

ROUND TABLE “CREATIVE INDUSTRIES”

The Sixth
Northern Dimension Forum

Organizers:



Association
of European
Businesses

Saint Petersburg, 26 March 2015

Kenneth AGERHOLM,
Innovation and event facilitator,
ARTLAB Denmark

The Northern Dimension Partnership on Culture

Established in 2010 as the fourth Partnership in the **Northern Dimension** policy.

By:

The European Commission,

Ministries responsible for Culture in: Denmark, Estonia, Finland, Germany, Iceland, Latvia, Lithuania, Norway, Poland, the Russian Federation and Sweden.

Mission: To contribute to the social and economic development in the ND area by focusing on the operating conditions for cultural and creative industries (CCI) , by bridging the gap between public and private funding, and strengthening cooperation between the CCIs and the business community throughout the entire ND area.

Through the main Activity Pillars:

Networking (policy makers , CCI stakeholders, regional counterpart organisations)

Studies and research, exchange of best practices and knowledge

CCI Project support

Information exchange and provision



The Northern Dimension Partnership on Culture



The role of culture and creative sector is increasing in economic terms, in business development and innovation, in social innovation, in shaping the regional identity and attractiveness (f.ex. Cultural tourism), in shaping collaboration between different sectors and creating new, often innovative, products.

The Aim of the CCI – Business Session at ND Business Forum:

To hear about new innovative approaches to collaboration of the CC sector; to facilitate discussion about possibilities of cross-sector collaboration and cross-sector spillovers, to come up with (possibly) concrete steps towards new activities, networking and collaboration.

NDPC can facilitate the processes by:

Possibilities of networking (contacts, information exchange, meetings & workshops – two CCI events planned in 2015)

Facilitating platforms of collaboration through NDPC's members

Explore possibilities of developing new common projects

Contact: Ilze Gailite Holmberg, ndpc@norden.lv, T+ 371 2 9 3537 86

Elizaveta KISELEVA,
Project Manager, Moscow Agency
for the Development of territories
by means of culture (MosART)

Умная Москва Образовательный городской проект

**Творческие бизнесы в
городском пространстве**

Содержание

Умная Москва

Городской контекст

Вызовы

Обзор проектов

Перспективы развития творческих
бизнесов

Контекст

Запрос на качественно новый образовательный продукт

Запрос на досуговый продукт

Отсутствие предложения со стороны государственного сектора

Отсутствие качественного продукта со стороны бизнеса

Относительно высокие доходы жителей города

Суровый бизнес-климат



Умная Москва

Миссия - привлечение широкой аудитории к вопросам
науки и гуманитарного знания

Доходы: 90% - продажа билетов и абонементов, 10% —
партнерство и корпоративные клиенты

Годовой оборот – 20 000 000 ₽



Инновационный подход к образовательному
продукту

Способность привлечь широкую аудиторию

Налаженное взаимодействие бизнеса,
государственного сектора и творческих
профессионалов

Устойчивое развитие



Форматы

The Sixth
Northern Dimension Forum

- ✓ Квесты
- ✓ Игры
- ✓ Мастерские
- ✓ Лекции
- ✓ Шоу
- ✓ Фестивали



Естественнонаучные шоу



Шоу «Анатомия»



