкальное путешествие: Нобель».

Географическое расположение

Фасад здания выходит на Пироговскую набережную и Большую Невку. Объект окружает значительное количество бизнес-центров. Рекреационные зоны практически отсутствуют. К таким зонам можно отнести Гренадерский, Выборгский и Сампсониевский сады, но они находятся на существенном удалении от особняка. В непосредственной близости от особняка проходит Большой Сампсониевский проспект - одна из основных магистралей Выборгского района.

До станции метро «Выборгская» - 790 м.

В пешеходной доступности от особняка находятся: Сампсониевский собор, Дом молодежи «Форпост», Выборгский дворец культуры, ТЦ «Сампсониевский».

Аналоги:

Betahaus (Берлин, Германия). Бизнес-акселератор и бизнес-инкубатор. 350 рабочих мест, 5000 кв.м. Проводятся мероприятия по рекламе и маркетингу, музыкальной индустрии, ИТ, дизайну, юриспруденции и др. Есть залы для конференций, воркшопов, семинаров и переговоров.

StartHub (Москва). Коворкинг-центр. Предоставляет фиксированные и незакрепленные места. Находится на территории дизайн-завода «Флакон».

Предложения по созданию креативного пространства на территории Дома Брюллова

Основная специализация – разработки в сфере ИТ

Для этого объект делится на несколько территорий: офисное пространство, лаборатории для тестирования (центр прототипирования), коворкинг, конференц-залы, переговорные комнаты.

Присутствующие индустрии: AR/VR, big data, agile development, игровая индустрия, мобильные приложения, системы управления и др.

Дополнительная специализация

Интерактивный музей петербургского судостроения и судоходства по Неве: виртуальные экскурсии на судостроительные заводы, корабли, которые они выпускают; история мостов и судоходства по Неве в Санкт-Петербурге и др. Также представлены экспозиции наиболее интересных деталей из судостроительной промышленности. В музее проводятся мероприятия – конференции, семинары, презентации.

В здании могут размещаться подведомственные учреждения Комитета по информатизации и связи.

Услуги (используется, в том числе, территория зимнего сада):

- Кафе и рестораны
- Торговля

ИОГВ, которые могут быть задействованы в реализации проекта:

- Комитет по инвестициям
- Комитет по градостроительству и архитектуре
- Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры
- Комитет имущественных отношений
- Комитет по культуре
- Комитет по образованию
- Комитет по печати и взаимодействию со СМИ
- Комитет по промышленной политике и инновациям
- Комитет информатизации и связи

6.2.8.5. Дом Брюллова

Адрес: Кадетская линия, 21

История и характеристики объекта

Площадь участка: 1,4 тыс кв.м.

Фундамент дома был заложен в 1724 году. Один из его корпусов выходит на Тучков переулок. В 1845 он переходит в собственность архитектора Александра Брюллова (1798-1877), который перестраивает его без изменения главного фасада. Новый владелец

построил поперечный корпус во дворе, заново создал интерьеры, перестроил флигели, создал дворовые фасады в стиле древнеримских сооружений.

В 1870-х годах в особняке жил архитектор Павел Сюзор, создавший в помещениях здания первый музей старого Петербурга. Впоследствии его экспонаты стали основой экспозиции Музея истории Петербурга. В 1907-1918-м годах в здании размещался музей «Старый Петербург».

В 1918 году дом реквизируется, в нем образуются коммунальные квартиры, в нижнем этаже открываются два продовольственных магазина. После 1945 года был открыт детский сад. С 1967 года в здании располагалась библиотека им. Н.А. Островского. В 2008-м году дом признан аварийным.

Скульптуры и памятники:

- Статуя Аполлона Мусагета – утрачена, находилась во дворе здания
- Скульптура льва - на верхней площадке лестницы в жилом флигеле

Здание на основании Постановления Правительства Российской Федерации № 527 от 10.07.2001г. относится к числу **объектов культурного наследия федерального значения** «дом Брюллова А.П. (Сюзора П.Ю.)», зона предварительных археологических раскопок ЗА1.

Осенью 2016 года губернатор Санкт-Петербурга Г.С. Полтавченко в ответ на депутатский запрос сообщил, что в доме планируется открыть музей Всероссийского общества охраны памятников. Музейные коллекции разместятся в лицевом флигеле здания.

Географическое расположение

В непосредственной близости от Объекта расположен целый ряд известных образовательных учреждений: СПбГУ, Государственный университет психологии и социальной работы, институт искусств и реставрации, колледж телекоммуникаций, Северо-Западный институт - Филиал Российской академии Государственной службы и народного хозяйства, Санкт-Петербургский государственный академический институт живописи и скульптуры имени И.Е.Репина, университет МВД, Государственный оптический институт имени С. И. Вавилова.

Также в районе много хостелов, гостиниц и заведений общепита.

Расстояние до станции метро «Василеостровская» составляет 560 м, до «Спортивной» - 360 м.

