



norden

Совет Министров Северных Стран

РАЗВИТИЕ ПАРТНЕРСТВА В ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЯХ СЕВЕРНОГО ИЗМЕРЕНИЯ

DEVELOPING PARTNERSHIPS
IN CREATIVE INDUSTRIES
OF NORTHERN DIMENSION

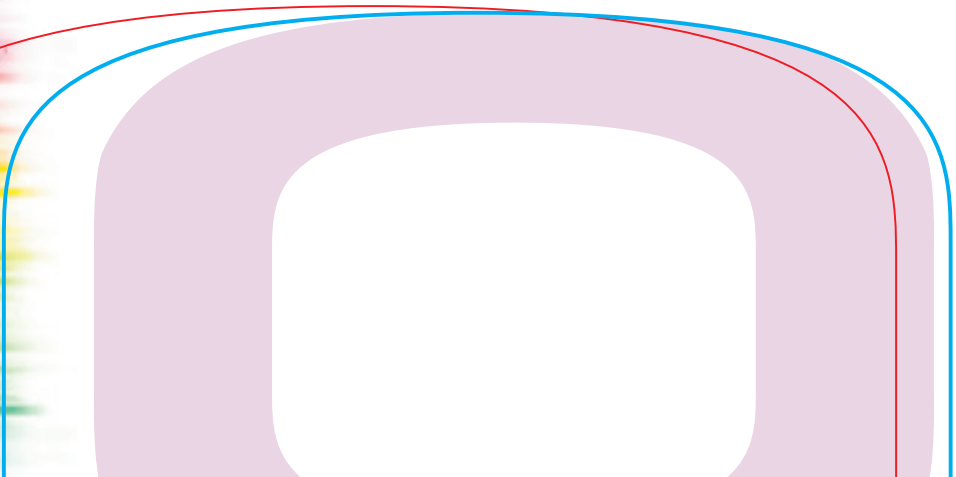


**Издание подготовлено Институтом культурных программ
при финансовой поддержке Совета Министров Северных Стран**

Брошюра доступна на сайтах www.norden.ru и www.spbicp.ru

**This brochure was prepared by the Institute for Cultural Programs.
Publication of the brochure was financed
by the Nordic Council of Ministers**

The publication is accessible at the websites
www.norden.ru and www.spbicp.ru





БОРИС АЛЕКСАНДРОВИЧ ИЛЛАРИОНОВ

*И. о. председателя Комитета
по культуре Санкт-Петербурга*

Дорогие друзья!

Мы рады представить вам издание, которое рассказывает о лучших практиках и наиболее интересных моделях развития творческих индустрий как в Северо-Западном регионе России, так и в Северных странах. На страницах данной брошюры вы найдете не только яркие примеры творческих инициатив, но и идеи для возможного сотрудничества.

Развитие творческих индустрий и создание сети партнерств в данном секторе — актуальная и необходимая задача современного социокультурного пространства. Поиск возможностей для реализации творческого потенциала и создание новых бизнес-моделей поддержки культурных проектов являются одним из наиболее перспективных направлений регионального развития в России и за рубежом.

Комитет по культуре Санкт-Петербурга на протяжении многих лет поддерживает проекты, направленные на развитие предпринимательства в сфере культуры, а также на обеспечение условий для создания инновационного культурного предложения.

В рамках проекта «Развитие партнерства в сфере креативных индустрий между Северо-Западом России и Северными странами» была заложена основа для профессионального диалога и сотрудничества между деятелями сферы творческих индустрий, представителями властных структур и экспертного сообщества.

Желаем всем читателям брошюры успехов в укреплении партнерства в сфере творческих индустрий!



norden
Совет Министров Северных Стран



Мика БЁДЕКЕР

*Директор Информационного бюро
Совета Министров Северных Стран
в Санкт-Петербурге*

Дорогие друзья!

Вы держите в руках публикацию, в которой дан экспертный анализ креативных индустрий в регионе Северного Измерения, представлены успешные примеры в сфере креативных индустрий, а также планы и перспективы развития этого сектора в Северных странах, странах Балтии и на Северо-Западе России.

Брошюра издана в рамках проекта «Развитие партнерства в сфере креативных индустрий между Северо-Западом России и Северными странами». Деятельность в рамках проекта началась вскоре после того, как в Петербурге был подписан меморандум об учреждении Партнерства Северного Измерения в сфере культуры. Проект был реализован благодаря успешному сотрудничеству Совета Министров Северных Стран с Министерством культуры Республики Карелия, Комитетом по культуре Санкт-Петербурга, Институтом культурных программ, Культурной Фабрикой Корьямо и Институтом Швеции.

В ходе проекта его участники — представители местных органов власти и креативных индустрий Северо-Запада России — смогли повысить свою профессиональную компетенцию и установить полезные контакты, участвуя в мероприятиях в Финляндии, Швеции, Калининграде, Санкт-Петербурге и Петрозаводске.

Данная брошюра завершает собой проект и вместе с тем дает импульс для дальнейшего развития партнерства в сфере креативных индустрий. Я желаю всем читателям брошюры новых идей сотрудничества и интересных проектов.



ЕЛЕНА ХОРОШКИНА

*Старший Советник,
Совет Министров Северных Стран,
Партнерство Северного Измерения
в сфере культуры*

Дорогие друзья!

Во всем мире сектор культурных и креативных индустрий активно способствует экономическому развитию, и несмотря на кризис, продолжает демонстрировать показатели выше среднеэкономических. Совместные усилия североευропейских стран и России по инвестированию в данный сектор имеют большое значение для экономических преобразований.

На старте международного проекта «Развитие партнерства в сфере креативных индустрий между Северо-Западом России и Северными странами» был особо отмечен большой потенциал развития культурных и креативных индустрий для создания рабочих мест и улучшения социального развития на Европейском Севере. Проект имеет большое значение, освещая примеры лучшего опыта, задачи и перспективы совместной работы экспертов, государственного и негосударственного секторов, бизнеса. Обмен знаниями с партнерами из Северных стран, обучение на конкретных примерах — успешные рабочие методы проекта. Можно с уверенностью сказать, что создана хорошая международная платформа для дальнейшего сотрудничества по развитию творческого сектора!

Теперь многое зависит от того, насколько эффективно будут использованы полученные знания.

Надеюсь, что проект будет способствовать улучшению условий для развития общего креативного пространства на Севере Европы.



ВСТУПЛЕНИЕ

Проект «Развитие партнерства в сфере креативных индустрий между Северо-Западом России и Северными странами» реализован Институтом культурных программ в 2011–2012 гг. Цели проекта: обмен опытом и знаниями по вопросам развития творческих индустрий между заинтересованными сторонами Северо-Запада России и Северных стран и создание основы для развития совместных проектов в сфере творческих индустрий.

Успех проекта был предопределен его концепцией. Проект объединил представителей органов государственной власти, операторов творческих индустрий, исследователей и экспертов Северо-Запада России и Северных стран.

Благодаря великолепному партнерскому составу проекта — Информационное бюро Совета Министров Северных Стран в Санкт-Петербурге, Комитет по культуре Санкт-Петербурга, Министерство культуры Республики Карелия, Институт культурных программ, Культурная Фабрика Корьямо и Шведский Институт — было реализовано множество интересных мероприятий. В рамках проекта участники познакомились с опытом зарубежных коллег из Финляндии и Швеции, обменивались мнениями и инициировали новые проекты на семинаре в Санкт-Петербурге, творческой лаборатории в Калининграде и конференции в Петрозаводске.

Издание, которое Вы держите в руках, подводит итоги проекта. Главная задача брошюры — представить панораму мнений экспертов и практиков сферы творческих индустрий Северо-Запада России и стран Северной Европы и определить текущие тенденции развития данной сферы в пространстве Северного Измерения. В брошюре представлены как аналитические статьи, так и описание успешных практик творческих предпринимателей.

Надеемся, что материалы, собранные в данной брошюре будут полезны для создания новых творческих проектов, их поддержки, продвижения, и самое главное — развития партнерства в сфере творческих индустрий.



ВАЛЕРИЙ ЭРНСТОВИЧ ГОРДИН

*И. о. директора НИУ
Высшая Школа Экономики —
Санкт-Петербург,
Профессор кафедры
менеджмента, д.э.н*

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ СЕВЕРНОГО ИЗМЕРЕНИЯ¹

Развитие творческих индустрий в рамках программы «Северное Измерение» обусловлено целым рядом достаточно противоречивых факторов. К числу факторов, играющих позитивную роль, могут быть отнесены следующие.

Во-первых, политическая воля правительств и некоммерческих организаций стран, входящих в данную программу. Эта воля выражается не только в выделении значительных сумм на реализацию проектов, но и в перманентном продлении программы, поиске новых аспектов сотрудничества, диверсификации критериев отбора победителей конкурсных процедур. Все это придает уверенность как участникам проектов, так и органам управления, курирующим данную программу по поручению своих правительств.

Во-вторых, программа затрагивает страны с весьма высоким уровнем развития творческих индустрий и сформировавшимся к настоящему времени потенциалу дальнейшего развития. По существу, у большинства участников конкурсов в рамках программы «Северное Измерение» уже имеется отлаженная модель деятельности, и требуются средства лишь для дальнейшего более быстрого развития. Наличие организованного и институционализированного бизнеса в области творческих индустрий является во многих номинациях программы необходимым условием участия.

¹ Статья подготовлена в рамках программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2012 г. ТЗ № 56 «Инновационные формы взаимодействия культурного наследия и творческих индустрий».

В-третьих, организации творческих индустрий стран, входящих в программу «Северное Измерение», контактируют друг с другом в рамках различных международных и межправительственных программ. Они разрабатывают целый ряд совместных проектов, и достаточно часто проекты, финансируемые по программе «Северное Измерение», являются продолжением или развитием других, уже выполняющихся или выполненных программ. Таким образом, программа «Северное Измерение» является часто дополнительным импульсом и возможностью продолжить и расширить ранее начатое сотрудничество.

В-четвертых, широкий характер отраслей, входящих в сферу творческих индустрий, создает синергетический эффект не только внутри самой сферы, но и во многих смежных отраслях. Поэтому определенные проекты, касающиеся творческих индустрий, реализуются не по номинации «Культура», а по номинации «Экономика», что подчеркивает их межотраслевой характер и направление потенциальных эффектов.

В-пятых, во многих проектах, поддержанных программой «Северное Измерение», были задействованы учебные заведения, организации сферы культуры, ориентированные на работу с молодежью, непосредственно молодежные общественные и некоммерческие организации. Это создает перспективу прихода в сферу творческих индустрий молодых деятелей культуры, имеющих опыт проектной работы, навыки налаживания межсекторного сотрудничества, поиска различных, в том числе инновационных, источников финансирования своих проектов.

Однако, рассматривая перспективы развития творческих индустрий в рамках программы «Северное Измерение» нельзя не учитывать и потенциальных угроз.

Первая из них — это трудности с получением денег для реализации проекта из любых источников (специализированные фонды и программы Европейского Союза, национальные программы поддержки культуры и искусства, частные благотворительные фонды и коммерческие структуры). Представляя себе масштаб потенциальных финансовых сложностей и проблем, стоящих в настоящее время перед странами Европейского Союза, можно предположить, что в ближайшее время значительное число общеевропейских и национальных программ будет подвержено секвестированию. Наиболее вероятными кандидатами могут стать программы, затрагивающие отдельные, наиболее благополучные регионы, а, во-вторых, программы, реализация которых может быть передана на уровень стран и в сферу бизнеса. Проекты в сфере культуры, входящие в программу «Северное Измерение», к сожалению, могут быть в числе первых, где будет сокращено финансирование, как из средств самого Европейского Союза, так и из средств соответствующих национальных и межстрановых программ.

Вторая угроза — виртуализация значительной части творческих индустрий, что уменьшает финансовые запросы на проекты, реализуемые в Сети, и создает у разработчиков данных проектов возможность обращения к другим источникам финансирования, как традиционным (взаимодействие с коммерческими структурами, заинтересованными в продвижении своей продукции с помощью размещаемой на порталах проектов контекстной рекламы), так и инновационным (прежде всего, краудфандингу² — сбору ресурсов массой людей, толпой).

Третья угроза — усиленная ориентация на коммерциализацию проектов. Для культуры данная тенденция приобретает в настоящее время тотальный характер, коренным образом меняя сложившиеся в предыдущие десятилетия принципы фандрайзинга. Ориентация на получение коммерческого эффекта от реализации культурных проектов делает маловероятной финансирование значительной части «некоммерциализируемых» проектов, входящих в программу «Северное Измерение». Однако, как известно из теории экономики культуры, многие жанры и учреждения культуры не могут быть коммерциализированы и нуждаются в перманентной поддержке общества.

Как видно из краткого анализа, у руководителей программы «Северное Измерение» есть возможность усиливать и развивать действие позитивных факторов и в определенной мере элиминировать действие негативных. Однако имеется ряд негативных макроэкономических факторов, не поддающихся влиянию на данном уровне.

² Краудфандинг (от англ. crowdfunding) — это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило, через Интернет, чтобы поддержать проекты других людей или организаций.



РАСМУС ВИНСТЕДТ ЧЕРНИНГ

*Управляющий директор Центра культуры и экономики впечатлений (СКО), Дания.
Председатель Форума по изучению политики Европейской комиссии при Европейском Альянсе Творческих индустрий (ЕСИА)*

ЧТО НЕОБХОДИМО ТВОРЧЕСКИМ ИНДУСТРИЯМ ДЛЯ РАСКРЫТИЯ СВОЕГО ПОТЕНЦИАЛА?

Новое исследование датских экспертов рассматривает препятствия и возможности для роста и развития творческих индустрий в Дании. Исследование проводилось Центром культуры и экономики впечатлений (СКО) в 2011 году.

Исследования, проводившиеся в Дании, показывают, что сектор творческих индустрий лучше перенес финансовый кризис прошлых лет, чем другие отрасли экономики. Творческие индустрии создают рабочие места, формируют ценовое предложение и экспортируются благодаря своей деятельности. Кроме того, согласно исследованиям, творческие индустрии обеспечивают добавленную стоимость продуктов в других отраслях. Так называемый побочный эффект включает в себя инновационность товаров или услуг, в основе которых лежит творческое начало; эффективность работы внутри компаний и использование новых маркетинговых инструментов.

Творческие индустрии Дании занимают прочную позицию на мировом рынке. Более 11% увеличения стоимости в датской экономике исходит от подобных предприятий. Также в творческих индустриях задействовано свыше 7% рабочей силы государства. В связи с появившейся необходимостью изучения сектора творческих индустрий в 2008 году Министерством экономики и по делам бизнеса и Министерством культуры был основан Центр культуры и экономики впечатлений (СКО).

Центр выполняет несколько задач. Во-первых, он призван информировать о том, как бизнес-сообщество может способствовать росту и внедрению инноваций через развитие бизнеса.

Во-вторых, усилия Центра направлены на содействие пониманию творческим сектором бизнес-задач через их стратегическое сотрудничество с миром бизнеса.

Препятствия и возможности для роста и развития творческих индустрий

Тем не менее мы не знаем, реализовали ли творческие индустрии свой потенциал в полном объеме, или же он гораздо больше сегодняшних достижений. Исследование «Что необходимо творческим индустриям? Препятствия и возможности для роста и развития творческих индустрий в Дании» (СКО, 2011) проводилось с целью найти ответы на эти вопросы.

Данное исследование:

1. Сравнивает творческие индустрии с более широким определением индустрий с целью найти различия
2. Оценивает спрос на поддержку со стороны бизнеса для компаний сектора творческих индустрий
3. Открывает рынок для творческих услуг в других отраслях.

Исследование основано на анализе интервью с 1285 компаниями сферы творческих индустрий и 770 компаниями из других секторов, а также интервью с фокус-группой экспертов в области творческих индустрий.