Перспективы развития

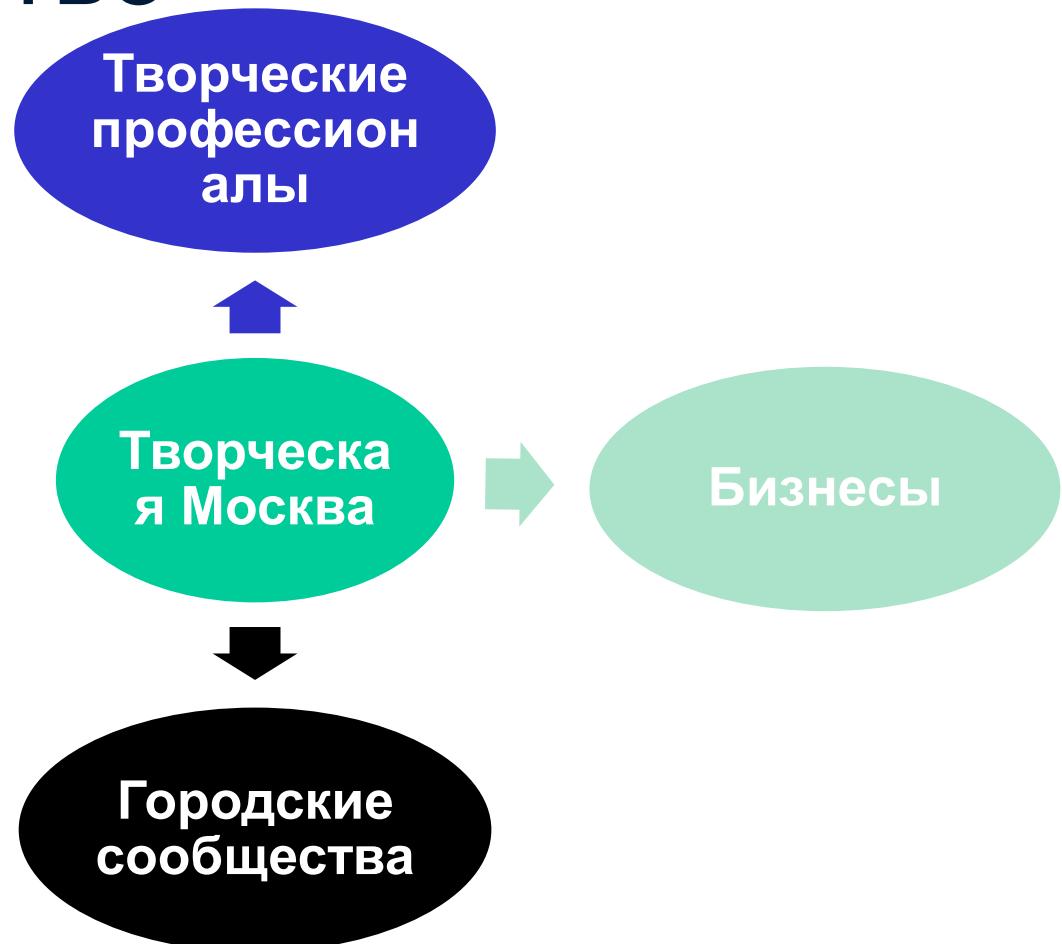
Расширение линейки продуктов

Новые города

Сотрудничество



Сотрудничество



Город и творческие бизнесы

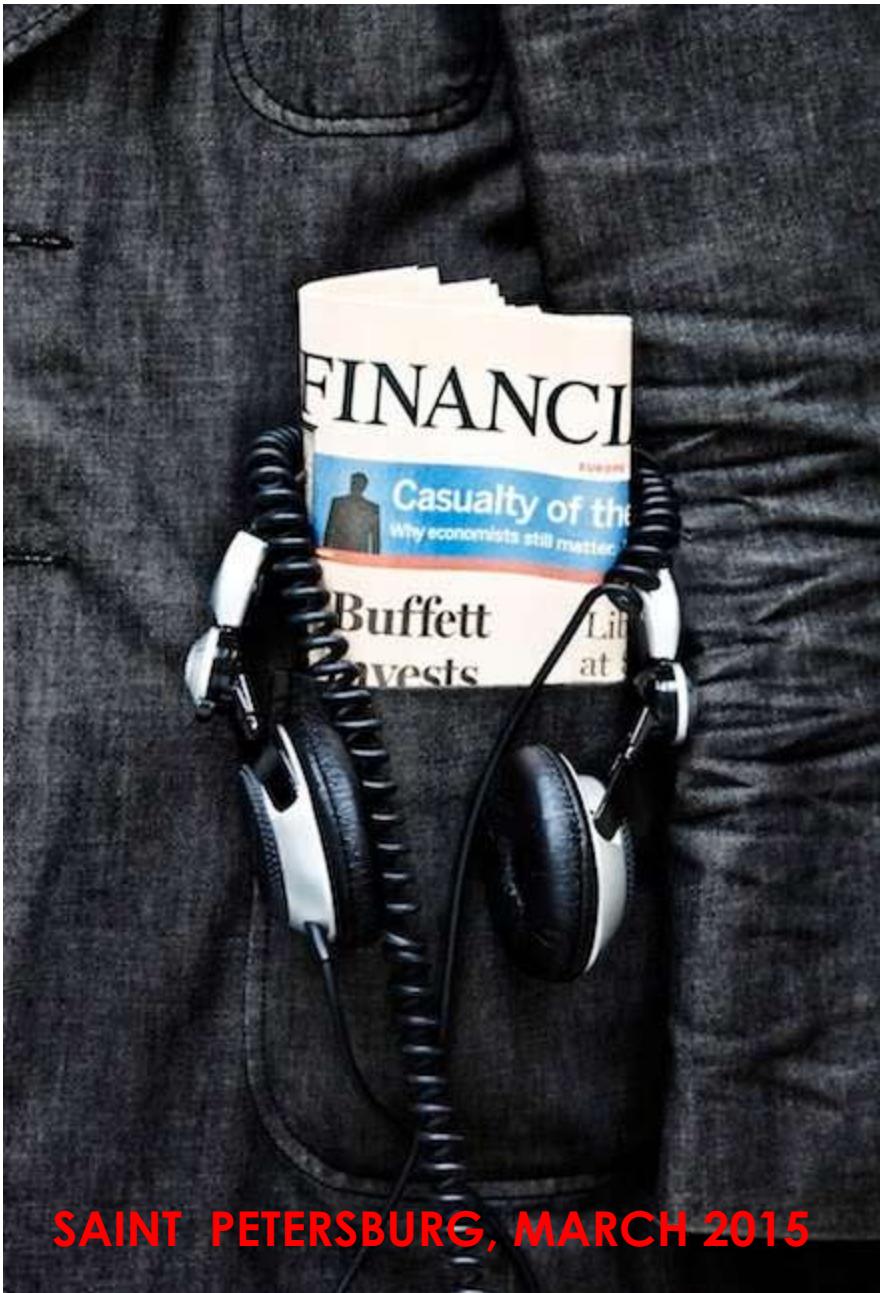


- Инновации в различных областях жизни города
- Изменение «мягкой инфраструктуры»
- Новые рабочие места
- Привлекательность территории, брендинг территории

