А. А. Асеев

Креативный директор маркетингового агентства STEM

РАЗВИТИЕ КРЕАТИВНЫХ ПЛОЩАДОК – КАК КОЛЛЕКТИВНОЕ ТВОРЧЕСТВО МЕНЯЕТ МИР?

За последнее десятилетие можно отметить скачок в развитии креативных пространств как формата работы, общения и жизни. Эти площадки – только одно из воплощений мировых социальных трендов в концепции «Trend Atlas 2020». В ней рассматривается развитие общества в четырех направлениях: Планета, Люди, Причина, Польза (4P: Planet, People, Purpose, Profit).

Рассматривая формат креативных пространств в данной концепции, к основным предпосылкам их создания и развития можно отнести:

* Переход от массового потребления к коллективному;
* Преодоление кризиса «одиночества в большом городе», формирование «SMART-городов»;
* Бережливость в использовании ресурсов и формат «разделяемой экономики» (“Shared economy”);
* Укрепление ценности брендов;
* Партнерское взаимодействие компаний и потребителей, формирование ячейки «лидеров мнений».

Под влиянием данных тенденций не только развиваются творческие мастерские и коворкинги, но и преображается город, и формируется его бренд. К одному из ярких примеров такого преображения относится история ребрендинга города Манчестер в Великобритании. Приняв план развития бренда города, за несколько лет Манчестер превратился из постпромышленной точки в творческий мегаполис, создав все условия для стейкхолдеров творческих пространств. Такой вектор не только позволил привлечь в город новые таланты, но также национальные и международные инвестиции. А это, в свою очередь, позволило развить инфраструктуру и всю внутреннюю экономику, создав образ одного из самых желаемых мест для жизни творческой английской молодежи.

Рассматривая данный кейс, у Петербурга есть огромный потенциал к формированию творческого бренда города, а за тем, как он будет реализован, я предлагаю следить и, по возможности, в этом участвовать.