Определение творческих индустрий

Центр культуры и экономики впечатлений определяет творческие индустрии как компании, ведущие бизнес в одной из следующих областей:

- дизайн и архитектура: организации, для которых дизайн — ключевая услуга
- мода, мебель и текстиль: предприятия, включенные в исследование, имеют опыт в производстве товаров, формирующих образ жизни
- коммуникации: компании, производящие фильмы, печатную продукцию, компьютерные игры и т. д.
- творчество, музыка и декоративно-прикладное искусство: компании, конечный продукт которых несет творческую составляющую
- передача впечатлений: например, музеи, тематические парки и другие организации, предлагающие получение ограниченного по времени опыта

Интересные находки

В результате исследования «Что необходимо творческим индустриям? Препятствия и возможности для роста и развития творческих индустрий в Дании» (СКО, 2011) обнаружилось, что по сравнению с другими отраслями творческие предприятия намного чаще имеют международный статус или стремятся стать ориентированными на международный рынок. В основе таких компаний зачастую лежит право интеллектуальной собственности, они имеют значительный по времени план действий и такие же крупные амбиции для своего развития. Далее проведенный анализ показывает, что в рамках творческих индустрий существует огромная необходимость в создании вспомогательных услуг, сфокусированных на развитии стратегии и бизнеса, маркетинге и понимании нужд потребителей, финансовой поддержке проектов.

Спрос на креативные услуги

Наконец, в ходе исследования удалось установить большой спрос на креативные услуги в других отраслях. Креативные услуги наиболее востребованы для отстраивания от конкурентов, реализации успешной политики продаж, развития и внедрения инноваций.

Дания, Скандинавия, Европа!

Наряду с Данией Центр культуры и экономики впечатлений работает на скандинавском и европейском уровнях.

На сайте www.kreanord.org можно найти и бесплатно скачать документ «Развитие, творчество и инновации в Северных странах — 18 примеров создания ценностей через творчество и понимание бизнеса».
kreanord.org/sites/default/files/rappport/casesamling_final_eng.pdf

- Центр культуры и экономики впечатлений проводит Кубок креативного бизнеса (Creative Business Cup). Это международное соревнование, в основе которого лежит конкурс на лучший бизнес-план и лучшую идею для развития предпринимательства в творческом секторе. Представители творческих индустрий из 25 стран приняли участие в финальном этапе конкурса, который прошел в Копенгагене в ноябре 2012 года
- Центр культуры и экономики впечатлений осуществляет администрирование международной программы «КреанОрд», направленной на развитие сектора творческих индустрий Северных стран при поддержке уполномоченных министерств. Данный проект устанавливает партнерство между правительствами Северных стран, изучает примеры существующих компаний в сфере творческих индустрий Северных стран, развивает портал www.kreanord.org
- От имени Совета Министров Северных Стран, Датского Бизнес Сообщества и Министерства культуры Дании Центр культуры и экономики впечатлений представляет Северные страны в проекте ЕС “FAME” (Доступность и Мобилизация финансовых ресурсов ЕС для развития творческих индустрий). Проект призван содействовать деятельности по привлечению инвестиций и развитию творческих индустрий
- Управляющий директор Центра культуры и экономики впечатлений Расмус Виинстедт Чернинг является полномочным представителем и председателем Форума по изучению политики Европейской комиссии при Европейском Альянсе Творческих индустрий (ЕСИА). ЕСИА объединяет 25 региональных и национальных структур, занимающихся формированием политических платформ по всей Европе, с целью содействия развитию европейских творческих индустрий в таких областях, как поддержка бизнеса, обеспечение доступа к финансированию, создание успешных кластеров, укрепление и развитие межсекторных связей



Рис. 1. Задачи, стоящие перед сектором творческих индустрий и другими отраслями

Рисунок описывает ключевые проблемы и степень их важности для компаний сферы творческих индустрий и предприятий других отраслей соответственно. Основным выводом является факт, что развитие стратегии и предпринимательства — наиболее актуальные задачи как для сферы творческих индустрий, так и для бизнес-сообщества в целом. Однако для творческих индустрий это первоочередные проблемы.

5 = полностью согласен. 1 = полностью не согласен.

* **Разница статистически незначительна, и потому рассматривается как статистическая случайность.**

** **Разница существенна со значением 0,05.**

Полная версия отчета об исследовании «Что необходимо творческим индустриям? Препятствия и возможности для роста и развития творческих индустрий в Дании» на английском языке можно найти здесь: cko.dk/cineedanalysis2012.

Больше информации о Центре культуры и экономики впечатлений Дании на сайте: cko.dk/en/about-cko.



Игорь Викторович ДЕВЯТКО

Начальник отдела
по развитию инвестиционной
привлекательности
Комитета по инвестициям
Санкт-Петербурга

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ СТАНЕТ КРЕАТИВНЫМ ЦЕНТРОМ РОССИИ

Такие намерения обозначены в разработанной совместно Правительством и жителями Санкт-Петербурга Концепции социально-экономического развития до 2020 года. В частности, в документе говорится о планах сформировать в городе «креативную среду для самореализации жителей» и сделать Санкт-Петербург «открытым и толерантным для жизни различных этнических, социальных и культурных групп».

Ранее креативная индустрия не входила в число приоритетов экономической политики Правительства Санкт-Петербурга. Практически вся индустрия отдыха и развлечения сосредоточена сегодня в историческом центре города.

«Креативные индустрии обладают высокой инновационной составляющей, серьезным потенциалом формировать капитал, создавать рабочие места путем генерирования и использования интеллектуальной собственности. Именно творческие индустрии наиболее эффективно трансформируют депрессивные районы в привлекательные городские пространства, демонстрируя при этом более высокие темпы роста, чем традиционные виды деятельности. Поэтому включение в долгосрочную концепцию планов по развитию креативного кластера в Санкт-Петербурге и разработке соответствующей Концепции логично и оправдано», — объяснила решения городской администрации Председатель Комитета по инвестициям Ирина Бабюк.

Между тем, пока Санкт-Петербург только строит планы по развитию творческих индустрий, для многих мировых столиц, поставивших творческий потенциал своего населения во главу угла, креативный кластер является одним из основных векторов экономического развития.

Так, оборот креативного сектора в Берлине, мировом центре кинематографии и музыкальной столице Германии, составляет 20 млрд евро и включает 30 тысяч компаний с числом сотрудников порядка 220 тысяч человек. Добавленную стоимость в объеме более 660 млн евро в год генерируют творческие индустрии Бирмингема. В креативном кластере заняты 12,5% всех компаний Хельсинки, общий оборот отрасли составляет более 10 млрд евро и 60% от оборота креативных индустрий на национальном уровне.

В начале апреля 2012 года делегация Санкт-Петербурга в целях изучения опыта по реновации индустриальных объектов под нужды креативной экономики посетила Манчестер. Город, часто сравниваемый с Санкт-Петербургом, его индустриальным наследием XIX века, и за короткий срок сумевший превратиться из промышленного центра в крупнейший медиа-центр Европы, является отличным примером для Санкт-Петербурга. Особый интерес представляет отработанная Манчестером стратегия приспособления промышленных зданий под существующие потребности экономики города, а также «манчестерская» модель регенерации промышленных пространств на основе государственно-частного партнерства.

В Берлине на региональном уровне ключевую роль в развитии креативного кластера играет Комитет по коммуникациям, медиа и креативным индустриям, созданный в 2007 году. Одной из задач комитета является выработка рекомендаций по развитию и поддержке отрасли для правительства Берлина и аффилированных структур, а также поддержка деятельности некоммерческих организаций сектора. Для эффективного взаимодействия внутри сектора создан специальный интернет-портал для индивидуальных предпринимателей и компаний креативного сектора (www.creative-city-berlin.de). Портал предоставляет информацию о программах поддержки сектора, образовательных программах, консалтинг для стартапов и новых компаний.

В Бирмингеме используется практика государственных интервенций в креативный сектор. Специально созданный венчурный фонд для инвестирования в креативные индустрии действует в целях усиления и развития сектора креативных индустрий в регионе West Midlands и финансируется государством. Вся прибыль от вложений реинвестируется в новые проекты. Фонд инвестирует в отдельные проекты 10–250 тысяч фунтов стерлингов и получает взамен незначительную долю в капитале компании.

В Хельсинки действует программа развития и интернационализации сектора творческих индустрий, частично финансируемая за счет средств Европейского социального фонда. Созданное на уровне государства агентство Creative Industries Finland реализует Программу

дополнительного образования для менеджеров и агентов, занятых в творческих индустриях, образовательную программу для музыкантов и композиторов Finnish Music Express, ориентированную на развитие экспорта финской музыкальной продукции.

Варшава относится к категории городов, где инициативы в сфере поддержки креативного сектора, как и в Санкт-Петербурге, находятся еще в стадии формирования. В то же время политика, связанная с развитием креативного кластера, заложена в основных стратегических документах города, включая Генплан, Стратегию экономического развития, Стратегию развития культуры. Особенность Варшавы по сравнению с другими городами состоит в полном отсутствии национального и регионального уровней регулирования сектора. Все инициативы в сфере поддержки креативных индустрий берут начало исключительно на местном уровне (администрация города).

Основные предпосылки для развития творческих индустрий администрация Санкт-Петербурга видит в культурном потенциале города, не уступающего многим мировым культурным и туристическим центрам.

«Богатое культурное наследие Петербурга способно не только генерировать значительные туристские потоки, но и стимулировать интеллектуальное и творческое развитие жителей города, занятых в этом секторе, — отмечает Ирина Бабюк. — В отличие от промышленных производств, которые можно перевести в другие страны с более комфортными условиями (налоги, рабочая сила), творческие индустрии не поддаются передислокации подобным образом. Именно богатая и разнообразная культурная среда, включающая не только официальные культурные учреждения, но и кафе, бары, клубы,



Photo: Interpress

парки и разнообразные образовательные учреждения, играет важную роль в создании благодатной почвы для творческих индустрий».

Сегодня в Санкт-Петербурге насчитывается более 8 тысяч памятников истории и культуры, 82 театра и 182 музея. В 2010 году проведено 956 выставок, в т. ч. 649 выставок современного искусства, и 282 фестиваля. Санкт-Петербург известен в мире такими мероприятиями, как праздник выпускников школ «Алые паруса», Санкт-Петербургский международный кинофорум, Международная акция «Ночь музеев», Международный музыкальный фестиваль «Звезды белых ночей», Международный музыкальный фестиваль «Дворцы Санкт-Петербурга» и т. д. Всего более 30 учебных заведений Санкт-Петербурга предоставляют образовательные услуги по специальностям, относящимся к области творческих индустрий. Помимо специализированных учебных заведений такие ведущие вузы города как Санкт-Петербургский Государственный Университет и Российский Государственный Педагогический Университет им. А. И. Герцена имеют широкий выбор образовательных программ в сфере дизайна, декоративно-прикладного искусства, живописи и графики.

Потенциал креативного сегмента экономики Санкт-Петербурга также демонстрируют сразу несколько секторов творческих индустрий. К примеру, ежегодный объем рынка рекламы составляет 350 млн евро. Кинопроизводство Санкт-Петербурга представлено крупнейшими киностудиями и кинофестивалями России. Рынок кинотеатров является вторым по величине с оборотом в 80 млн евро.

«В рамках реализации Программы улучшения инвестиционного климата в Санкт-Петербурге мы провели исследование инвестиционного потенциала развития креативного кластера, изучили международный опыт создания и функционирования творческих индустрий. В ходе рабочих встреч с представителями креативного класса в Санкт-Петербурге не раз отмечалась актуальность выработки городской политики, а также высокая заинтересованность и готовность участвовать в развитии сектора», — отметила Ирина Бабюк.

Отметим, что многие инвесторы Санкт-Петербурга давно оценили потенциал объектов творчества, способных стать доходным бизнесом или точками притяжения в их девелоперских проектах. Так, проект Новая Голландия включает в себя Музей современного искусства, и уже на этапе проектирования имеет в своей команде привлеченного креативного консультанта. Дворец танцев в проекте «Набережная Европы» рассматривается как будущий международный центр хореографии. Реализация проекта Академии танца на Петроградской стороне направлена на усиление балетной школы Санкт-Петербурга современными методиками и формами. В будущем Театре Аллы Пугачевой планируется создать студию звукозаписи, способную соперничать по качеству с мировыми стандартами.



Photo: International Center for Festivals and Celebrations

Важным фактором развития творческих индустрий является поддержка малого предпринимательства, так как в международной практике большинство предприятий, задействованных в творческих индустриях, представляют малый бизнес. Санкт-Петербург занимает первое место в России по числу малых предприятий на 100 тыс. жителей — 368,7 (Московская область — 239,8, Москва — 213,5 единиц), что более чем в три раза превышает среднероссийский показатель. В мировом рейтинге город занимает 18 место по числу малых предприятий на 100 тысяч жителей и 33 место по доле населения, занятого на малых предприятиях. Продолжает действовать Программа развития малого и среднего предпринимательства Санкт-Петербурга.

В качестве площадок для развития творческих индустрий зачастую используются заброшенные промышленные объекты. Результатом их реновации становится новая социально-экономическая жизнь объекта и окружающей среды. И в этом смысле индустриальный потенциал Санкт-Петербурга действительно велик. 29 промышленных зон города подлежат выводу или градостроительному преобразованию. Исторически сложившиеся, расположенные преимущественно в историческом центре, промышленные зоны не соответствуют современным требованиям развития территории города и ограничивают возможности развития города, снижая экономико-градостроительную ценность земель и усугубляя экологическую обстановку города. Из площади исторического центра города, равной 5,8 га, промышленные территории занимают 2,4 га.

Сегодня в городе на долю творческих индустрий, по оценке Комитета по инвестициям, приходится 5% от общего числа компаний, действующих в Санкт-Петербурге. По состоянию на конец 2011 года число организаций Санкт-Петербурга, занятых в области творческих индустрий, составляет 17 279. С точки зрения структуры компаний по видам экономической деятельности, наиболее крупными секторами является сектор рекламы, в котором работают 5 тысяч компаний (29%) и сектор издательской и полиграфической деятельности, представленный 4,7 тысячами компаний (27%). В креативном секторе занято 65 тысяч жителей, что составляет примерно 2% от общей занятости населения. 31% от общей численности



Photo: Interpress

компаний, занятых в творческих индустриях, относятся к малым предприятиям. Таким образом, на малых предприятиях в креативном секторе работает 30 тысяч петербуржцев, что в процентном соотношении равно 9,4% от общей занятости в малом бизнесе.

Статистическая оценка совокупного оборота креативных индустрий сегодня в Санкт-Петербурге составляет 83 млрд рублей. Учитывая необходимые поправки, в том числе коррекцию на долю объема теневого рынка, этот показатель составляет 116 млрд рублей, то есть 2% от совокупного оборота организаций в Санкт-Петербурге. Очевидно, что по основным социально-экономическим параметрам Санкт-Петербург уступает большинству европейских городов, в которых развитие творческих индустрий является одним из приоритетных направлений, и, соответственно, имеет существенный потенциал для развития.

Сегодня Санкт-Петербург вошел в число немногочисленных российских регионов, в которых творческие индустрии стали одним из направлений стратегического развития. Однако как на федеральном, так и на региональном уровне отсутствует формализованное понятие «творческих индустрий», а соответственно, и специализированные механизмы регулирования кластера.

Целенаправленная, последовательная, продуманная поддержка со стороны государства, муниципальных властей, крупного бизнеса — неизбежное условие эффективного развития творческих индустрий. В результате комплексного подхода и грамотной государственной политики творческие предприятия способны генерировать достаточную прибыль и рабочие места без внешней помощи, способны самостоятельно развиваться и достигнуть полной экономической независимости, вернув городу вложения, многократно помноженные на социальную и интеллектуальную составляющую.