Kenneth AGERHOLM,

Innovation and event facilitator,
ARTLAB Denmark

ARTLAB presentation on the mapping, developed for the Ministry of Culture of Denmark on examples of the most viable and effective interventions on how CCI sector and businesses can work together and mutually benefit from each other



SAINT PETERSBURG, MARCH 2015

CCI & OTHER BUSINESSES:

Effective
collaborations
creating
innovation in
businesses and
creative industries

Kenneth Agerholm
Executive Consultant at Artlab / Denmark
www.artlab.dk



ARTLAB STATUS 2015

- 200 private & public companies in collaborations with artists.
- 4000+ artists/CCI learning entrepreneurship
- 200 artists trained for innovation in business
- Mapping of potentialities for danish government: CCI & business innovation / 2015

→ more at artlab.dk/english

'OUR 15 MINUTES'

1. AGENDA: Business innovation by CCI/artists
2. Huge potential – Focus from Danish Government
3. CASE 1: Metal factory, new business strategy
4. CASE 2: Pharmaceutical company, CEO collaboration and change management
5. CATEGORIES of effect → to stimulate demand
6. NEXT STEPS – international collaboration

Huge potential

- Creative Industries is the new growth locomotive
- Yearly turn over in EU 330 Billion Euro



Cultural Minister asks Artlab to map out cross sector collaboration potentials

- Focus on collaboration between business/organizations and creative industries and artists
- STAKEHOLDERS
 - The Cultural Minister + Danish Industry + Danish Chamber of Commerce + Carlsberg + Novo Nordisk + the Artistic Organisations
- First mapping ready March 2015 and highly appreciated by the Minister
 - 18 cases with 7 main categories of effect on businesses

"We must define our companies by the problems we solve - rather than the products we sell"

From 15 years in the field we know that [some!] CCI/artists can stimulate business innovation in new ways.



Companies use CCI/artists for e.g.:

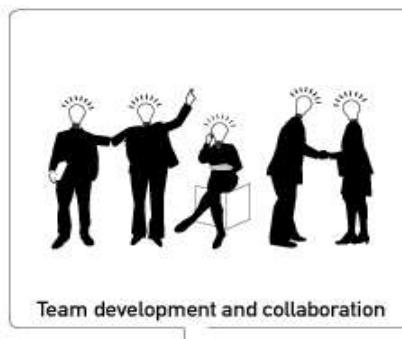
- **Product innovation**
- **Customer involvement and branding**
- **Employee innovation and creativity**
- **Managers/CEOs - strategy**

All influence the bottom line – directly/indirectly!

COMPANY CHALLENGES WHERE ARTISTS CAN CONTRIBUTE



Leadership development



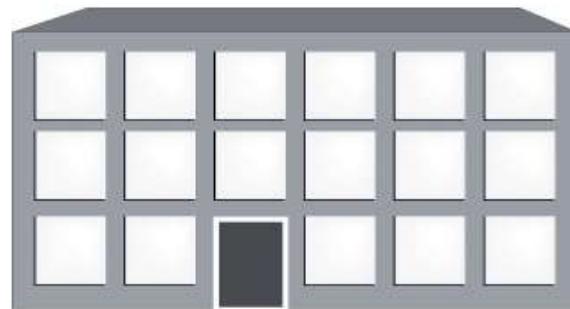
Team development and collaboration



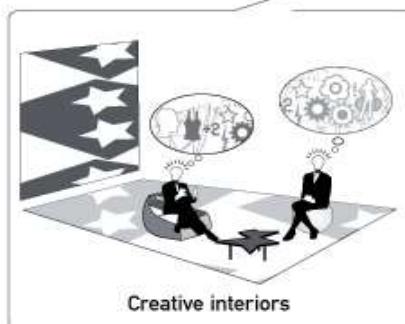
Innovation of products & marketing work



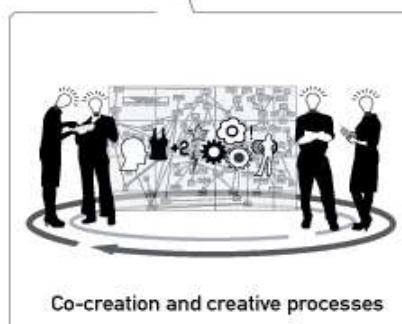
Creative and communicative training of the individual



Strategic development



Creative interiors



Co-creation and creative processes



Customers' needs & preferences

CASE 1: Metal factory

Innovation of business strategy

"The task was to deeply involve the metal workers in a new strategy to cope with global competition – where not only price, but quality, delivery time, technology and not the least: the skills of the workers are crucial."

Karsten Aurbach, the artist



WHAT HAPPENED?