На **Васильевском острове** уже действует целый ряд **креативных пространств**:

- iMARUSSIA (1-я линия, д. 34)

- More Place (пр. Кима, д. 6)
- Эрарта (29-я линия, д. 2)
- Арт Муза (13-я линия, д. 70)
- Korpus-2 (Биржевой пер, д. 2-4)
- Икосаэдр, SIDE (Морская наб, д. 19)

Аналоги

Библиотека Дизайна (Москва). Рабочее пространство в формате коворкинга, нацеленное на дизайнеров, архитекторов и декораторов.

Новое крыло Дома Гоголя (Москва). «Новое крыло» находится напротив Мемориального музея «Дом Гоголя», создавая с одной стороны, контраст, а с другой — диалог с традиционным мемориальным музеем, в котором проходят концерты классической музыки, выставки живописи и графики. Проекты «Нового крыла» обычно создаются российскими молодыми современными художниками. Их излюбленной формой эксперимента с творческим наследием Гоголя является игра.

Предложения по созданию креативного пространства на территории Дома Брюллова

Основная специализация — история Санкт-Петербурга. Для этого предлагается разместить:

- Музей Всероссийского общества охраны памятников — идея губернатора Г.С. Полтавченко
- Библиотеку с материалами об уникальных зданиях Санкт-Петербурга, истории градостроительства (материалы, в том числе, в цифровом виде)
- Рабочие пространства для специалистов в области истории — коворкинг, пространства для конференций, семинаров, просмотра фильмов, мастер-классов
- Медиа-центр для СМИ, специализирующихся на истории Санкт-Петербурга или с аудиторией, представляющей поколение Y (ТВ студии, редакции, фотолаборатории). Также здесь можно разместить медиа-центр СПбГУ.

Услуги:

- Мини-отель, в том числе, для профессорско-преподавательского состава СПбГУ и других университетов Васильевского острова
- Кафе и бары — на первом этаже, в том числе, выходящие во двор
- Магазины с фото, видео, печатными материалами об истории Санкт-Петербурга, туристический бутик

ИОГВ, которые могут быть задействованы в реализации проекта:

- Комитет по инвестициям
- Комитет по градостроительству и архитектуре

- Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры
- Комитет имущественных отношений
- Комитет по культуре
- Комитет по образованию
- Комитет по печати и взаимодействию со СМИ

Данные проекты, а также другие потенциальные, которые могут быть реализованы при участии Правительства Санкт-Петербурга, требуют определенных мер поддержки со стороны города.

6.2.9. Меры государственной поддержки инвестиционных проектов по созданию креативных пространств

С учетом того, что наиболее подходящими для реализации инвестиционных проектов по созданию креативных пространств являются объекты, находящиеся преимущественно в сером поясе и требующие ревитализации, со стороны Правительства Санкт-Петербурга может потребоваться комплекс мер по поддержке инвестиционной активности и в дальнейшем представителей креативных индустрий.

Ниже представлены основные мероприятия по поддержке инвесторов и компаний, представляющих креативные индустрии.

	Мероприятия	Ответственные
1	<i>Изучение потребностей в специализации инфраструктуры</i>	
1.1.	Проведение социологических и маркетинговых исследований о развитии компаний, представляющих креативные индустрии в Санкт-Петербурге по состоянию на 2016 год	Комитет по экономической политике и стратегическому планированию
1.2.	Проведение социологических и маркетинговых исследований по выявлению потребностей креативных индустрий в новой инфраструктуре	Комитет по экономической политике и стратегическому планированию
1.3.	Проведение социологических и маркетинговых исследований по развитию действующих по	Комитет по экономической политике и стратегическому планированию

	состоянию на 2016 год креативных пространств в Санкт-Петербурге	планированию
1.4.	Проведение исследования по выявлению потенциальных точек роста в сегменте креативных индустрий (новые направления)	Комитет по экономической политике и стратегическому планированию
1.5.	Прогноз экономического эффекта от развития креативных индустрий Санкт-Петербурге.	Комитет по экономической политике и стратегическому планированию
2	Выявление объектов, которые можно приспособить под современное использование	
2.1.	Составление перечня капитальных объектов, которые находятся в собственности Санкт-Петербурга и не используются на данный момент	Комитет имущественных отношений
2.2.	Выбор объектов из п.2.1. на основе выводов работ, проведенных в п.1.	Комитет по инвестициям
2.3.	Определение специализации данных объектов, исходя из выводов работ по п.1.	Комитет по инвестициям
2.4.	Составление инвестиционного предложения по каждому из выявленных объектов (с указанием необходимых характеристик)	Комитет по инвестициям
2.5.	Подготовка презентационных материалов по выявленным объектам	Комитет по инвестициям
3	Создание условий для частных инвестиций в развитие креативных пространств	
3.1.	Определение возможностей частного-государственного партнерства при реализации проектов креативных пространств	Комитет по инвестициям
3.2.	Определение возможных льгот для инвесторов, реализующих проекты по созданию креативных пространств	Комитет по инвестициям
3.3.	Определение возможностей предоставления инвесторам выявленных объектов целевым назначением, в положительном случае –	Комитет по инвестициям Комитет имущественных