Алла АНТОЩЕНКО-ОЛЕНЕВА

*Руководитель проекта
Дела'Рук*

ПРОЕКТ ДЕЛА'РУК

Дела'Рук — крупнейшее в России офлайн-сообщество мастеров и дизайнеров. Мы стремимся к качественному развитию дизайна и современных ремесел и создаем центр притяжения для всех любителей дизайна и декоративно-прикладного искусства: дизайнерских предметов интерьера, игрушек, украшений, и т. д.

Мы поддерживаем людей, которые хотят превратить свое творческое хобби в небольшой творческий бизнес, но при этом не имеют начальных ресурсов: мастерской, средств для продвижения, навыков маркетинга и т. д.

Начальной точкой проекта стал Фестиваль авторских вещей Дела'Рук, который состоялся в августе 2008 года в красивом дворике на Невском проспекте, 32. Нашей целью было привлечь и объединить мастеров и дизайнеров, которые создают уникальные вещи ручной работы. Мы делали это с расчетом на большее: событие было призвано продвинуть идею дизайнерского кластера, который бы помог дизайнерам развить их небольшой творческий бизнес. Мы обнаружили, что вокруг есть множество творческих людей, которые делают интересные вещи и стараются продать их через Интернет. Многих из них мы пригласили принять участие в нашем уличном фестивале, и он стал успешным.

Первый Фестиваль собрал около 70 дизайнеров из Санкт-Петербурга, Москвы, Калининграда и других российских городов, и около 5000 гостей. Программа включала в себя множество мастер-классов, двухчасовое дефиле и ди-джей сету. Дела'Рук стал первым уличным дизайн-маркетом в России, и с тех пор проводится каждый год, обычно зимой и летом. Первый фестиваль был однодневным событием, но теперь Дела'Рук — это выставка, проходящая каждые выходные с мая по сентябрь и привлекающая тысячи туристов и жителей города, которые находят там множество авторских изделий ручной работы, представленных их создателями.

В ноябре 2009 года, в просторном лофте в центре Петербурга, на Казанской улице, 7, мы открыли Клуб дизайна и Хэнд Мэйда Дела'Рук. Сообщество из 50 мастеров и дизайнеров, которые уже доверительно относились к идее объединения, стали членами этого кластера. Помещение было отремонтировано на членские взносы: мы предложили такую модель, когда каждый член клуба за небольшую ежемесячную плату имел свою площадь для работы и продаж в рамках общего пространства. На тот момент около 50 членов клуба могли легко позволить себе аренду пространства площадью 500 м². Пространство вмещало в себя постоянную экспозицию, мини-мастерские и кафе, где проходили мастер-классы, концерты и другие события.

В марте 2010 года мы запустили FREE'k bazar — регулярный дизайн-маркет, который проходил в Клубе Дела'Рук каждые выходные. Маркет не был ограничен ручной работой и представлял различные интересные предметы промышленного дизайна, винтаж и др.

Через год мы были вынуждены закрыть Клуб на Казанской, так как владельцы здания ввели множество административных ограничений для посетителей, а также повысили арендную плату.

Несмотря на грант, который мы получили от Комитета по культуре, проект все еще нуждался в стабильной организационной и финансовой поддержке в период перехода к самоокупаемости, и высокая арендная плата стала на тот момент большим сдерживающим фактором.

Лучшей моделью для Клуба Дела'Рук стало бы частичное государственное субсидирование и возможность для талантливых дизайнеров иметь студию и выставочное пространство в рамках творческого инкубатора по льготной стоимости. К сожалению, трудно добиться устойчивой лояльности властей. Несмотря на официально заявленную поддержку творческих индустрий в законе о государственной политике в сфере культуры¹, на практике получение субсидий и льготных условий сопряжено с трудностями, и не носит устойчивый характер.

С 2010 года мы находимся на Лиговском пр., 74 под новым названием «Хенд Мейд Депо Дела'Рук». Это небольшое пространство, где располагается мастерская, и где иногда проходят выставки. На базе Депо Дела'Рук мы запустили программу Hand Made MBA, которая представляет собой практический курс для тех дизайнеров и мастеров, которые имеют недостаток знаний в бизнесе. Это, в основном, коучинг «один на один», когда мы встречаемся с дизайнером, обсуждаем

¹ Закон Санкт-Петербурга о политике в сфере культуры в Санкт-Петербурге от 15 декабря 2010 года. www.gov.spb.ru/gov/otrasl/c_culture/law.

бизнес-модель, делаем диагностику, продумываем план действий и выявляем его особые потребности для развития. Дизайнеры учатся генерировать свежие идеи, на которые есть спрос, использовать различные технологии для облегчения процесса производства, размещать заказы и сотрудничать с производственными компаниями, продвигать свой продукт и продавать его по всему миру.

Мы также развиваем дизайн-маркет FREE'k bazar: он проходит каждый месяц в коворкинг-центре «Зона Действия» (Лофт-проект «Этажи») на Лиговском пр., 74. В нем участвуют от 30 до 50 дизайнеров и художников. С весны 2013 мы планируем сделать маркет международным и приглашать скандинавских и прибалтийских дизайнеров. Помимо этого мы устраиваем ярмарки и выставки в рамках крупных музыкальных и других фестивалей, проводим мастер-классы для корпоративных заказчиков, организуем мастер-классы на круизном корабле по Скандинавии.

В течение последних двух лет дизайнерские изделия ручной работы стали трендом, и проект ДеЛа'Рук внес большой вклад в его развитие. Около 30% участников проекта ежегодно становятся индивидуальными предпринимателями, некоторые из них открывают свои магазины. По всей России уже проводится большое количество маркетов и выставок, и это помогает дизайнерам найти своего покупателя. Число мастеров и дизайнеров также растет. Многие из них превращают свое хобби в источник постоянных доходов.

Следующий шаг для нас — это план создания SPb Design Hub. Мы видим его как партнерский проект, который будет сочетать в себе международное сотрудничество между русскими и иностранными дизайнерами, резиденцию для тех дизайнеров, которые хотят выйти на российский рынок со своими проектами, и целый ряд программ и событий, направленных на развитие творческого бизнеса в сфере дизайна.



Photo: delaruk.com



Photo: delaruk.com



**МУЗЕЙНЫЙ
КВАРТАЛ**
МЕЖМУЗЕЙНАЯ
ИНФОРМАЦИОННАЯ
ЗОНА



АНТОНИНА АЛЕКСАНДРОВНА НИКОНОВА

*Заместитель заведующего кафедрой
музейного дела и охраны памятников
Санкт-Петербургского государственного университета,
Директор АНО «НПЦ «Музейный квартал»,
к.ф.н., доцент*

ПРОЕКТ «МУЗЕЙНЫЙ КВАРТАЛ/ САНКТ-ПЕТЕРБУРГ»

Особенность и уникальность средового потенциала исторического центра Петербурга требует новых подходов и новых моделей развития. Важными условиями конкурентоспособности города становятся креативные зоны — пространства свободной коммуникации. Они притягивают одаренных, талантливых людей, привлекают малый и средний бизнес для создания новой системы организации и координации, в частности, музейной деятельности и создания межмузейных центров, обеспечивающих развитие партнерских технологий. Таким примером креативного и кластерного подхода в Санкт-Петербурге является проект «Музейный квартал/Санкт-Петербург». Территория квартала ограничена набережной реки Мойки, набережной Крюкова канала, Конногвардейским бульваром и Исаакиевской площадью. Основной целью проекта является объединение и наиболее полная реализация туристского, научно-исследовательского, фондового и рекреационного потенциала квартала в историческом центре Санкт-Петербурга в целостный комплекс экскурсионных маршрутов, музейных проектов, а также создание информационной и экспозиционно-выставочной зоны в пространстве квартала¹. Идея объединения в 2008 году четырех музеев (Центральный музей связи имени А. С. Попова, Санкт-Петербургский Государственный музей истории религии, Государственный музей-памятник «Исаакиевский собор», Музей-квартира В. В. Набокова) принадлежит преподавателям и студентам кафедры музейного дела и охраны памятников Философского факультета Санкт-Петербургского Государственного университета под руководством директора Государственного Эрмитажа М. Б. Пиотровского. В своем развитии проект прошел три этапа: от межмузейного проекта к государственно-частному партнерству. Сегодня партнерами проекта

¹ Сайт проекта: www.museum-city.ru.



Photo: "Museum Quarter/St. Petersburg"

Поэта», «Архитектор и город», «Петербургский дворник». В 2010 году при поддержке Комитета по культуре Санкт-Петербурга дизайн-студия «Борей-Арт» разработала фирменный стиль и логотип межмузейной информационной зоны. Одновременно был создан презентационный буклет, в котором представлены сведения о 21 памятнике истории и культуры. Буклет может использоваться в качестве карты-навигатора по «Музейному кварталу». Территория «Музейного квартала» используется для проведения практик и занятий студентов гуманитарных кафедр вузов Санкт-Петербурга. Студенты самостоятельно разрабатывают детские программы в рамках фестиваля «Детские дни в Петербурге» и проводят экскурсии во время фестиваля «Ночь музеев».

Первоочередными мероприятиями являются установление ориентирующей навигации на территории квартала (сегодня установлено 5 указателей) и создание межмузейной информационной зоны для размещения в открытом доступе информации просветительского, воспитательного и рекламного характера. Благодаря финансовой и организационной поддержке ООО «Музей русской водки» было осуществлено рекламное продвижение проекта на туристических картах и размещение информационного модуля в ежегодном информационном издании Правительства Санкт-Петербурга «Санкт-Петербург в следующем году. Календарь событий». В 2010 году начат совместный проект с рекламным агентством «Экспресс Реклама» по изданию первого детского музейного журнала «Бумажный кораблик», который продается сегодня в музеях Санкт-Петербурга.

Ключевыми концептами развития «Музейного квартала» являются коммуникация, сотрудничество и партнерство. Включение технологий музеефикации исторических кварталов в современные креативные проекты создает социальную привлекательность среды, соединяет традиционные ценности и динамику современной жизни. Создание модели регенерации и музеефикации исторической территории города на примере проекта «Музейный квартал/Санкт-Петербург» способствует повышению статуса Санкт-Петербурга как культурной столицы, развитию реставрации, туризма и городской инфраструктуры.



ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА БОГДАНОВА

*Министр культуры
Республики Карелия*

РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ ИНДУСТРИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАРЕЛИЯ

В нашей республике проекты по развитию культурных индустрий осуществляются на протяжении 7 лет. Республика Карелия находится в числе первых субъектов Российской Федерации, где на государственном уровне была осознана значимость творческого кластера экономики. Инновационный подход к развитию экономики Карелии, прежде всего, обусловлен ее расположением на самой границе с Европейским Союзом. Первые проектные инициативы по развитию культурных индустрий были поддержаны программой Евросоюза ТАСИС.

Творческий потенциал региона, его креативный класс, составляет сегодня значительную долю в структуре населения Карелии. По данным региональной статистики количество занятых в сфере деятельности, связанной с творчеством (образование, культура, туризм, реклама, Интернет и компьютерные технологии, кино, радио и телевидение, издательство и полиграфия, фотография, мода, ремесла, производство мебели, ювелирных изделий и т. п.) составляет более 100 тыс. человек.

В сегменте ремесленно–сувенирной отрасли работает около 50 официально зарегистрированных компаний. Косвенно в секторе творческой экономики республики Карелия задействовано более $\frac{2}{3}$ предприятий региона. Развитие этого ресурса и выделение его в качестве приоритетного направления развития региона соответствует целям концепции социально–экономического развития Республики Карелия и увеличивает эффективность инвестиций в человеческий капитал территории.

В современной России под инновационной экономикой чаще всего подразумевают модернизацию технологий в традиционных сферах экономики и бизнеса. Если при этом и упоминают о культуре, то



Photo: Ministry of Culture, Republic of Karelia

в контрастной роли хранительницы наследия, существующей в каком-то особом, отделенном от практики пространстве и не подлежащей модернизации. Между тем в Карелии принята Концепция социально-экономического развития на период до 2020 года, выдвигающая культурные ресурсы и творчество на первый план современной, постиндустриальной экономики.

Проведенное в 2011 году исследование Фонда «Центр стратегических разработок Северо-Запада» показало, что приоритетными рынками для развития и формирования

нового конкурентоспособного сегмента экономики республики Карелия являются рынки товаров, использующих культурное наследие региона и уникальные культурные бренды. Эти рынки, по оценкам экспертов, являются привлекательными за счет их высокого роста от 10 до 25% в год и больших возможностей по созданию уникальных продуктов. По мнению экспертов, наиболее перспективными сегментами производства Республики Карелия, основанными на уникальных традициях и имеющими устойчивые производства, являются рынки медиапродуктов и компьютерных технологий, изделий из дерева, одежды и текстиля, рынки туризма и досуга, подарков и сувениров, аутентичной гастрономии, упаковки и крафт-бумаги.

Министерство культуры Республики Карелия работает в настоящее время над государственной программой «Культура Карелии» и подпрограммой по развитию творческих индустрий Республики Карелия.

Опыт международного сотрудничества, осуществляемого при поддержке, в том числе и такой авторитетной организации, как Совет Министров Северных Стран, позволяет нам ставить перед собой амбициозные задачи, например: реализация проекта «Центр дизайна Карелии» в качестве общероссийской экспериментальной площадки формирования, апробации и распространения новых подходов, направленных на сохранение и развитие народных художественных промыслов и ремесел.

В настоящее время на средства Программы приграничного сотрудничества «Европейский инструмент соседства и партнерства. Карелия 2007–2013», бюджет которой формируется на паритетных началах Российской Федерацией и Европейской Комиссией, реализуются три проекта:

- Совместно с партнерами из провинции Северная Карелия реализуется проект Центра культурных инициатив по созданию Центра дизайна и ремесленного бизнес-инкубатора.

- Под руководством культурного фонда «Юминкеко» (Финляндия) и администрации Калевальского национального района реализуется проект «Возможности приграничного сотрудничества, бизнеса и торговли для предприятий», который предусматривает работы по ремонту дома Моберга в поселке Калевала и других объектов туристского показа. Также проводятся мероприятия по сохранению традиций народной музыки и инструмента кантеле, развитию сельского туризма и малого предпринимательства.
- Ассоциация «Друзья Кинермы» (Оулу, Финляндия) совместно с Общественным фондом поддержки карельского культурного наследия осуществляют проект «Лучшая жизнь для карельских деревень».

В рамках программы «Европейский инструмент соседства и партнерства. Карелия 2007–2013» 2012 год был объявлен тематическим раундом по культуре с общей суммой финансирования 3,6 млн евро. Для участия в программе были разработаны проекты по развитию музейного дела, модернизации деятельности библиотек, поддержке талантливой молодежи, а также по сохранению и развитию традиционной культуры в рамках этнокультурных центров, которые являются инновационной формой муниципальных учреждений. Многие из проектных инициатив напрямую направлены на развитие предпринимательства в сфере культуры.

Понимание культуры как стратегического ресурса развития экономической и социальной сферы определяет необходимость государственной поддержки творческих индустрий.

Photo: Ministry of Culture, Republic of Karelia



Photo: Ministry of Culture,
Republic of Karelia





Силья СУНТОЛА

*Руководитель проекта
«Креативные индустрии Финляндии»
Университет Аалто, Школа экономики
и Центр малого бизнеса*

«ТВОРЧЕСКИЕ ИНДУСТРИИ ФИНЛЯНДИИ» — ДВИЖУЩАЯ СИЛА СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Во всем мире общества, в основе которых лежат промышленная инженерия и фабричное производство, стоят перед лицом больших изменений. В связи с тем, что производство товаров перемещается в страны с низкими издержками, деятели частного и государственного секторов стремятся сместить фокус на сферу услуг и инноваций. Конкурентоспособность различных регионов так же все больше основывается на их способности предлагать богатую культурную атмосферу и первоклассные услуги. Устойчивое развитие, благополучие и этика стали важнейшими ценностными факторами конкурентной борьбы.