The artist:

1. Painted the workers and their work
2. Painted the CEO visions – large scale - where everybody could see them
3. Documented the ideas, inputs and decisions from the workers by paintings
4. Painted the future factory and new kind of work they would do
5. Everybody use the paintings and drawings to remember their common vision and strategy

OUTCOME: Survived the economic crisis



KAMI survived the crisis without staff reduction, unlike 50 % of all Danish metal factories.

CEO says it is due to the interactive strategy processes with the artist.

"It almost tickles my hair roots to explain how responsible the employees have been. They understand how to take responsibility for their workplace. It is touching." Claus Eskildsen, CEO at KAMI

CASE 2

What is this?



Challenge: Help us find

- 100 new ways of using protein**
- 25 new ways of generating ideas**



ARLA – OUTCOME?

- 5 new services or products ready to develop
- App. 30 new ways of using protein that can be developed
- A compendium of tools for future ideageneration
- Interaction and trust gained among 45 employees and leadership
- First steps toward a more innovative culture

6 MAIN CATEGORIES OF OUTCOME FOR BUSINESS

1. Better bottom line
2. Product development/innovation
3. Profile and branding
4. Leadership, coop and organisation
5. Human growth, reflection, creativity
6. Boost of creative competences, communication and innovation skills of the individual

Next step – expanding the field!

1. More information of impact and results!
2. Development of tools to assess results and outcome more precisely
3. Targeted training of artists
4. National models and strategies
5. International cooperation

WHY? Because of the urgent need for handling change and innovation in new ways – as individuals and together as businesses.

→ Artlab is open for cross boarder projects.



development in arts, business
& the creative industries

www.artlab.dk

Gerda Hempel , head of Artlab / gerda@dmf.dk / +45 70221525

Silja SUNTOLA, Project Director, CREATIVE INDUSTRIES FINLAND

*Future needs, trends and possibilities for
the creative sector*

www.creativeindustries.fi

The future needs, trends and network possibilities for the creative sector



INFO



EVENTS



NETWORK



BUSINESS

Silja Suntola
Project Director
Aalto University, School of Business, SBC

What can we learn from the Arts and Creative
Industries

for a Creative Society

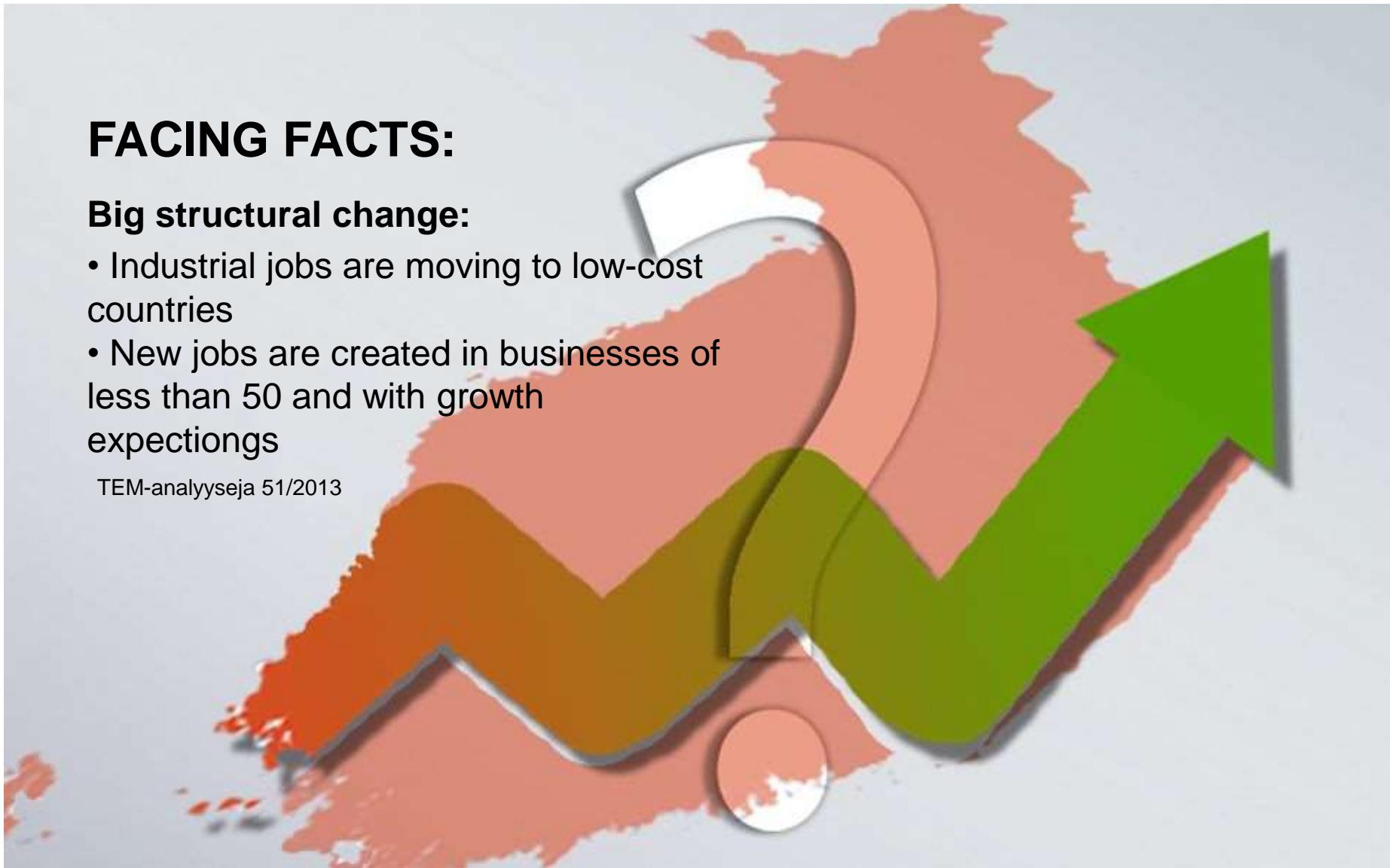
how can we make this cross-fertilization become
Reality?