	предоставление целевым назначением	отношений
3.4.	Определение возможных льгот и механизмов для арендаторов креативных пространств	Комитет по инвестициям
3.5.	Проведение торжественных церемоний подписания соглашений с частными инвесторами по проектам креативных пространств	Комитет по инвестициям
3.6.	Сопровождение инвестиционных проектов	Комитет по инвестициям КГА КГИОП Комитет имущественных отношений
4	Подготовка к реализации выявленных объектов на торгах (при отсутствии возможности предоставления целевым назначением)	
4.1.	Подготовка и проведение торгов	Комитет имущественных отношений
5	Продвижение проектов креативных пространств с целью привлечения инвестиций, резидентов и развития туристской дестинации	
5.1.	Подготовка презентационных материалов о Санкт-Петербурге – городе креативных индустрий	Комитет по инвестициям
5.2.	Участие в российских и зарубежных выставочных мероприятиях, деловых миссиях Санкт-Петербурга	Комитет по инвестициям Комитет по внешним связям Комитет по туризму
5.3.	Продвижение в российских и зарубежных средствах массовой информации инвестиционного потенциала Санкт-Петербурга в части развития креативных индустрий	Комитет по инвестициям
5.4.	Продвижение в социальных сетях проектов креативных пространств	Комитет по инвестициям
5.5.	Создание единого информационного портала о	Комитет по инвестициям

	креативных пространствах Санкт-Петербурга	Комитет по информатизации и связи
5.6.	Организация мероприятий по обмену опытом в сфере управления креативными пространствами с российскими и зарубежными управляющими компаниями действующих пространств	Комитет по инвестициям
6	Поддержка резидентов креативных пространств с целью привлечения инвестиций в проекты, реализации продукции, в том числе, на экспорт	
6.1.	Участие в российских и зарубежных выставочных мероприятиях	Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка
6.2.	Участие в работе Центра поддержки экспорта Санкт-Петербурга	Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка
6.3.	Продвижение в российских и зарубежных средствах массовой информации достижений резидентов креативных пространств, возможностей для сотрудничества с ними	Комитет по инвестициям
6.4.	Продвижение в социальных сетях достижений резидентов креативных пространств, возможностей для сотрудничества с ними	Комитет по инвестициям
6.5.	Определение возможных дополнительных форм поддержки резидентов креативных пространств	Комитет по инвестициям Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка Комитет по промышленной политике и инновациям
6.6.	Информирование резидентов креативных пространств о действующих мерах поддержки предпринимательства в Санкт-Петербурге	Комитет по развитию предпринимательства и потребительского рынка Комитет по промышленной политике и инновациям

6.2.10. Вывод

Таким образом, в Санкт-Петербурге выделяется два направления локации креативных индустрий: небольшие территории или объекты в центре города, которые делают акцент на аренду, и крупные объекты в «сером поясе», которые будут развиваться комплексно по принципу «работать и отдыхать» и давать импульс развитию прилегающих территорий.

На сегодня существующие креативные пространства в Санкт-Петербурге расположены хаотично, в основном, в исторических районах города. Они ориентированы на молодежь, в том числе, на небольшую прослойку «креативного класса» и отчасти — на малый бизнес. При этом нет сильного масштабного проекта, который бы комплексно удовлетворял сразу целому спектру потребностей креативного класса и объединял различные активности на одной территории.

Услуги, предоставляемые будущими креативными пространствами, позволят сделать это место, с одной стороны, эксклюзивным и модным для петербургского креативного класса, а с другой — привлекательным для широких масс населения, нуждающихся в интересном досуге и творческом развитии (в том числе туристов), а также для предпринимателей.

Средний и крупный бизнес в Санкт-Петербурге, осваивая «серый пояс», пока что ориентируется скорее на традиционные торгово-развлекательные центры. Однако современные тенденции в развитии креативных индустрий в нашей стране указывают на востребованность всеми целевыми аудиториями нового, более масштабного, формата креативных кластеров.

В целом, можно говорить о выходе креативной индустрии Санкт-Петербурга на принципиально новый уровень развития. Город на Неве имеет свои уникальные предпосылки для развития креативных индустрий, в том числе с использованием плейсмейкинга как инновационного подхода к развитию территорий.

История города, неразрывно связанная с творчеством, и по-прежнему выгодное географическое положение могут способствовать формированию в Санкт-Петербурге нового направления экономики.

7. Заключение. План действий для Санкт-Петербурга в направлении развития креативных индустрий

Санкт-Петербург обладает всеми необходимыми предпосылками для развития креативных индустрий. Здесь есть сформированное целевое сообщество, которое постоянно расширяется, а также присутствуют площадки, которые в короткие сроки могут быть приспособлены под нужды креативных индустрий.

В городе очень сильно развито ИТ-предпринимательство, вокруг него формируются множество индустрий. Традиционный Петербург - это место творчества художников, музыкантов, литераторов и других представителей культуры, которые могут коммерциализировать свою деятельность. Еще одна тенденция в развитии города - появление несетевых кафе и ресторанов, целевая аудитория которых — креативные предприниматели.

Для формирования полноценной стратегии развития креативных индустрий в Санкт-Петербурге необходимо провести углубленный анализ действующей ситуации и разработка комплексных мер поддержки всех заинтересованных сторон в данной отрасли.