Творческим индустриям все чаще отводят значительную роль в национальных и международных политических программах. Возможности, потенциал и необходимость развития данного сектора экономики были неоднократно признаны в различных исследованиях и отчетах. Множество инициатив получило поддержку, были запущены программы развития творческих индустрий. Тем не менее, проблемы остаются. Например, нам известно, что люди все еще не проявляют интереса и не имеют достаточных навыков к предпринимательству в секторе творческих индустрий. Знаний и опыта работы в маркетинге, производстве, менеджменте недостаточно. Существующие на данном рынке компании малы, и их заинтересованность в росте также невелика. Разработчикам механизмов поддержки бизнеса зачастую не хватает понимания природы творческих индустрий, в которых ценности, имеющие нематериальный характер, и бизнес-модели могут значительно отличаться от «традиционных» секторов экономики. И этот список можно продолжать.

Программа «Творческие индустрии Финляндии» (сокращенно — CIF от Creative Industries Finland) — это национальная сеть экспертов, предпринимателей, творческих деятелей в области творческих индустрий, а также политических деятелей. Цель CIF — усиление координации и эффективности мероприятий по развитию творческих индустрий Финляндии, которые проводятся в рамках различных проектов. CIF была запущена в 2008 году для координации национальной «Программы развития бизнеса и интернационализации творческих индустрий 2007–2013», реализуемой Министерством образования и культуры Финляндии на средства Европейского социального фонда. Более 20 проектов получили финансовую поддержку из суммы, выделенной на Программу, которая насчитывает 14,3 млн евро. Тематика проектов варьируется от повышения навыков менеджмента и производства, инноваций в товарах и услугах, — до продвижения сотрудничества и интернационализации различных направлений в рамках творческих индустрий. Среди них: музыка, танец, цирковое искусство, кинематограф, культурный туризм, дизайн.

CIF накапливает и распространяет новости, информацию и сведения об успешных практиках в сфере творческих индустрий. Под эгидой CIF публикуются факты и цифры, благодаря чему растет уровень осведомленности о роли и возможностях творческого сектора, а также формируется база для разного рода прогнозов. Ежегодные мероприятия и семинары предлагают пространство для сотрудничества и обмена опытом, как между финскими деятелями, так и с зарубежными коллегами.



Photo: fracademic.ru

Быстро растущее число пользователей и участников базовых мероприятий CIF (сайта, информационного бюллетеня, семинаров и образовательных поездок) доказывает необходимость работы в данном направлении. Работа CIF также укрепила взаимопонимание и сотрудничество между творческими деятелями и предпринимателями, экспертами, исследователями и преподавателями образовательных программ, а также политическими деятелями и грантодателями. Это, в свою очередь, усилило стратегическую базу и сделало устойчивым процесс развития разнообразных мероприятий, направленных на развитие творческих индустрий.

CIF также заняла активную позицию на международном уровне, фокусируясь на развитии партнерства и сотрудничества в Северных и Балтийских странах, а также в Северо-Западном регионе России. Менеджмент фестивалей и арт-менеджмент, культурный туризм и развитие сферы услуг — вот лишь несколько направлений, интересных CIF в рамках такого сотрудничества, и в этих направлениях уже ведется активная работа. Сегодня — более чем когда-либо подходящее время перенести деятельность по развитию творческих индустрий на следующий уровень партнерства.

Программа CIF с большим нетерпением ждет применения полученного опыта и планирует продолжить обмен знаниями и успешными моделями, которые сложились в Финляндии, для внедрения их в международный контекст. Мы видим, что пространство Северного Измерения предлагает перспективы для творческого, динамичного, устойчивого и конкурентоспособного будущего.

Дополнительная информация

www.creativeindustries.fi

Проект «Творческие индустрии Финляндии» координируется Центром малого бизнеса при Школе экономики Университета Аалто в сотрудничестве с Академией Сибелиуса, Администрацией городов Хельсинки, Тампере и Сейнайоки, а также Региональной компанией развития города Ювяскюля JUKES. Проект финансируется на средства Европейского Союза и Центра экономического развития, транспорта и окружающей среды региона Хяме.



Aalto University
School of Economics
Start-Up Center



БЕНГТ ФОРССТРЁМ

*Руководитель проектов
Аалто Стартап-центра.
Директор инкубатора «Арабус»,
Университет Аалто, Школа экономики
и Центр малого бизнеса*

ААЛТО СТАРТАП-ЦЕНТР И «АРАБУС»

Введение

Аалто Стартап-центр — это успешный, динамично развивающийся бизнес-инкубатор, ведущий свою деятельность в Хельсинки на базе Университета Аалто. Его цель — способствовать быстрому росту начинающих компаний, а также использовать и объединять ноу-хау, появляющиеся в коммерческой, научной и творческой областях. Клиентами Центра являются компании с инновационными бизнес-идеями и сильным желанием расти и преуспевать. Это организации, которые работают в сфере высоких технологий, информационной и творческой областях.

Из 80 наших компаний около 30 относятся к творческому сектору. Оставшиеся 50 компаний можно разделить на три кластера: мобильная связь и телекоммуникации, продукты Web 2.0, разработка программного обеспечения. С момента основания Аалто Стартап-центра в 1997 году и «Арабуса» в 1996 году, через инкубатор прошло около 600 компаний.

«Арабус»

«Арабус» специализируется на оказании помощи в развитии предпринимательства в творческой сфере и функционирует на базе Аалто Стартап-центра. Обе организации размещаются в Руохолахти, Хельсинки. Зародившись в сердце Аалто Стартап-центра, «Арабус» заявил о формировании новой многопрофильной среды для творческих предпринимателей. Инновационные бизнес-идеи поддерживаются благодаря уникальному соседству с другими компаниями и ресурсам Университета Аалто. Школа экономики и Центр малого бизнеса Аалто,

а также их подразделения, предлагают широкое разнообразие прекрасных образовательных программ. Кроме того, клиентам предлагается уникальная среда для развития стартапов в области дизайна, массовых коммуникаций, исполнительского искусства и спорта. Более 15 лет «Арабус» делает значительный вклад в развитие предпринимательства в творческих отраслях. 25–30 компаний работают в «Арабус» на ежегодной основе. С целью обеспечения компаний информацией, необходимой для их дальнейших успехов, «Арабус» сотрудничает с ключевыми игроками в творческой сфере.

Инкубатор «Арабус» предлагает предпринимателям на выбор три вида услуг: предварительное инкубирование, инкубатор и виртуальный инкубатор. Предварительное инкубирование предлагает обучение людям, которым интересно предпринимательство. Его цель — улучшить навыки клиентов в предпринимательстве и бизнесе в целом.

Услуги инкубатора включают в себя индивидуальные консультации, развитие компании и создание партнерств. Помимо консультирования по вопросам планирования и финансов формируются предложения по созданию принципов управления компаниями на первых этапах, увеличению продаж и обеспечению продолжения роста компании на национальном и международном уровнях. Кроме этого клиентам предлагаются полностью оборудованные офисные помещения для ежедневной работы компаний.

Компании-клиенты могут получать услуги и в форме виртуального инкубатора, что означает доступ к ресурсам «Арабус» без размещения на его территории.

Критерии отбора:

1. Инновационная и готовая к развитию бизнес-идея
2. Готовая к работе команда, состоящая минимум из 2 человек, обладающих дополнительными навыками
3. Реалистичный финансовый план на первый год
4. Четко представляемый потенциал для развития
5. Деятельность в творческих областях

Предприниматели

86% предпринимателей имеют ученую степень и 50% — выпускники Университета Аалто (бывших Хельсинской школы экономики, Хельсинской школы искусства и дизайна или Хельсинской школы технологий).

Одной из задач нашего инкубатора является укрепление академического предпринимательства. Мы предлагаем студентам и сотрудникам

Университета Аалто:

- Работать и строить карьеру в предпринимательстве
- Переводить их собственные бизнес-идеи на коммерческую основу
- Выступать в качестве бизнес-консультанта и делиться опытом
- Учиться на ценных примерах компаний, работающих в инкубаторе

Сотрудничество

Бизнес-инкубатор сотрудничает с другими организациями внутри и вне Университета Аалто, взаимодействует со всеми ключевыми игроками в области развития предпринимательства. Бизнес-инкубатор работает между университетом и бизнес-средой для создания синергетического эффекта. Перешагнув границы Финляндии, «Арабус» создал партнерства в России, Эстонии, Латвии, Литве и Швеции. И мы по-прежнему заинтересованы в поиске новых партнеров в Финляндии и за рубежом.

Дополнительная информация

Bengt Forsström

Адрес: Start-Up Center and Arabus
Hiilikatu 3, 00180 Helsinki, Finland

Тел.: +358-40-70-34-984

bengt.forsstrom@aalto.fi

Информация о сотрудничестве в регионе Балтийского моря:

Ms. Natalia Narits

Тел.: +358-40-56-38-453

E-mail: natalia.narits@aalto.fi

Аалто Стартап-центр в Facebook: www.facebook.com/AaltoStartUpCenter

Twitter: www.twitter.com/startupc



KORJAMO*



Рауль ГРЮНШТАЙН

*Арт-директор
Культурной фабрики Корьямо*

КОРЬЯМО. МЕЖДУ ИСКУССТВОМ И БИЗНЕСОМ

Культурная фабрика Корьямо — не типичный культурный центр. Это международная организация в стране, где подавляющее большинство культурных организаций имеют национальный фокус. Корьямо характеризуется своей междисциплинарностью, в то время как различные направления в культуре, как правило, не смешиваются в рамках одной организации. Это частная инициатива, что является исключением для культурной отрасли, где доминируют муниципальные и государственные организации.

Корьямо — не типичный культурный центр, потому что в его основе нет ни одной традиционной модели. Это своего рода эксперимент создания культурного центра, где экономические и управленческие решения постоянно совершенствуются. Таким образом, Корьямо — не столько традиционная культурная организация, сколько элемент развивающейся креативной экономики.

Корьямо иллюстрирует повсеместную европейскую тенденцию создания независимых культурных центров в старых промышленных зданиях. Он был задуман в 2008 году в форме, в которой существует и сейчас. Культурная фабрика Корьямо разместилась в двух старых трамвайных депо, построенных в 1900 и 1908 годах. Эти здания находятся в собственности города Хельсинки, администрация которого заинтересована в регенерации тех городских районов, где традиционная промышленность оставила изобилие икон индустриальной эпохи. Каждое здание имеет свою неповторимую индивидуальность, иногда совершенно изумительную, но в то же время они заброшены и находятся в плохом состоянии. Именно по этой причине Корьямо потребовалось затеять непрерывную реконструкцию помещений, чтобы иметь возможность проводить в них грандиозные культурные программы.

Корьямо проводит мероприятия по четырем ключевым направлениям: музыка, театр, визуальные искусства и дискуссии. Музыка является движущей силой: об этом говорят как количество музыкальных событий, так и число их посетителей. Корьямо проводит около 400 культурных мероприятий в год, из которых 250 — музыкальные и 150 — театральные шоу. Помимо этого в галерейном пространстве Корьямо ежегодно проходит 20 выставок. С учетом количества проходящих событий, а также 131 тысячи посетителей, Корьямо является одним из ведущих культурных центров в регионе Северных стран.

Факт, что Корьямо — это частная компания, — первое и самое очевидное, с чем сталкиваются те, кто начинает изучать ее экономическую базу. Вклад аудитории культурных мероприятий составляет приблизительно 15 процентов от общего бюджета. Таким образом, стремление найти креативные пути к развитию экономической модели Корьямо — не столько вдохновляющая идея, сколько необходимость. Эта необходимость была движущей силой и при определении того, как культура будет формироваться в Корьямо.

Одной из наиболее важных идей в основе создания Корьямо было то, что культурная фабрика не имеет своих артистов и художников. Вместо этого Корьямо работает как открытая площадка, которая ежегодно приглашает более 1000 деятелей искусства для участия в ее мероприятиях. Такой принцип разительно отличается от подхода типичного финского театра, где все спектакли проходят при участии собственной труппы театра. В Корьямо театральные шоу проходят в со-продюсерстве с другими театрами или независимыми творческими группами. Постановки и шоу, главным продюсером которых является Корьямо, ориентированы на туристическую аудиторию.

Работа музыкантов оплачивается согласно определенной модели: Корьямо делит доходы с артистами. Аналогичным образом работает галерея Корьямо. Будучи коммерческой галереей, она выставляет все демонстрируемые произведения искусства на продажу. Задача Корьямо состоит не только в том, чтобы курировать интересные выставки, но и в том, чтобы создавать клиентскую базу для художников и созданных ими произведений.



Photo: Institute for Cultural Programs



Photo: Institute for Cultural Programs

Одной из сильных сторон Корьямо стало то, что Культурная фабрика стала развивать коммерческую деятельность. Главная идея заключается в следующем: делать деньги, чтобы делать искусство. Этот принцип актуален как для корпоративного спонсорства, так и для примерно 200 частных мероприятий, ежегодно проходящих в Корьямо. Зачастую Культурная фабрика Корьямо выступает продюсером этих мероприятий. Поскольку Корьямо часто сочетает

культурную программу и события частного характера, понимание того, что является коммерческим мероприятием, а что культурным, становится все более и более размытым. Смешение коммерческой и культурной составляющих присутствует в процессе работы бара и кафе при Корьямо. Посетители приходят на культурные события Корьямо, которые частично финансируются за счет продаж в барах.

Корьямо продолжала уверенно развиваться как бизнес и в 2012 году. Отчасти это развитие связано с решением интегрироваться с филиалом Корьямо — компанией Image Match. Image Match — консультационная компания, специализирующаяся на вопросах спонсорства и маркетинга, которая также проводит свои собственные мероприятия на различных площадках города. В присоединившейся компании работают 35 человек, разделенных на команды: по созданию программ, маркетингу и продажам. Так компания превратилась в единый организм, где вопросами культуры и бизнеса занимаются все без исключения.

Новый приоритетный проект Корьямо «Третье измерение» — The Third Space — импульс для дальнейшего развития организации. «Третье измерение» — это пространство, где сочетается атмосфера офиса и дома, работы и отдыха. Это территория дизайнера и экспериментальная площадка, которая состоит из художественных галерей, выставочных залов, арт-магазина, пространства видеоинсталляций, культурной площадки, кафе и рабочих помещений. Обстановка «Третьего измерения» — это дерево и хай-тек, диваны и кофейные столики, а само пространство оснащено по последнему слову техники. В рамках проекта будет реконструировано 1 500 м² площадей Культурной фабрики Корьямо и будет создано 400 м² новых площадей. Новые пространства будут открыты для финской и международной аудиторий уже в августе 2012 года, но много лет займет процесс анализа того, какие мероприятия лучше всего поддерживают новые креативные площадки.



Photo: karelinform.ru



**КОЛЛЕКТИВ ПРОГРАММЫ
«ТАЛЛИНН 2011»**

www.tallinn2011.ee

ТАЛЛИНН — КУЛЬТУРНАЯ СТОЛИЦА ЕВРОПЫ: 7000 МЕРОПРИЯТИЙ И 2 МЛН ПОСЕТИТЕЛЕЙ ЗА ГОД

В течение 2011 года в Таллинне было реализовано 300 проектов, в рамках которых состоялось около 7000 культурных событий: кинопоказы, концерты, выставки, театральные мероприятия и др. На конец года в мероприятиях под эгидой программы «Культурная столица Европы» приняли участие 1,9 млн человек.

Глядя на эти цифры, мы искренне радуемся, что каждый посетитель — а это больше, чем население Эстонии — нашел для себя что-то интересное в программе «Культурная столица Европы». Мы представили эстонскую культуру во всем ее многообразии, которое охватывает традиционное и современное искусство, масштабные и камерные мероприятия, и показывает творчество всех народов, проживающих в Эстонии.