FACING FACTS:

Big structural change:

- Industrial jobs are moving to low-cost countries
- New jobs are created in businesses of less than 50 and with growth expectations

TEM-analyyseja 51/2013



Mistä Suomeen saadaan uusia työpaikkoja ja kasvua yrityksiin?

Source: Ministry of Education and Culture, Petra Tarjanne

From Identities, Values and Brands to Experience Economy

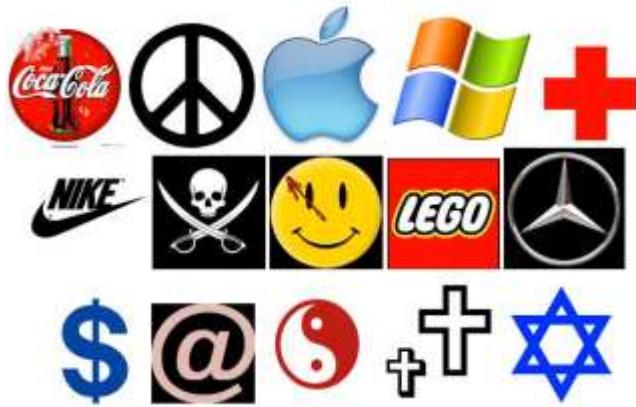
- Multi-disciplinary communications
- Multi-disciplinary ways of working
- Digitalization and trends towards services
 - Creative spaces and regions

Multisensory communications

Story Design

CASE:

*Fantasiarakenteen
tilasuunnittelu lähtee
tarinasta*



Think Retro – stories and culture in building brands and identities



Cultural identity, brands and life-styles

PORI JAZZ for PROFESSIONALS

13th–14th July 2011
Cultural Management



12th July Pre-seminar
researcher meeting



Cultural contents & experience economy



- 1) Over 2,000,000 video views
- 2) Over 5000 YouTube channel subscribers
- 3) 19,000 page likes on Facebook
- 4) Over 35,000 total likes & shares across 3rd party sites
- 5) Over 500 organic Twitter followers
- 6) 40,000,000+ opportunities to see (OTS) via PR



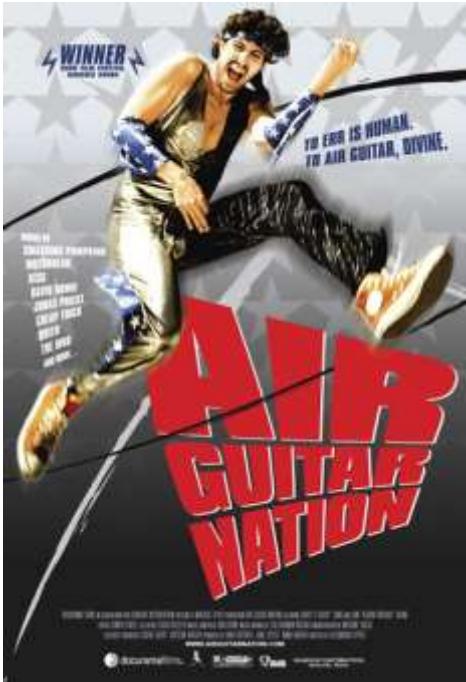
Muru Pops Down in Tytyri, kuva Pasi Salminen, WDC Helsinki

Creative sectors & digitalization and ICT in multi-disciplinary settings

- Education
- Health-care
- Senior services
- Intelligent cities...
- Content production
mixing services between
media, music, games,
animation, ICT / internet