Хотя программа мероприятий предлагала довольно большое количество крупных событий, таких как Таллиннские Дни Моря (100 000 посетителей), фестиваль песен и танца (77 000 посетителей), концерт «Песнь свободы» (75 000 посетителей), праздник «Счастливый финал» в честь закрытия программы «Культурная столица Европы» (25 000 посетителей) и Таллиннский Марафон (17 884 участников), самым главным для фонда «Таллинн 2011» было вдохнуть жизнь в новые, интересные и уникальные идеи и события, которые впускают культуру в городское пространство. «Мы хотели открыть дорогу как можно большему числу культурных начинаний и дать уникальную возможность творить эстонским, а не зарубежным исполнителям, — прокомментировал Директор программы «Таллинн 2011» Янус Рохумаа. — Мы хотим поблагодарить всех творческих деятелей

Почти половина всех мероприятий программы проводилась бесплатно. Финансовая поддержка фонда «Таллинн 2011» складывалась из нескольких источников: 7,58 млн евро выделила администрация города, 4.49 млн евро направило Правительство Эстонии, еще 1,74 млн пришли из других источников (в том числе и от частных лиц), и 1,5 млн евро в рамках Премии Меркурия выделил Европейский фонд.

и публику, которая нас поддерживала и с интересом приняла даже самые неожиданные и свежие идеи».

Благодаря программе «Культурная столица Европы» было реализовано множество уникальных проектов. Среди них: «Немые фильмы подают голос», «Кино в городе: кино на крыше и кино-герилья», «MIM укрепляет позиции», SIGNA: Bleier Research Incorporated, «Мир стекла», «60 секунд одиночества в году Ноль», «Перезвон колоколов». Кроме того, в пространстве Таллинна появились совершенно новые площадки, такие как Объект 2011, Соломенный театр NO99, городские инсталляции фестиваля «ЛИФТ 11». Последние вызвали оживленную дискуссию в средствах массовой информации по вопросу более эффективного использования городского пространства в будущем.

Стоит особо отметить, что на музыкальном фестивале NYUD прозвучали мировые премьеры музыкальных произведений: «Плач Адама» Арво Пярта, «Пробуждение» Эррки-Свена Тьюра, опера «Две головы» Тимо Штейнера, «Танец жизни» Роксанны Пануфник, хорвое исполнение оперы «Лабиринт» Урмаса Сисаса, «Соль» Элены Тульве, опера «С крыши» Ярека Касара известного под именем Chalice, мистерия «Мать молитвы бога» Галины Григорьевой, «Пляска смерти» Грегори Роуза, а также новые композиции Тыну Кырвитса, Татьяны Козловой и Мирьям Тэлли.

В дополнение к потрясающей культурной программе фонд «Таллинн 2011» запустил устойчивое движение добровольцев, к которому присоединились 1500 участников. Волонтеры продвигали Таллинн как город, дружелюбный для велосипедистов, содействовали продвижению программы гостеприимства и молодежной программы, в рамках

которой дети, не проживающие в Таллинне, смогли попасть на культурные мероприятия.

Одной из главных целей фонда «Таллинн 2011» было привнесение культурной жизни на территории пустырей, расположенных у береговой линии в центре города. Одним из главных культурных центров, появившихся в результате этой деятельности, стало здание бывшей электростанции, которое сегодня носит название Kultuurikatel — «Культурный котел». Несмотря на задержки реконструкции, интересное с точки зрения архитектуры и истории здание вдохновило многих режиссеров. В июне Саша Пепеляев поставил сокрушительную «Танцующую башню», Пеэтер Ялакас — экзистенциальную пьесу «Гильгамеш, или точка вечности», а Кристиан Рёмер — «Темного всадника» на музыку Тома Уэйтса. Финальная вечеринка Клуба 2011 в «Котле» собрала 1600 зрителей.

Кроме активизации культурной жизни в Таллинне и продвижения международного сотрудничества в культурном секторе год, проведенный под эгидой программы «Культурная столица Европы», оказал позитивное воздействие на отрасль туризма и, прежде всего, на культурный туризм. К концу года количество ночей, проведенных зарубежными туристами в Таллинне, возросло на 22% к предшествующему году. Это означает, что туристы останавливались в гостиницах на 500 000 ночей больше.

Зарубежные средства массовой информации опубликовали о европейской культурной столице Таллинне почти тысячу сообщений, которые прочитали сотни миллионов человек. Помимо церемоний открытия и закрытия программы внимание зарубежных СМИ привлекли такие мероприятия как Таллиннская неделя музыки, Пункт Таллинн — открытие мероприятия Jazzkaar, международный молодежный трехгодичный проект по искусству «Eksperimenta!», театральные фестивали Treff, фестиваль песни и танца, фестиваль STALKER, открывший новую медиа- и арт-выставку, а также Соломенный театр NO99.

Photo: Tallinn 2011





Photo: Tallinn 2011

Фонд «Культурная столица Европы» был переименован в Таллиннский креативный хаб — «Культурный котел», который соединил в себе материальные возможности и платформу для знаний и сотрудничества. Материальные возможности «Культурного котла» находятся у берега моря и представляют собой стратегически расположенные площадки между портом Таллинна и старым средневековым городом. На территории 10 000 м² находятся бывшая электростанция и теплоцентраль. Это пространство будет использовано как рабочие площадки для различных студий, лабораторий, галерей, и общественные места, такие как рестораны, магазины и туристические центры. Их также можно использовать для проведения небольших мастер-классов, семинаров или масштабных шоу и фестивальных событий.

Миссия «Культурного котла» как культурной платформы — стимулировать развитие партнерств, распространение знаний, установление контактов и расширение европейского сотрудничества для создания синергетического эффекта между различными культурными тенденциями и организациями, творческими индустриями и бизнес-сектором. «Культурный котел» — это сеть коммуникаций и построение концепций, основанных на практической ценности междисциплинарных кластерных проектов, исследованиях в сфере творческих индустрий и новых экономических моделях. Миссии «Котла» служат программы неформального образования, семинары-консультации и мастер-классы, ориентированные на инновации. Развитие материального пространства «Культурного котла» — параллельная задача культурной программы.

**Партнеры проекта
«Развитие партнерства в сфере креативных индустрий
между Северо-Западом России и Северными странами»**

**Partners of the project
“Development of creative industries partnership
between Northwest Russia and the Nordic countries”**

Информационное бюро
Совета Министров
Северных Стран
в Санкт-Петербурге



norden
Совет Министров Северных Стран

Information Office of the Nordic Council
of Ministers
in St. Petersburg

**институт
культурных
программ**
Санкт-Петербург



**Institute
for cultural
programs**
St. Petersburg

Комитет по культуре
Санкт-Петербурга



St. Petersburg
Committee for Culture

Министерство культуры
Республики Карелия



Ministry of Culture,
Republic of Karelia

Культурная фабрика
Корьямо

KORJAMO*

Korjaamo
Culture Factory

Шведский Институт



Swedish Institute



BORIS ILLARIONOV

*Acting Chairman,
St. Petersburg Committee for Culture*

Dear friends,

We are delighted to present you a publication on best practices and most interesting models of development in creative industries area of Northwest Russia and the Nordic countries. In this brochure you will find not only outstanding examples of creative initiatives, but also some ideas for future collaboration.

Developing creative industries sector and establishing a network of CI partnerships are among essential and urgent issues for contemporary socio-cultural environment. Searching new opportunities for creativity development and implementation, and designing new business models for cultural projects' support are among the most promising trends of regional development in Russia and abroad.

For many years the St. Petersburg Committee for Culture has supported the projects focused on creative development and entrepreneurship as well as projects aimed at forming an advanced environment for introduction of innovative cultural products and services.

The project "Development of creative industries partnership between Northwest Russia and the Nordic countries" sets up a solid foundation for professional dialogue and partnerships between CI operators, cultural authorities and experts.

We wish you all the best in strengthening partnership relations in the creative industries sector!



МИКА БОЕДЕКЕР

*Director,
Information Office
of the Nordic Council
of Ministers in St. Petersburg*

Dear friends,

You are holding in your hands a publication which presents expert analysis of creative industries in the Northern Dimension region, as well as best practices in creative industries and perspectives for the development of this sector in the Nordic and Baltic countries, as well as Northwest Russia.

The brochure is published within the frames of the Nordic Council of Ministers' project "Development of creative industries partnership between Northwest Russia and the Nordic countries". The project activities started soon after the Memorandum on Establishment of the Northern Dimension Partnership on Culture had been signed in St. Petersburg. The project has been implemented thanks to successful cooperation of the Nordic Council of Ministers with the Ministry of Culture of the Republic of Karelia, St. Petersburg Committee for Culture, Institute for Cultural Programs, Korjaamo Culture Factory and Swedish Institute.

Participants of the project representing local authorities and organizations working in creative industries in Northwest Russia enhanced their professional competence and established useful contacts through the project activities in Helsinki, Stockholm, Kaliningrad, St. Petersburg, and Petrozavodsk.

This publication concludes the project and at the same time gives impulse for development of partnership in creative industries. I wish all the readers of this brochure new cooperation ideas and interesting projects.



ELENA KHOROSHKINA

*Senior Adviser,
Nordic Council of Ministers,
Northern Dimension Partnership on Culture*

Dear friends,

The cultural and creative industries sector is a global economic growth driver, showing above average economic indexes in recent years even despite the crisis conditions. The Nordic countries and Russia have invested jointly into this sector emphasizing its positive influence on economic transformations.

At the launch of the project “Development of creative industries partnership between Northwest Russia and the Nordic countries” it was especially stressed that cultural and creative industries have great potential to increase the amount of new jobs and to contribute to social changes in the Northern Europe. The project fulfills an important task of studying best practices, and identifying challenges and perspectives for mutual efforts of experts, public, non-governmental and private sectors. Knowledge exchange with the partners from the Nordic countries, and learning from specific real examples are among successfully applied methods of the project.

As a result, a good international platform for further cooperation has been established that enables every participant to support the creative sector by focusing on key priorities in order to maximize the impact!

I hope the project will lead to improved conditions for further development of common creative environment in the North of Europe!



**Institute
for cultural
programs**
St. Petersburg

INTRODUCTION

The project “Development of creative industries partnership between Northwest Russia and the Nordic countries” was implemented by the Institute for Cultural Programs in 2011–2012. The main goals of the project were experience and knowledge exchange on various aspects of creative industries between the concerned parties from Northwest Russia and the Nordic countries, and laying the foundation for future creative industries project development.

The success of the project was predetermined by its concept. It brought together representatives of the authorities, companies working in creative industries, researchers and experts from Northwest Russia and the Nordic countries.

The project partners included such organizations as the Information office of the Nordic Council of Ministers in St. Petersburg, St. Petersburg Committee for Culture, the Ministry of Culture of the Republic of Karelia, the Institute for Cultural Programs, Korjaamo Culture Factory and Swedish Institute. Their successful cooperation allowed to implement a large number of various interesting events. As part of the project, its participants had an opportunity to study the experience of Finnish and Swedish colleagues, to share their knowledge and points of view and to conceive new project ideas during a seminar in St. Petersburg, a creative laboratory in Kaliningrad, and a conference in Petrozavodsk.

The publication you are holding in your hands summarizes the project. The main aim of this booklet is to present various opinions of experts and people working in creative industries of Northwest Russia and the Nordic countries, and to define the main development trends of this cluster in the Northern Dimension region. The booklet includes several analytical articles as well as descriptions of certain best practices of creative enterprises.

We hope that the information presented in this booklet will help to design, support and market new creative projects, and above all to stimulate further development of partnerships in creative industries.



VALERY GORDIN

*Ph.D, Acting Director,
National Research University
of High School of Economics –
St. Petersburg branch,
Professor of Management Department*

FACTORS FOR NORTHERN DIMENSION CREATIVE INDUSTRIES DEVELOPMENT¹

The development of creative industries within the framework of the “Northern Dimension” program is based on a number of rather conflicting factors.

The factors that play a positive role are as follows.

First, the political will of the government and the nonprofit organizations entering into the program. This will is expressed not only in allocating significant amounts of money to the realization of the projects, but also in continuously extending the program, constantly searching for new aspects of collaboration, and diversifying the selection criteria of the contest winners. All this gives certainty to the project participants and to the authorities in charge of the program on behalf of their governments.

Second, the program involves countries with well-developed creative industries and already formed potential for their further development. Essentially, the majority of the “Northern Dimension” participants already have a fine-tuned business model, and only require additional resources to evolve and scale up. The presence of organized and institutionalized business within the sphere of creative industries is, in many categories, a necessary condition for participation in the program.

Third, the Northern Dimension states’ creative industries are in contact with each other as a part of various international and intergovernmental programs. They are working on a series of joint projects, which are frequently funded by Northern Dimension programs, i.e. they are a continuation or development of

¹ The study was implemented in the framework of the Program of Fundamental Studies of the High School of Economics in 2012, № 56.

other current or previous projects. Thus, “Northern Dimension” is often an additional incentive and opportunity to both continue and expand the previously initiated cooperation.

Fourth, the wide range of sectors belonging to creative industries form synergistic effect not only within this sphere but also in many related industries. Therefore, certain projects related to creative industries do not fall under the category of “culture,” but rather under the category of “economy.” This emphasizes their interdisciplinary character and the direction of its potential effects.

Fifth, many projects, supported by the “Northern Dimension,” were involved with educational institutions, cultural organizations engaged in youth work, and nonprofit organizations. This creates an opportunity of emergence of young artists in the range of creative industries, who have project work experience and cross-sector collaborative skills, and who search for different, innovative ways of funding for their projects.

However, having considered the opportunities and incentives for development of creative industries within the “Northern Dimension,” the potential threats cannot be ignored.

First of all, it is difficult to obtain money for program implementation from any source such as: special funds and programs of the European Union, national programs supporting culture and art, private charitable funds, and commercial organizations. Recognizing the scale of potential financial difficulties and challenges currently facing the European Union countries, we can assume that in the near future a number of European and national programs will be cut back.

Programs, which focus on certain problem-free regions, and programs which can be coordinated on the national level and/or by business structures, are the most likely candidates for funding reduction and withdrawal. Cultural projects within the “Northern Dimension” program may, unfortunately, be among those suffering funding cut-backs from the European Union, as well as from relevant national and international programs.

Second threat — significant virtualization of creative industries, which would reduce the financial requirements of the project, and provide the project developers with an opportunity to access other sources of funding, both traditional (partnering with commercial entities interested in promotion through contextual advertising of their offering on project portals), and innovative (especially crowdfunding).

Third threat — shift of primary focus towards project commercialization. This tendency is currently spreading to all areas of culture, radically changing the principles of fundraising formed during the previous decades. Focus on the commercial output of projects makes financial funding an unlikely part of mainly “noncommercial” projects included in the “Northern Dimension.” However, as we know from the theory of cultural economics, many genres and cultural establishments cannot be commercialized and need permanent support from society.

As seen from this brief analysis, the “Northern Dimension” leaders have an opportunity to strengthen and develop the positive factors and, to some extent, eliminate the negative ones. However, there are a number of negative macroeconomic factors that cannot be influenced at this level.



RASMUS WIINSTEDE TSCHERNING

Managing Director, Center for Culture and Experience Economy (CKO), Denmark, Chairman, European Commission's Policy Learning Platform of the European Creative Industries Alliance (ECIA)

WHAT DO THE CREATIVE INDUSTRIES NEED TO UNLOCK GROWTH POTENTIAL?

New research from Denmark analyses the barriers and possibilities for growth in the creative industries in Denmark. The study was conducted by Center for Culture and Experience Economy (CKO) in 2011.

Danish analyses suggest that the Creative Industries (CI) have fared better over the past years' financial crisis than have other industries: CI's generate jobs, create value and exports through their activities. Furthermore, studies have shown that the CI's provide added value in other industries: The so-called spillover effects include innovation of products or services through creative processes, the strengthening and effectiveness of companies' internal organization or new marketing tools.

Denmark's creative industries enjoy a global position of strength. Over 11% of the value increment in Denmark's economy comes from these businesses. And they create over 7% of total employment. That is why CKO was founded in 2008 by the Ministry of Economics and Business Affairs and the Ministry of Culture: first, to spread the word about how the business community can increase growth and innovation through experience based business development, and second to strengthen the creative sector's business understanding through strategic collaboration with the business world.

Barriers and possibilities for growth in the creative industries

Yet, we do not know if the potential of the creative industries has in fact been achieved in full or whether the potential for growth is much larger than the current achievements.

This study “What Do the Creative Industries Need? Barriers and Possibilities for Growth in the Creative Industries in Denmark” (CKO, 2011) is developed with the aim to illuminate these questions. The study:

1. compares the creative industries with the wider industry community in order to evaluate differences
2. assesses the demand for business support for creative industry companies, and
3. uncovers the market for creative services in other industries. This analysis relies on surveys interviews from 1285 companies within the creative industries and 770 companies from other industries and on focus group interviews with creative industry experts

Definition of CI's

CKO define CI's as containing businesses within one of the following areas:

- Design and architecture: businesses having design as a core service
- Fashion, furniture and textile: The businesses are included in the research as they are offering experiences in the form of lifestyle products
- Communicative media: businesses within the film, publishing, computer games etc.
- Art, music, arts, and crafts: businesses with artistic creativity as the core of production
- Experience communicators: e. g. museums, theme parks and other business selling time-limited experiences

Important findings

“What do the Creative Industries need? — Barriers and Possibilities for Growth in the Creative Industries in Denmark” (CKO, 2011) reveals that, compared to other industries, creative companies more often are, or work to become, internationally oriented; intellectual property rights are more often the mainstay of the company; they have longer planning horizon and similar ambitions for growth. Further, the analysis shows that,



Photo: Karin Beate Nøsterud/norden.org



Photo: Karin Beate Nøsterud/norden.org

within the creative industries, there is a great need for development of support services with a focus on strategy and business development, marketing and consumer understanding, as well as financing of development projects.

Demand for creative services

The analysis finally reveals a large demand for creative services in other industries. The creative services most demanded are related to differentiation from competitors, sales training and development and innovation.

Denmark, Scandinavia, Europe!

Alongside the Danish operations CKO works on a Nordic and European level:

- Present Creative Business Cup, global competition based on business plans and good ideas for creative sector entrepreneurs. 25 countries participated in the final event in November 2012 in Copenhagen
- Administer KreaNord, the Nordic Cabinet's effort to strengthen Nordic creative sectors. This project establishes collaboration between the governments of the Nordic countries, collects cases about creative businesses in the Nordic countries, and develops and edits the portal www.kreanord.org

Download "Growth, creativity and innovation in the Nordic countries – 18 nordic cases on the creation of values through competences within creativity and business understanding for free at kreanord.org/sites/default/files/rapport/casesamling_final_eng.pdf

- Represents (on behalf of the Nordic Council of Ministers, the Danish Business Authority and the Ministry of Culture), the Nordic countries in the EU project FAME (Facilitating Access and Mobilization of European finance the growth of creative industries), which should make it easier for the creative industries with high growth potential to raise investor capital, develop businesses and create growth

- Managing Director Rasmus Wiinstedt Tschering of CKO is formal spokesperson and Chairman of The European Commission’s Policy Learning Platform of the European Creative Industries Alliance (ECIA). ECIA brings together 25 regional and national policy-makers across Europe with the aim to develop a better strategy for the development of creative industries in Europe, notably in the areas of better business support, access to finance, cluster excellence & cooperation and facilitating cross-sectoral linkages

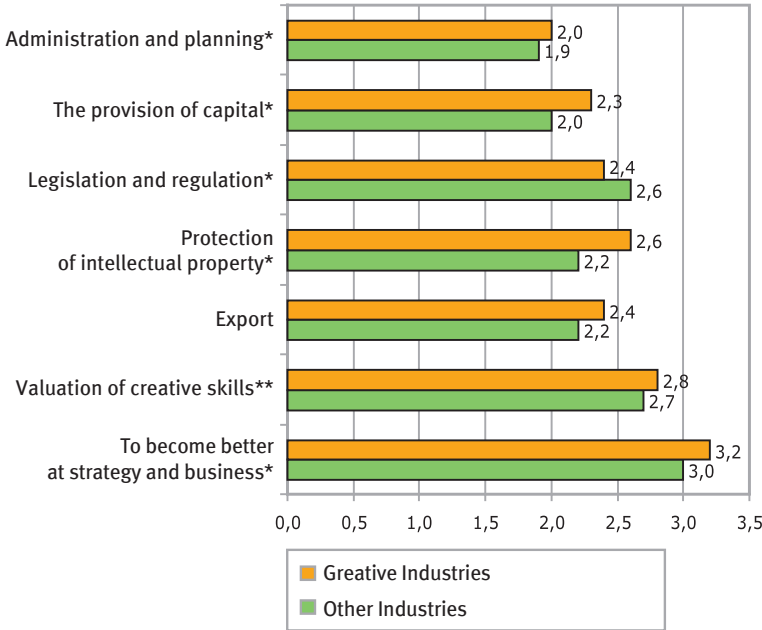


Figure 1. Challenges for the CIs and other industries describes central challenges and the extent to which they were presented, by CI-companies and other companies respectively, as relevant. Central to the figure is the conclusion, that strategy and business development is the biggest challenge for both CIs and the wider business community. The greatest challenge is, however, in the CIs.

5 = totally agree that this characterizes the company. 1 = totally disagree.

* The difference is not statistically significant and therefore represents the statistical randomness.

** The difference is significant with a value of 0.05.

Download English summary of “What do the Creative Industries need? – Barriers and Possibilities for Growth in the Creative Industries in Denmark” at cko.dk/cineedanalysis2012. More information about CKO and Experience economy in Denmark at cko.dk/en/about-cko.



IGOR DEVYATKO

*Head of Investment Attractiveness
Development Department,
St. Petersburg Committee for Investment*

ST. PETERSBURG TO EMERGE AS RUSSIA'S CREATIVE HUB

St. Petersburg gets ready to reinvent itself as Russia's "creative hub," according to the St. Petersburg Socio-Economic Development Vision until 2020 drafted by the Government together with local citizens. This document proposes a plan to establish a "creative environment enabling personal fulfillment of citizens" in the city. It is also promised that St. Petersburg will become a "tolerant and welcoming city to all ethnic, social and cultural communities."

Creative industries have never been mentioned among St. Petersburg Government's economic priorities before. Currently, the vast majority of the city's recreation and entertainment facilities are confined to the historic downtown.

"Creative industries are highly innovative and have large equity-enhancement potential. They can create jobs by generating and exploiting intellectual products," explained Irina Babyuk, Chairman of the Committee for Investment. "Creative industries have the ability to elegantly transform depressive neighborhoods into attractive urban spaces, providing higher growth rates than the conventional industries. It is, therefore, both logical and sensible to make the creative cluster a part of St. Petersburg's long-term development vision, and to design a corresponding concept."

But while St. Petersburg is only making plans to promote the growth of its creative industries, many of the world capitals realized the importance of their citizens' creative potential a long time ago, and now creative industries flourish in those cities, bolstering their economic advancement.

For example, the creative sector in Berlin, an international film industry hub and Germany's "Music Capital," lists 30,000 companies employing some

220,000 people, grossing € 20 billion annually between them. The creative industries in Birmingham, UK, generate over € 660 million annually in value added. In Helsinki, Finland, 12.5% of all local companies work in the creative cluster, generating a turnover of more than € 10 billion, representing 60% of the earnings of creative industries nationally.

Last year St. Petersburg sent a delegation to Manchester, UK, to study the local expertise in converting industrial properties for the needs of creative industries. With its industrial legacy dating back to the 19th century, Manchester is often said to have much in common with St. Petersburg. Manchester has managed to swiftly turn its industrial legacy around, reinventing itself as one of Europe's largest media centers, and setting an excellent example for St. Petersburg to follow. Of particular interest are the Manchester best practices of converting industrial buildings to new economic uses, and the "Manchester Model" of revitalizing industrial neighborhoods by means of public-private partnerships.

The key regional agency overseeing the development of the creative cluster in Berlin is the Committee for Communications, Media and Creative Industries, established in 2007. One of this body's duties is to advise Berlin City Government and its affiliated entities on how to promote and incentivize the sector. Another responsibility is providing support to not-for-profit creative enterprises. More effective communication within the cluster is facilitated by an Internet portal (www.creative-city-berlin.de), dedicated to serving entrepreneurs and companies in the creative sector. The website offers information on the available creative enterprise support programs, training opportunities, and consulting services for startups and new businesses.

In Birmingham, the local government practices "interventions" in the creative sector. A government-sponsored venture fund, specifically formed to invest in creative industries, exists for the sole purpose of strengthening and promoting this sector in the region of West Midlands. All the returns on investments are reinvested in new projects. The fund finances individual projects worth between £10,000 and £250,000. In return, it asks for a small stake in the equity of the financed companies.

Helsinki has a program that helps to promote and "internationalize" the local creative industries. Some of the funding for that program comes from the EU Social Fund. An agency of the central government, Creative Industries Finland runs a Lifelong Learning Program for executives and agents employed in creative industries, and an education program for music composers and musicians — Finish Music Express, the mission of which is to promote Finnish music industry exports.

In Warsaw, like in St. Petersburg, government initiatives for the support of creative industries are in their early formative period. However, the policy on the promotion of creative industries is already embedded in Warsaw's

Photo: "Free Culture" Society



key strategic ordinances, including its General Plan, Economic Development Vision, and Cultural Development Vision. One nuance in comparison with other national capitals is that creative industries are not regulated on the national or regional level in Warsaw. All initiatives for the support of creative industries come from the local authorities (City Government).

St. Petersburg City Government has high hopes in stimulating the creative enterprise for the city's cultural legacy and potential, matching that of other international cultural centers and tourist destinations.

"St. Petersburg's rich cultural heritage is able to both generate substantial tourist flow and inspire local intellectual and other creative enterprise," said Irina Babyuk. "Unlike industrial production, which can be moved to another country with a more comfortable business environment (lower taxes, cheaper labor, etc.), creative industries cannot be relocated this way. An ample and diverse cultural environment, including not only the official cultural institutions but also informal ones such as cafés, bars, clubs, parks and all kinds of educational institutions, provides a fertile ground for creative enterprise."

St. Petersburg currently features over 8,000 historic and cultural landmarks, 82 theaters and 182 museums. The year 2010 saw 956 exhibitions, 649 of them modern art shows, and 282 festivals. Many local highlights are famous worldwide, e.g. the high school prom festival "Red Sails," the St. Petersburg International Film Festival, the International Museum Night, the international "Stars of the White Nights" music festival, the international "Palaces of St. Petersburg" music festival, and others. More than 30 St. Petersburg schools offer courses in areas related to creative enterprise. In addition to the more specialized institutions, some of St. Petersburg's best schools, including St. Petersburg State University and Herzen Russian State University of Pedagogical Science, offer a broad selection of courses in design, applied arts and crafts, painting and graphic art.

St. Petersburg's economic potential of creative industries is already realized in several sectors. For example, St. Petersburg's market for advertising is worth € 350 million annually. The city is the home of some of the leading film studios and film festivals in Russia. St. Petersburg's cinema market is second only to Moscow's, grossing € 80 million annually.

*"We have researched the investment potential of the creative cluster while working on our Program of Improving the Investment Climate of St. Petersburg," said **Irina Babyuk**. "We have also studied the international best practices in nurturing and promoting creative enterprise. We have met with representatives of the creative community in St. Petersburg, who have more than once stressed the need for a city-wide policy on creative enterprise, and stated their vested interest and readiness to contribute to the sector's advancement."*

In the meantime, many St. Petersburg investors have long since recognized the opportunities in creative industries, which can be profitable businesses or centers of gravity in property development projects. One example is New Holland and its modern art museum. The project, which is still in the design phase, already has a creative consultant on its team. The Dance Palace in the European Embankment project is envisioned as a future international center for choreography. The mission of the Dance Academy in the Petrograd District is to strengthen St. Petersburg's ballet school with modern forms and methods. The Alla Pugacheva Theater, currently in the pipeline, will include a world-class recording studio.

The majority of creative enterprises worldwide are small businesses, so government support for small business is crucial for the growth of creative industries. St. Petersburg has more small businesses than any other city in Russia: 368.7 per 100,000 people compared to 239.8 in the Moscow Region and 213.5 in Moscow. St. Petersburg's figure is more than triple the national average. St. Petersburg is No. 18 in the world by the number of small businesses per 100,000 people, and No. 33 by population percentage employed in small enterprise. St. Petersburg has an ongoing Program for Development of Small and Medium Business.

Abandoned industrial properties are often used to house creative enterprises. Renovation gives a new socioeconomic life to the property and the neighborhood.



Photo: Interpress

St. Petersburg has such industrial properties in great abundance: 29 industrial sites in the inner city are entitled to relocation or revitalization. Historically sited in the downtown, these industrial properties are no longer in harmony with the city's development needs and hinder the progress, keeping land value down and polluting the urban environment. Industrial neighborhoods occupy 2,400 out of 5,800 hectares of St. Petersburg's historical center area.

The Committee for Investment estimates that 5% of companies active in St. Petersburg are engaged in creative industries. There were 17,279 creative businesses in St. Petersburg at the end of 2011. Most of them are in the segment of advertising (5,000 companies or 29%) and publishing/printing (4,700 companies or 27%). Approximately 65,000 local residents are employed in creative industries, representing 2% of St. Petersburg's population. Thirty one percent of creative enterprises are small businesses. This means that 30,000 local residents are employed by creative small businesses, representing 9.4% of all Petersburgers working for small businesses.

St. Petersburg's creative businesses earn an estimated gross total of RUR 83 billion annually. After certain adjustments, including an adjustment for the estimated turnover of the "shadow" economy, the real figure is approximately RUR 116 billion, or 2% of the cumulative turnover of St. Petersburg-based businesses. Based on the key socioeconomic metrics, St. Petersburg is obviously behind most major cities in Europe, where creative enterprise has long been among the top priorities, and where creative industries are viewed as a powerful driver of economic prosperity.

St. Petersburg is now one of the very few regions in Russia where creative industries have been designated as a strategic development priority. However, there is to this day no formal definition of "creative industries" on the federal or regional level, so there are no regulatory mechanisms tailored specifically to meet the needs of the cluster.

The truth is, creative industries will never flourish without targeted, consistent and thoroughly planned support from the central government, local governments and major corporations. With an integrated approach and a savvy government policy, creative industries could generate substantial profits and many new jobs without any external assistance. In this case, they would be able to grow independently and reach full economic self-sufficiency and sustainability. Eventually, they will pay back the city's investments with financial returns manifested by such positive externalities as social and intellectual development.



ALLA ANTOSHCHENKO-OLENEVA

*Director,
DeLa'Ruk Project*

DELA'RUK PROJECT

DeLa'Ruk is the largest offline community of designers in Russia. We aim at the development of design and modern handicrafts in St. Petersburg and in Russia. DeLa'Ruk is a center of attraction for all lovers of contemporary design and decorative art: jewelry, interior design objects, art toys, etc. We support people who want to turn their creative hobby into their small creative businesses, but are lacking some primary resources: workshop, funds for promotion, marketing skills, etc.

DeLa'Ruk Festival of HandMade and Design became the starting point of the project. It was held in August 2008 in a beautiful courtyard of 32, Nevsky prospect. We wished to attract and unite designers-makers who create unique pieces of art and design. We did it with a bigger picture in mind: the event had to promote the idea of design cluster, which would help designers to develop their small creative businesses. We found out that there were many creative people who made interesting things and tried selling them via internet. We invited many of them to take part in an open-air festival, and it was a big success.