Hobbies, creative and digital skills

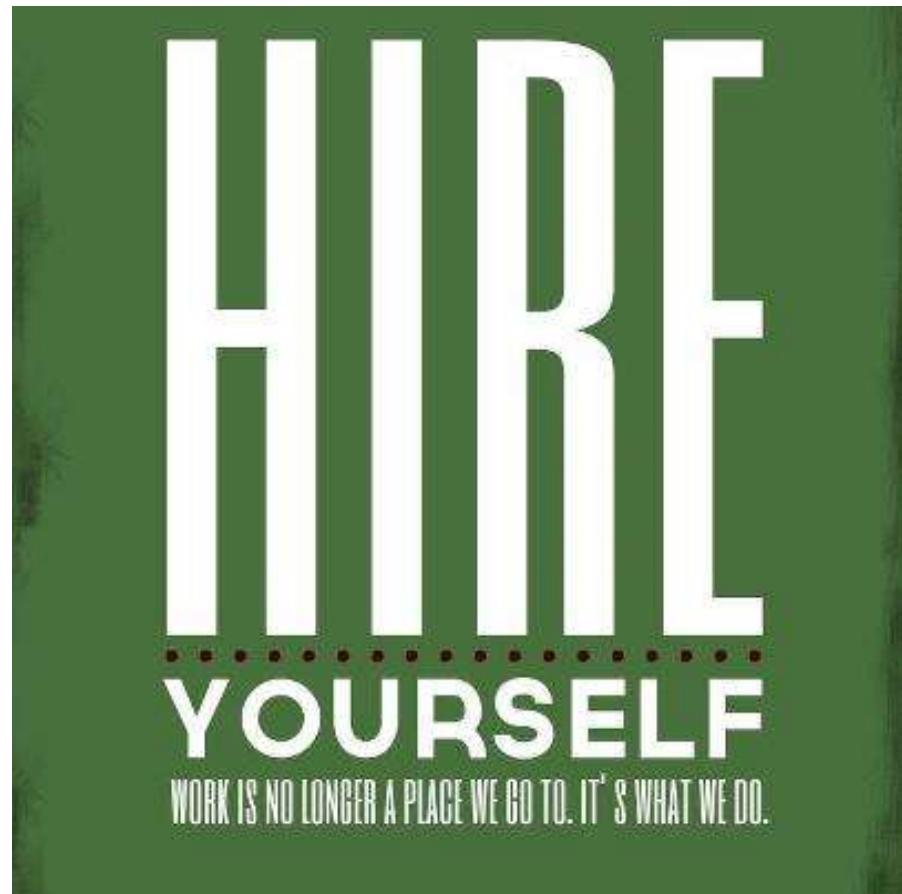


Creative Competencies and Work

- Informal- and network leadership
- People Skills and Communications
- Communication across disciplines, nationalities and different sectors of society

Active Citizenship

- Identity, values and ethics – and how we want to contribute to the world?
- Passion and compassion – human-centric thinking?
- Taking responsibility in work and life – entrepreneurial attitudes?



Ways of working typical to the creative sector are becoming reality in other sectors. This has huge implications to different systems of our society.

Re-designining work

- Tapping to the unconscious mind by **Distracting Yourself** (Carnegie Mellon neuroscientist David Creswell), "next door listening"?
- Multiple intelligences and Power of Reflection (H. Gardner), power of pictures etc.
- Bodily knowledge and communications
- Seeing the "forest from the trees", detail versus whole



"A study of 6,000 people conducted by the [NeuroLeadership Group](#) in collaboration with a large healthcare firm asked respondents questions about where, when, and how people did their best thinking. Only 10 percent said it happened at work."

Thank You!

Silja Suntola

Creative Industries Finland
Aalto University, School of Business
Small Business Center
silja.suntola@aalto.fi



Aalto-yliopisto
Kauppakorkeakoulu
Pienyrityskeskus



JYKES
Yhteisiä tekijöitä



Elinkeino-, liikenne- ja
ympäristökeskus



Helsingin kaupunki



SEINÄJOKI



SIBELIUS-AKADEMIA



OPETUSTALOUDELLISUUS



Photograph: Sanna Peurakoski

Elizaveta KISELEVA,

Project Manager, Moscow Agency
for the Development of territories
by means of culture (MosART)

*Case study – presentation of Smart
Moscow - "Education, entertainment and
the city" (integration of cultural product
into the market on city level).*

Oksana LUKYANENKOVA, Deputy Director of the Agency for Urban Development

*Investment in the development of cultural
tourism of the municipality "City of
Cherepovets"*



УЧРЕДИТЕЛИ:



Северсталь
Достичь большего вместе



Инвестиционное
агентство

Инвестиции в развитие культурного туризма муниципального образования «Город Череповец»



Череповец сочетает в себе богатое историческое прошлое и мощную силу современного, делового, динамичного города



Основные факторы

- Основные макроэкономические показатели:
 - Численность населения: 316,8 тыс. чел.
 - Доход на душу населения: 22 875 руб.
 - Объем промышленного производства: 317,5 млрд. руб.
- Близость к крупнейшим экономическим центрам страны: Москве и Санкт-Петербургу
- На перекрестке важных транспортных магистралей
- Наличие крупной транспортной артерии для организации круизного туризма - р. Шексна в составе Волго-Балтийского водного пути
- Развитая транспортная инфраструктура: наличие речного, железнодорожного вокзалов, международного аэропорта, автовокзала
- Наличие парка малых судов и комфортабельных автобусов для перевозки туристов, которые могут быть использованы на экскурсионных линиях