This first event gathered about 70 designers from St. Petersburg, Moscow, Kaliningrad and other Russian cities and about 5000 people came to visit the Festival. The program included lots of workshops, 2 hours of catwalk shows and DJ sets.

DeLa'Ruk became the first outdoor design market in Russia and now runs every year, usually in summer and winter. The first festival was a one day event, but now DeLa'Ruk is a long every weekend exhibition, which lasts from May until September and attracts thousands of habitants and tourists, who buy unusual handmade goods as presents and souvenirs directly from their creators.

In November 2009, we opened a DeLa'Ruk HandMade&Design Club in a spacious loft in the center of St. Petersburg on Kazanskaya, 7. A loyal community of about 50 designers became members of the cluster. The space was renovated on the member's financial inputs: in our model every club member had their own mini-studio which they could use as working and sales place, and paid a small monthly rent. At that moment 50 members could easily afford to rent a 500 square meters space. The space contained not only the mini-studios, but also a permanent exhibition of club members' artworks and a cafe, where we ran workshops, lectures, concerts and other events.

In March 2010 we launched FREE'k bazar — a regular design market, which took place in DeLa'Ruk Club every weekend. The market was not limited to handmade products, but featured various interesting objects of industrial design, vintage, etc. A year later we had to close the Club on Kazanskaya, as the landlords imposed many strict administrative limitations and increased the rent.

In spite of the grant, which we received from the St. Petersburg Committee for Culture, the project still needed external support on its way of gradual transition to self-sufficiency, and a big rent became a deterrent for the project at that moment.

Financial support from the authorities and the opportunity for talented designers to have affordable studio and exhibition space within a creative incubator was the best model for DeLa'Ruk Club. Unfortunately, it is very difficult to achieve a sustainable loyalty from authorities. This is also relevant regarding our DeLa'Ruk open air festival. Every year we have to make a lot of effort to receive permissions and subsidies, however it's becoming more and more difficult.

Since 2010 DeLa'Ruk has been based on Ligovskiy 74, with a new title DeLa'Ruk HandMade Depot. At the moment it is a small space, where we have our studio and sometimes hold exhibitions. Based on DeLa'Ruk Depot we launched "Hand Made MBA" program, which is a practical course for designers who lack some business skills. It is mostly one-to-one coaching, when we meet and discuss business issues together, make diagnostic and action plan, and identify specific needs of a designer. They learn how to generate new bright marketable ideas, how to use different technologies to improve the production process, how to place orders and build partnerships with Russian production companies, and how to market their product and sell it globally.

We also continuously develop FREE'k bazar design market: it runs almost every month in Zona Space in ETAGI (Ligovsky, 74) and attracts 30-50 designers and artists. Beginning with spring 2013 we plan to internationalize it by inviting Scandinavian and Baltic designers. In addition, we organize fairs and exhibitions as a part of music and other festivals; workshops for corporate clients and master classes on a cruise ship around Scandinavia.

During the past 2 years, design making, or handmade, has become a strong trend, and DeLa'Ruk project has made a considerable contribution to its development. Every year about 30% of our project participants become individual entrepreneurs, and some of them open their own shops. There are also many different design markets and handmade exhibitions held all around Russia, helping the designers to find their clients. The number of designers-makers has also increased significantly. Many of them are turning their hobbies into the main source of income.

The next step for us is our plan to establish SPb Design Hub. It will be a partner project, which will combine international collaboration between Russian and foreign designers, a residence for those designers, who wish to come to the Russian market with their projects, and a wide range of events and programs which will help to develop design-making business globally.



ANTONINA NIKONOVA

Ph.D, Deputy Director, Chair of Museums and Preservation of Monuments, St. Petersburg State University, Director, “Museum Quarter/St. Petersburg” project

MUSEUM QUARTER/ ST. PETERSBURG

The character and uniqueness of historical center of St. Petersburg requires new approaches and new development models. The creative areas are becoming key elements and prerequisites for the efficient competitiveness of the city. They attract gifted and talented people and small businesses in order to create new organizational systems. In particular, such systems should coordinate the activities of the museums, including creation of inter-museum centers, which provides opportunities for development of partnerships.

The “Museum Quarter/St. Petersburg” is a good example of the creative cluster approach in St. Petersburg. The Museum Quarter territory is bordered by Moika River, Krukov Canal, Konnogvardeyskiy Boulevard, and St. Isaac’s Square. The main objectives of the project are to consolidate and to realize the tourist, scientific, museum and recreational potential of St. Petersburg’s historical center into a holistic range of tourist products and museum projects, and to create an information and exhibition space in the area of the quarter. The idea of consolidating four museums: the Alexander Popov Central Museum of Communication, the St. Petersburg State Museum of History of Religion, the State Museum “St. Isaac’s Cathedral,” and the Museum-Apartment of Vladimir Nabokov, had been proposed in 2008 by the teachers and students of the Department of Museology and the Preservation of Monuments of the St. Petersburg State University under the leadership of the director of the Hermitage Mikhail Piotrovsky. The project went through three development stages, ranging from the inter-museum project to the public-private partnership. Today, the project unites public, state, and private institutions. As of July 2011, 14 organizations signed a “Memorandum of Understanding,” stating their desire to take part in this project. All parties involved have been striving to contribute their intellectual, historical, cultural, organizational, and economic resources to further the “Museum Quarter/St. Petersburg” project.



Photo: "Museum Quarter/St. Petersburg"

All of the project partners aim to not simply preserve this corner of the historical part of the city, its features, its historical particularities, etc. but rather to facilitate the development of the area and search for new forms of leisure for both tourists and locals alike. Thus, in 2009, within the framework of the "Milestone Zero" grant, and in conjunction with the staff of the Alexander Popov Central Museum of Communications, five walking tours were elaborated: "The Mailman and the City," "The Street

Cleaner and the City," "The Writer and the City," "The Architect and the City," and "The Mason and the City." The characters had been chosen in accordance with the historical-cultural context of the former Post Office Town and its inhabitants, giving plenty of curious facts for the tours. An important additional element of the informal walking tours is to provide a themed design of the courtyards of the Museum Quarter for sightseeing tours. This new tourist service, namely, the intellectual walking tours, has branched into five thematic areas of the "Museum Quarter/St. Petersburg": "The Tolerant City," "The History of the Russian Mail Service," "The City as a Poetic Metaphor," "The Architect and the City," and "The St. Petersburg Street Cleaner."

In 2010, with the support of the St. Petersburg Committee for Culture the design studio "Borey Art" developed a corporate identity and logo for the inter-museum information area of the "Museum Quarter/St. Petersburg". At the same time, a presentation booklet, containing information about 21 historical and cultural monuments in the Quarter area was created. The booklet can also be used as a map of the "Museum Quarter."

The "Museum Quarter" is a solid ground for internships and classes of St. Petersburg universities' students doing humanitarian studies. The universities' students develop their own programs for children as a part of "Children's Day at the Museum" festival and lead tours for the annual "Museum Night" festival.

The next steps for the Museum Quarter are the installation of navigation stands in the Museum Quarter in addition to 5 already existed signs, and the creation of an inter-museum center open for public in order to provide the access to information for both educational and promotional purposes.

Thanks to the financial and organizational support received from the Museum of Russian Vodka, the "Museum Quarter/St. Petersburg" project has been placed on tourist maps and on the information module in the annual publication of the St. Petersburg City Government "St. Petersburg Calendar of Events."



ELENA BOGDANOVA

*Minister of Culture,
Republic of Karelia*

CREATIVE INDUSTRIES DEVELOPMENT IN KARELIA

In our republic, projects for the development of cultural industries have been carried out for 7 years. The Republic of Karelia is one of the first subjects of the Russian Federation to recognize the significance of creative industries in the economic cluster on the governmental level. The innovative approach to the development of the Karelian economy is significantly influenced by the fact that it is located on the border with the European Union. The first project initiatives for the development of creative industries have been supported by the European Union's TACIS program.

The creative potential of the region — its creative class, has become a significant part of the population of Karelia. According to regional statistics, the number of people whose professions are connected to creative industries (education, culture, tourism, advertising, internet and computer technology, cinema, radio, television, publishing and printing, photography, fashion, handicrafts, furniture production, jewelry, etc.) is over 100,000.

In the segment of handicrafts there are about 50 officially registered companies operating. More than 2/3 of the enterprises in the region are indirectly related to creative industries. Further advancing this sector and setting it as a regional priority corresponds with the objectives of the concept of the socio-economic development of the republic, and increases the efficiency of investment in human capital of territory.

In modern Russia, “innovative economy” is usually interpreted as modernization of technology in traditional economy and business. If culture is even mentioned, it is usually opposed to innovation and is described only in terms of preserving the cultural heritage. It exists somehow separately, detached from any practical activity and is not a subject to modernization at large.

Meanwhile the Karelian authorities have adopted the Concept of Socio-Economic Development until 2020, which is positions cultural resources and creativity at the forefront of modern, postindustrial economy.

A study conducted by the “Center for Strategic Research of the Northwest” in 2011 shows that the priority markets for the development and formation of

a new competitive segment of the Karelian economy are the product markets that use the region's cultural heritage and unique cultural brands. These markets, in experts' opinion, are especially attractive due to high growth potential of 10–25% per year, and greater opportunities for creation of unique products. According to experts, the most promising Karelian industry segments, based on unique traditions and being produced sustainably, are the markets of media products and computer technology, wood products, clothes and textiles, tourism and leisure markets, gifts, souvenirs, authentic foods, wrapping and crafting paper.

The Ministry of Culture of the Republic of Karelia is currently working on a long-term governmental program “Culture of Karelia 2013–2018” and a sub-program dedicated to development of creative cluster in Karelia.

Experience in international cooperation carried out with support of many institutions, including such a prestigious organization as the Nordic Council of Ministers, allows us to set ambitious goals. For example, the “Design Center of Karelia” project will provide us with a nationwide experimental pilot site to facilitate forming, testing and dissemination of new approaches to preservation and development of folk arts and crafts.

Currently, the Russian Federation and the European Commission are jointly implementing an equally budgeted Karelia ENPI CBC Program (The European Neighborhood and Partnership Instrument, cross-border cooperation) for 2007–2013. There are three projects carried out within the frame of this program at the moment:

- Project by the Center for Cultural Initiatives to establish the Design Center and an artisan business incubator, in collaboration with partners from the North Karelia province (Finland).
- “The Possibilities of Cooperation, Business, and Trade across the Border between Enterprises” project under the leadership of the Juminkeko Cultural Foundation (Finland) and the administration of the Kalevala Municipal District. This project includes renovations of the Moberg house in the village of Kalevala and other tourist attractions in the area. It also provides measures to preserve the traditions of folk music and the kantele musical instrument, as well as development of rural tourism and small business.
- “A Better Life for Karelian Villages” under the management of the Association “Friends of Kinerma” (Oulu, Finland) jointly with the “Public Fund for the Support of Karelian Heritage”.

As a part of the Karelia ENPI CBC Program for 2007-2013, the year of 2012 was declared a thematic round for cultural initiatives with a total funding of €3.6 million. The selection committee was presented with projects aimed at museum development, library modernization, ethnic tourism to remote areas' promotion, talented youth support, as well as at preservation and development of traditional culture within ethnic centers — innovative type of local government agencies. Many of the established project initiatives are targeting development of entrepreneurship in the cultural sphere.

Recognizing culture as a strategic resource for development of economic and social spheres determines the necessity of state support for creative industries.



SILJA SUNTOLA

*Project Director,
“Creative Industries Finland”,
Small Business Center,
Aalto University School of Economics*

CREATIVE INDUSTRIES FINLAND — A DRIVER FOR STRATEGIC DEVELOPMENT

Around the world, societies founded on industrial engineering and manufacturing are facing great changes. As production is moving to low-cost countries, private and public sector actors are forced to adjust their focus from manufacturing to offering services and innovation. The competitiveness of different regions, too, is increasingly based on their ability to offer a culturally rich environment and first-rate services. Sustainable development, human wellbeing, and ethics have also become central, value-based competitive factors.

The important role of the creative industries has been widely noted in national and international initiatives and policies. Challenges, possibilities and development needs of the sector have been recognized in numerous studies and reports, and new initiatives and development programs have been launched. However, challenges remain. For instance, we know that there is still a lack of interest as well as skills for entrepreneurship in the creative sector. Marketing, production, business and management skills are insufficient. Existing enterprises are small, with little interest for growth. Business support mechanisms frequently lack understanding of the nature of creative industries, where value is often immaterial in nature and business models can differ considerably from the “traditional” sectors. The list goes on.

Creative Industries Finland (CIF) is a national network of creative economy developers, actors and entrepreneurs as well as national and regional policy-makers. It aims to strengthen coordination and strategic impact of national development activities that are mainly realized through different projects. CIF was launched in 2008 as a coordinator for the national Development Program

for Business Growth and Internationalization of Creative Industries 2007–2013, a program directed by the Ministry of Education of Finland and funded by the European Social Fund. Over 20 projects have been funded from this 14,3 million euro program. Projects range from furthering management and production skills, product and service innovations, advancing networking and internationalization within the different sectors of the creative industries. They range from music, dance, theatre, circus to the film industry, cultural tourism, design and beyond.

CIF provides and distributes news, information and best practices for its target groups. It publishes news, facts and figures and raises awareness on the roles and possibilities of the creative sector as well as provides bases for foresight. Annual events and workshops provide spaces for networking and sharing of best practices nationally and internationally.

The rapidly growing amount of users of CIF based activities (website, newsletter, events and study trips) have proved the need for these activities. It has also strengthened the understanding and co-operation between actors and entrepreneurs, developers, researchers and educators as well as policy-makers and funders. This in turn has strengthened the strategic base and sustainability of the different development activities.

CIF has also been active internationally, with a focus on developing networks and co-operation especially in the Nordic and Baltic countries as well as Northwest Russia. Arts and festival management, cultural tourism and service development are just some examples of special areas of interest in this co-operation, with many initiatives already on the way. Now, if ever, is the right time to take these development activities to the next level.

CIF is keenly looking forward to applying lessons learned, continue the exchange of best practices and operating models that have been developed nationally on to international contexts. We see that the Northern Dimension area provides a promising landscape for a creative and vibrant, sustainable and competitive future.

More information

www.creativeindustries.fi

CIF is coordinated by the Small Business Center of the Aalto University School of Economics, in co-operation with the Sibelius Academy, Cities of Helsinki, Tampere and Seinäjoki as well as Jyväskylä Regional Development Company JYKES Ltd. It is funded by the European Union and the Centre for Economic Development, Transport and the Environment of the Häme Region.



Aalto University
School of Economics
Start-Up Center



BENGT FORSSTRÖM

*Project Manager, Business Advisor,
Aalto Start-Up Center,
Small Business Center,
Aalto University School of Economics*

AALTO START-UP CENTER AND ARABUS

Introduction

Aalto Start-Up Center is a successful and fast-developing business incubator operating in Helsinki and inside the Aalto University. Its aim is to speed up the growth of start-up companies as well as utilize and combine the know-how of commercial, scientific and creative fields. Our clients are companies with innovative business ideas and a strong urge to grow and succeed. We specialize in companies active in high-tech, information and creative fields.

Out of our 80 companies roughly 30 operate in creative fields. The remaining 50 start-ups are divided into three clusters: 1) the mobile cluster 2) web 2.0 development cluster and 3) software development cluster. Since the foundation of the Start-Up Center — previously New Business Center — in 1997, Arabus in 1996 approximately 600 companies have graduated from the incubator.

Arabus

Arabus — specialized in aiding and developing entrepreneurship among creative fields is functioning within Aalto Start-Up Center. Both Aalto Start-Up Center and Arabus reside in Ruoholahti, Helsinki. Centering Arabus inside the Start-Up Center signals the birth of a new multifield environment for creative entrepreneurs. Innovative business ideas are supported not only by unique surroundings but also by the resources of Aalto University. Aalto School of Economics Small Business Center — and the development services therein — offer a wide variety of excellent training programs. In addition we offer a unique development environment for start-ups involved with design, media, performing arts and sports. Arabus has been an important contributor to the development of entrepreneurship in creative branches for over 15 years. 25–30 entrepreneurs work inside Arabus on a yearly basis. Arabus collaborates

with different key players in creative field to bring companies the information to use for they further success.