Объекты туристического интереса включают

1 аквапарк



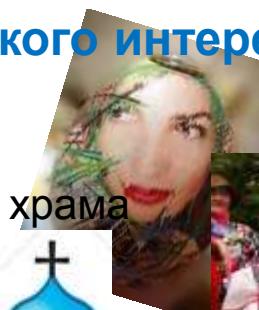
1 выставочный зал



2 театра



3 храма



18 музеев



30 гостиниц



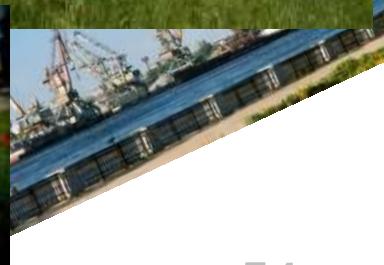
60 объектов
культурного наследия



76 памятников



400 объектов
общественног
о питания





ЧЕРЕПОВЕЦ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ ВКЛЮЧЕН В МАРШРУТ ПРОЕКТА МИНИСТЕРСТВА
КУЛЬТУРЫ РФ «СЕРЕБРЯНОЕ ОЖЕРЕЛЬЕ РОССИИ»

Маршрут охватывает 11 регионов Северо-Западного
федерального округа

Санкт-Петербург

Ленинградская область

Архангельская область

Вологодская область

Калининградская область

Мурманская область

Псковская область

Новгородская область

Республика Карелия

Республика Коми

Ненецкий
автономный округ





С целью содействия экономическому развитию МО в Череповце действует два института развития бизнеса



«Агентство Городского Развития»

Миссия

*Основа поддержки
предпринимательства города*

*Дата
создания*

1999 г.

Учредители

Мэрия г.
Череповца



Цель

Содействие развитию малого и среднего предпринимательства и повышение его вклада в социально-экономическое развитие города



«Инвестиционное агентство «Череповец»

*Оператор инвестиционного
процесса города*

2010 г.

ПАО
Северсталь

Повышение инвестиционной привлекательности МО за счет создания благоприятных условий для ведения бизнеса и привлечения инвестиций в развитие приоритетных направлений города



Туристско-рекреационный кластер «Центральная городская набережная», I субкластер: территория от Ягорбского моста до Октябрьского моста»

Инвестиционная площадка	Параметр	Значение
<p>Р. ШЕКСНА</p> <p> занятые территории свободные территории</p> <p>Реализуемые инвестиционные проекты в составе субкластера:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС НА БОРту КРУИЗНОГО ТЕПЛОХОДА «ПЕТР ПЕРВЫЙ» 2 ПАССАЖИРСКИЙ ПРИЧАЛ ДЛЯ КРУИЗНЫХ ТЕПЛОХОДОВ 3 ЦЕНТР ПО ОБСЛУЖИВАНИЮ ТУРИСТОВ В РАМКАХ РАЗВИТИЯ РЕЧНОГО ВОКЗАЛА 4 СПОРТИВНО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР В РАЙОНЕ ПЛЯЖА «СТРОИТЕЛЬ» 5 МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС 	<p>Суть предложения</p> <p>Требование к объектам</p> <p>Срок реализации</p> <p>Задачи и преимущества</p>	<p>комплексное развитие береговой зоны центрального района города через формирование объектов общественной и коммерческой инфраструктуры, рекреационных зон и ярких архитектурных акцентов.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Яркие архитектурные акценты ✓ Качественное озеленение ✓ Туристическая направленность <p>2015-2018 гг.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ повышение качества городской среды ✓ формирование зоны туристической привлекательности ✓ улучшение бытового обслуживания отдыхающих ✓ повышение эффективности транспортной системы ✓ Ежегодный поток посетителей центральной городской набережной - 240 тыс. человек с ежегодным приростом потока 8% ✓ Проект вошел в программу федерального финансирования затрат на обеспечивающую инженерно-транспортную инфраструктуру

Туристско-рекреационный кластер «Центральная городская набережная», II субкластер: территория в районе Усадьба Гальских к востоку от Октябрьского моста»



Реализуемые инвестиционные проекты в составе субкластера:

- 1 ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ КОМПЛЕКС
- 2 ПОСТОЯННАЯ ВЫСТАВКА ДЕРЕВЯННОГО ДОМОСТРОЕНИЯ
- 3 РЕКРЕАЦИОННО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС
- 4 ПАРК «НЕСКУЧНЫЙ САД»

Параметр	Значение
<i>Суть предложения</i>	Создание объекта общественно-делового и рекреационного назначения в региональном историко-рекреационном комплексе, включающего в себя культурно-историческое, рекреационное и туристическое направления
<i>Требование к объектам</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Соответствие усадебной стилистике ✓ Качественное озеленение ✓ Туристическая направленность
<i>Срок реализации</i>	2011-2018 гг.
<i>Преимущества</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Подготовленная инженерно-транспортная инфраструктура к 2018 г. ✓ Ежегодный туристический поток не менее 100 тыс. человек. ✓ Предоставление качественных рекреационных услуг для горожан, ежегодный поток горожан не менее 100 тыс. чел. ✓ Проект вошел в программу федерального финансирования затрат на обеспечивающую инженерно-транспортную инфраструктуру.

Многофункциональный музейно-культурный комплекс «Усадьба Северянина»

Инвестиционная площадка



историческая (общественная) зона (2,18 га),
туристическая (частная) инфраструктура (3 га).

Параметр

Суть предложения

размещение на долгосрочной основе комплекса туристической инфраструктуры для отдыха гостей и жителей города на территории музея-усадьбы «Игоря Северянина» (д. Владимировка).

Срок реализации

2 года с даты заключения договорных отношений

Предлагаемая структура комплекса

- капитальные/некапитальные гостевые дома (4-6 шт.) вместимостью 60-70 человек
- административный корпус с пищеблоком и залом
- пункт проката инвентаря
- беседки, прогулочные дорожки
- отдых на воде

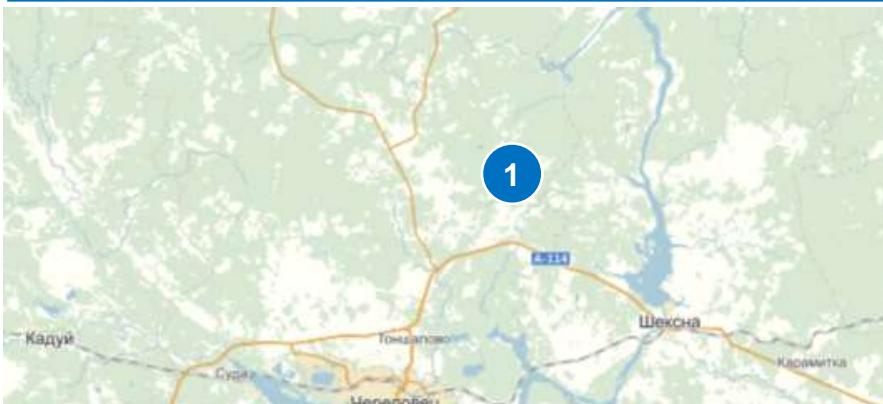
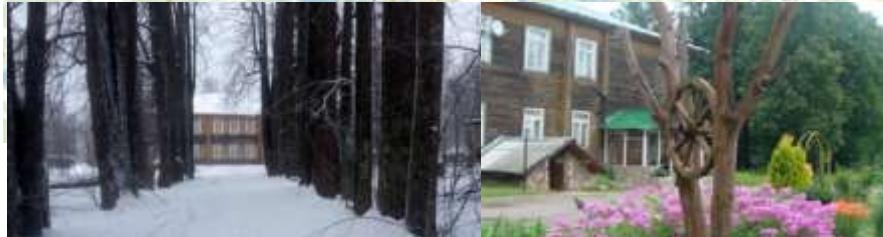
Оценочный объем инвестиций

20 млн руб.

Преимущества

- ✓ Культурное значение памятника и территории: единственный в Череповце и Череповецком районе усадебный комплекс с сохранившимся историческим ландшафтом;
- ✓ Наличие водных ресурсов и прямого выхода к воде;
- ✓ Близость федеральной трассы Вологда-Новая Ладога (А-114) со значительным трафиком;
- ✓ Экологически чистый район

Гостевой туристско-рекреационный комплекс «Усадьба «Павловское»

Инвестиционная площадка	Параметр	Значение
   	<p>Суть предложения</p> <p>Состав имущественного комплекса</p> <p>Оценочный объем инвестиций</p> <p>Преимущества</p>	<p>Создание гостевого туристско-рекреационный комплекса на базе исторического ландшафта Усадьбы 19 в. «Павловское»</p> <ul style="list-style-type: none"> барский 2-этажный бревенчатый дом 700 м² (лиственница; вид помещения - нежилое) 100-летняя липовая аллея, венчает ее озеро с дубовым дном (за аллеей-лес, с другой стороны-поле, соседей нет, усадьба находится на хуторе) старинный погреб 40 кв.м. в хорошем состоянии, новая баня 40 кв.м. с камином, асфальтированная стояка для 10 машин. Здание 400 кв.м., используется как склад. <p>18 млн руб.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Близость федеральной трассы Вологда-Новая Ладога (А-114) со значительным трафиком ✓ Возможна аренда дополнительной территории площадью до 60 га ✓ Отсутствие туристических объектов в радиусе 20 км ✓ Наличие всех коммуникаций: водопровод, канализация, электричество

**НП «Агентство Городского
Развития»**



162600, Россия, Вологодская обл.
г. Череповец
б-р. Доменщиков 32

тел.: (8202) 20-19-28

www.agr-city.ru

e-mail: or@agr-city.ru



**АНО «Инвестиционное
агентство «Череповец»**



Череповец
Инвестиционное
агентство

162600, Россия, Вологодская обл.
г. Череповец
пр. Строителей 6, оф. 210

тел.: (8202) 57-02-55

www.ia-cher.ru

e-mail: invest@ia-cher.ru



DISCUSSION

The Sixth
Northern Dimension Forum

General partners



Silver sponsor



Sponsors



Info partners