Arabus incubator offers entrepreneurs three different services to choose from: pre-incubator, incubator and virtual incubator services.

The pre-incubator offers training to people interested in entrepreneurship, and it aims to improve customers' aptitude for entrepreneurship and business in general. Incubator services consist of tailored guidance, development and networking services. In addition to planning and finance-related advice, we concentrate on building structured guidelines for the company's early operations, initializing sales, and ensuring the continuation of the company's growth — nationally and internationally. We also offer furnished office space as well as technical tools to support daily operations. Services are also offered to companies in the form of a virtual incubator contract, which grant companies access to services but not to premises

Selection criteria: 1) an innovative and scalable business idea 2) a capable team of minimum 2 people with complementary skills 3) a realistic first year's financial plan 4) clear growth potential and 5) active in creative fields.

Background of entrepreneurs

86% of entrepreneurs have an academic degree and 50% are Aalto University graduates (former Helsinki School of Economics, Helsinki School of Art and Design, or Helsinki School of Technology).

One of the aims of our incubator is to strengthen academic entrepreneurship. We offer students and personnel of Aalto University a chance to 1) take on entrepreneurship as a career choice 2) commercialize their own business ideas 3) act as a business advisor and share expertise to a company and 4) receive valuable case examples from the incubator companies, for educational purposes.

Networking

The business incubator collaborates with other actors inside and outside Aalto. We also interact with all the key players in support of entrepreneurship. The business incubator exists between the university and the business world at large, with the aim of creating synergies between the two. Our presence also surpasses national borders, as we have formed partnerships in Russia, Estonia, Latvia, Lithuania and Sweden. We are constantly searching for new partnerships inside and outside Finland.

Additional information

Bengt Forsström
Start-Up Center and Arabus
Hiilikatu 3, 00180 Helsinki
Finland
Phone: +358 40 70 34 984
bengt.forsstrom@aalto.fi

Information about Baltic sea co-operation and partnerships:

Ms. Natalia Narits
Phone: +358 40 5638 453
Email: natalia.narits@aalto.fi
Aalto Start-Up Center in Facebook:
www.facebook.com/AaltoStartUpCenter
and in Twitter: www.twitter.com/startupc

KORJAAMO*



RAOUL GRÜNSTEIN

*Artistic Director,
Korjaamo Culture Factory*

KORJAAMO — A CENTRE AND A PROCESS BETWEEN ART AND BUSINESS

Korjaamo Culture Factory is not a typical cultural center. It is international, in a country where a large majority of the cultural organizations have a national focus. It is multidisciplinary, when mostly different cultural fields are not being blended within one organization. It is private, being an exception in a cultural field dominated by municipal and state run cultural organizations.

Korjaamo is not typical, because it is not built on any traditional model. It is an experiment of creating a cultural center where the economy and operating models are not ready-made but constantly developed. It is consequently not as much a traditional cultural organization, but part of the evolving creative economy.

Korjaamo is part of the European wide trend of building independent cultural centers in old industrial buildings. The center was created in its current form in 2008, when it expanded to cover two old tram depots built in 1900 and 1908. The buildings are owned by the city of Helsinki, which has an interest in regenerating parts of the city where the traditional industry has left us with a plethora of icons of the industrial age. The buildings are personal, sometimes magnificent, but at the same time in bad shape and derelict. This is the reason even Korjaamo has needed to engage in continuous renovations to be able to host its ambitious cultural program.

Korjaamo's cultural offering consists of four focus areas: music, theatre, visual arts and spoken word. Music is the driving force, both in the number of events and audience numbers. Korjaamo produces some 400 cultural events per year of which 250 events are music events and 150 theatre shows. In addition to these events Korjaamo produces also 20 exhibitions in its gallery spaces. With these events and a visitor number of 131.000 people, Korjaamo is one of the leading cultural centers in the Nordic region.

The fact that Korjaamo is private is first and foremost evident when studying its economy. The public funding of its activities is only approximately 15 per cent of its total budget. The aspiration of finding creative ways to develop the economic model of the center has consequently not been so much an inspirational idea, but a necessity. This necessity has been the driving force also when defining how culture is being produced at Korjaamo.

One of the main ideas in structuring Korjaamo has been that it does not have any artists in its organization. Instead it functions on an open stage principle inviting every year more than 1.000 artists to perform in one of its events. This deviates strongly for example from a typical Finnish theatre, where all the performances are produced by the theatre's own ensemble. At Korjaamo the theatre shows are being co-produced either with other theatres or with independent groups. The shows where Korjaamo is the main producer, are financed partly by Korjaamo selling shows for touring purposes.

The artists are often being paid by revenue sharing model, where Korjaamo splits the income with the artists. This is how Korjaamo's gallery operates as well. Being a commercial gallery, all the exhibited works are on sale. Korjaamo's task is then not only to curate interesting exhibitions, but also to build a customer base for the chosen artists and their works of art.

One strong aspect of Korjaamo has been the development its commercial activities. The basic idea of the commercial side is to make money to make art. This principle is relevant both in corporate sponsorship and in the 200 or so private events, which take place at Korjaamo annually. Korjaamo functions more and more as the producer of those events. As Korjaamo often blends some cultural content in the program of the private events, the division of what is commercial and what is cultural gets more and more diffuse. Blending the commercial and cultural dimensions of Korjaamo is also present in the bar and café operation of Korjaamo. The customers are being driven to the center by the cultural program, which is financed partly by the sales in the bars.

Korjaamo continues to develop its business side strongly in 2012. Part of this development is the result of the decision to integrate Korjaamo's sister company Image Match with Korjaamo. Image Match is a consultancy specialized in sponsorship and marketing also producing its own events in many places of the city. The integrated organization employs currently 35 people, divided in teams such as programming, marketing and sales. It has then grown into an entity, where the cultural and business aspects of the activities run through the whole organization.

Korjaamo's main development project, The Third Space, aspires to enhance this development even further. Third Space is a space between workplace and home, work and leisure. It is an art space, a design space and an experimental space, which consists of art galleries, show rooms, an art shop, a pop up shop, a cultural shop, a café and work spaces for groups. Third Space is built of wood and hi-tech, sofas and coffee tables. As part of the project 1.500 m² of Korjaamo's spaces was renovated and 400 m² new space was created. The new spaces have been launched in Korjaamo to national and international audiences, but it will take many more years to figure out what activities best support the new spaces.



TALLINN 2011 TEAM

www.tallinn2011.ee

Photo: karelinform.ru

EUROPEAN CAPITAL OF CULTURE YEAR IN TALLINN: NEARLY 2 MILLION VISITS AT 7000 CULTURAL EVENTS

During the year 300 projects were realised offering about 7000 cultural events (film performances, concerts, exhibitions, theatre etc.). By the end of the year 1.9 million people attended different projects of the European Capital of Culture.

By looking at these numbers we are happy that everyone who wanted — and these are more than Estonia's inhabitants — found something in the program of the European Capital of Culture. We presented Estonian culture in all its variety, offering traditional next to contemporary, large and small scale events and showed the creativity of all nations living here.

Although the program offered quite many large scale events like the Tallinn Maritime Days (100 000 visitors), song and dance festival (77 000 visitors), concert "Song of Freedom" (75 000 visitors), the final day of the European Capital of Culture "Happy End" (25 000 visitors) or the Tallinn Marathon (17 884 participants), the biggest ambition of the foundation Tallinn 2011 was to breathe life into smart, fresh and unique ideas and the events that bring culture into the city space. "We wished to create as many cultural start-ups as possible and give this unique opportunity to local creators instead of imported performers," comments the head of program of Tallinn 2011 Jaanus Rohumaa. "We wish to thank the makers and our courageous public who curiously embraced even the most unexpected and new ideas."

Thanks to the Capital of Culture unique projects like "Silent movies go loud", "Cinema in the city space: Rooftop cinema and Guerrilla cinema", "MIM goes sustainable", "SIGNA: Bleier Research Incorporated", "World of Glass",

70 developing partnerships in creative industries of northern dimension

Almost half of the events were free of charge. The funding of the foundation Tallinn 2011 consisted of 7.58 million euros from the city of Tallinn, 4.49 million euros from the government of Estonia, 1.74 million euros from other sources (among them private supporters) and 1.5 million euros European funding (Mercuri Prize)

“60 Seconds of Solitude in Year Zero”, “Song of the Tower Bells” and many others were created. Also the city space was engaged in a completely new way by “Object no. 2011”, NO99 Straw Theatre, urban installations of the festival LIFT11 and many other events. The latter provoked a lively media discussion about using the city space more skilfully in the future.

Worth a special mention are the world premieres of musical compositions: “Adam’s Lament” by Arvo Pärt, “Awakening” by Erkki-Sven Tüür, opera “Two Heads” by Timo Steiner, Tallinn mass “Dance of life” by Roxanna Panufnik, choir opera “Labyrinth” by Urmas Sisask, “Salt” by Helena Tulve, opera “From the roof” by Jarek Kasar aka Chalice, the mystery “Mother of God’s prayer” by Galina Grigorjeva, “Dance of Death” by Gregory Rose and new pieces by Tõnu Kõrvits, Helena Tulve, Tatjana Kozlova and Mirjam Tally at the NYJD new music festival.

In addition to the exciting cultural programme the foundation Tallinn 2011 started a sustainable volunteers movement (1500 volunteer joined it), promoted Tallinn to become a more bicycle friendly city, introduced a hospitality programme and initiated a young audience programme to bring children from outside Tallinn closer to cultural events.

One of the main targets of Tallinn 2011 was to bring cultural life to the former wastelands by the seashore in town centre. One of the main centres of these activities was the former power plant, today Kultuurikatel. In spite of the delay in reconstruction works the architecturally and historically interesting building inspired many directors. Sasha Pepelyaev staged his neck breaking “Dancing Tower” in June, Peeter Jalakas the existentialistic „Gilgamesh or the Button of Eternity” and Christian Römer, “The Black Rider” by Tom Waits. The final party of the Club 2011 series in Kultuurikatel attracted 1600 people.

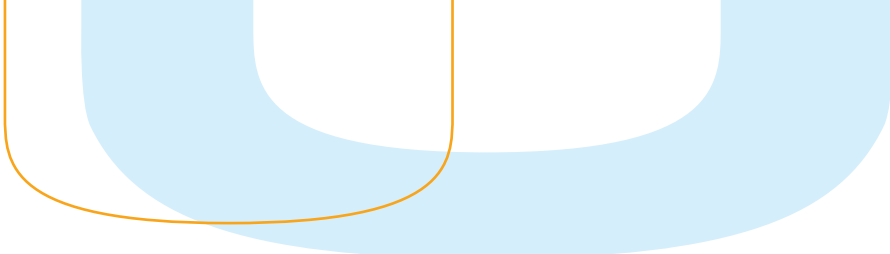
In addition, to stirring up the cultural life in the city and promoting the international cooperation of the culture sector, the year as Capital of Culture had a positive influence on tourism, and most of all cultural tourism.

By the end of year the number of overnight stays by foreign tourists has risen by 22% compared to the year before resulting in more than 500 000 added hotel nights.

International media has covered the European Capital of Culture Tallinn in nearly a thousand publications reaching an audience of hundreds of millions. In addition to the opening and closing ceremonies international media focused on events like Tallinn Music Week, Punkt Tallinn — Jazzkaar opening, international youth art triennial “Eksperimenta!”, Treff theatre festival, song and dance festival, STALKER — festival, “gateways” new media art exhibition and NO99 Straw Theatre.

The European Capital of Culture foundation has been renamed as Tallinn Creative Hub / Kultuurikatel / which is a creative combination of a physical facility and a platform for networks and knowledge. The physical point of Kultuurikatel is near the seaside which is a strategic location between the port of Tallinn and medieval old town. The 10 000 square meter large space is a former power and heating plant. Now, this will serve as a working place for different studios, black boxes, galleries, rooms with future development capabilities and public attractions like restaurants, shops and tourist centers. In addition, it can be used for smaller workshops, seminars or large performing art shows and day-to-day festivals.

Kultuurikatel as a platform has a mission to stimulate partnerships, knowledge transfer, good contacts and a broad European network for creating synergy between various cultural trends and organizations as well as creative industries and businesses. It is a grid of communication and concept building with a practical value in interdisciplinary cluster projects, research on creative industry and new economy models. It helps to further develop programs of informal education, event promotion, consulting seminars and innovation oriented workshops. The development of the physical space of Kultuurikatel is another action plan in progress.



СПбГБУК и ДО «Институт культурных программ»
Санкт-Петербург, ул. Рубинштейна, 8
Тел./факс: (812) 312-95-72
e-mail: develop@spbicp.ru
www.spbicp.ru

Главный редактор: И. Н. Кизилова
Редакционная группа: О. Ю. Баршай, Е. А. Кондрашова, Д. Нанс, И. И. Наумова,
А. Г. Нильсен
Перевод: О. Ю. Баршай, Е. А. Кондрашова, Д. Нанс

Дизайн: А. Тропин
Пре-пресс и печать: «Профи-Центр»
Тираж 1000 экз.

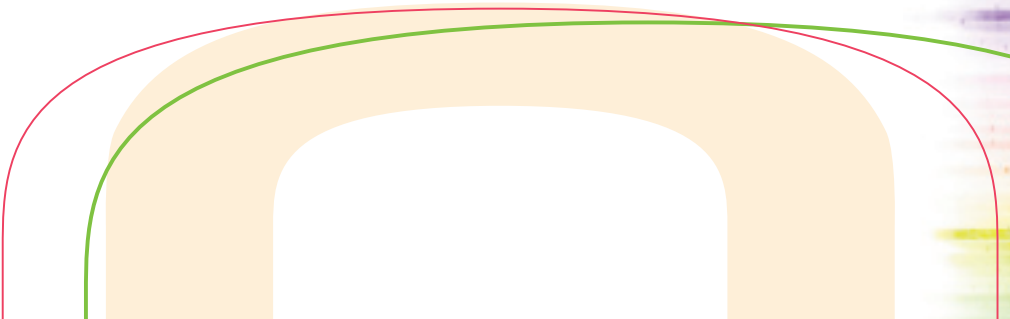
*Воспроизведение издания частично или целиком запрещено без письменного разрешения
Института культурных программ*

Institute for Cultural Programs
8 Rubinstein Street, St. Petersburg, 191025, Russia
Phone/fax: +7 (812) 312-95-72
e-mail: develop@spbicp.ru
www.spbicp.ru

Editor-in-Chief: Irina Kizilova
Resource group: Olga Barshai, Ekaterina Kondrashova, James Nance, Irina Naumova,
Alla Nielsen
Translators: Olga Barshai, Ekaterina Kondrashova, James Nance

Design: Alexander Tropin
Pre-press and print: “Profi-Center” Ltd.
1000 copies

No part of this publication may be reproduced without the written consent of Institute for Cultural Programs





Издание «Менеджмент фестивалей Северного Измерения» знакомит читателей с современными тенденциями развития менеджмента фестивалей и наиболее интересными примерами реализации фестивальных проектов в регионе Северного Измерения.

Издание подготовлено Институтом культурных программ при поддержке Совета Министров Северных Стран в рамках проекта «Менеджмент Северного Измерения в сфере культуры и креативных индустрий».

Publication “Northern Dimension Festival Management” presents current trends in festival management and the most remarkable examples of festival project implementation in the Northern Dimension area.

The brochure was prepared by the Institute for Cultural Programs within the frames of the project “Northern Dimension Management in Culture and Creative Industries” and was financed by the Nordic Council of Ministers.