



АСИ

Центр развития
креативной
экономики

РЕГИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ (ТВОРЧЕСКИХ) ИНДУСТРИЙ 2.0

2025

Содержание

Введение	3
Нормативно-правовое регулирование креативных индустрий	6
1. Активное участие высшего должностного лица субъекта Российской Федерации в развитии креативных индустрий	7
2. Создание региональной опорной организации развития креативных индустрий	9
3. Аудит и анализ влияния креативных индустрий на экономику субъекта Российской Федерации	12
4. Формирование сообщества креативных индустрий	13
5. Определение приоритетных креативных индустрий и креативной специализации региона	15
6. Разработка и утверждение в регионе стратегического документа в сфере развития креативных индустрий	18
7. Поддержка, привлечение и удержание талантов	19
8. Создание и предоставление региональных мер поддержки креативных индустрий	21
9. Стимулирование продаж в креативных индустриях	25
10. Поддержка экспорта креативных индустрий	28
11. Создание объектов инфраструктуры креативных индустрий	31
12. Реализация коммуникационной поддержки продвижения креативных индустрий субъекта Российской Федерации	35
13. Защита интеллектуальной собственности	38
14. Инвестиции и развитие финансовых инструментов для креативных индустрий	39

Введение

Региональный стандарт развития креативных (творческих) индустрий (далее — Стандарт) разработан во исполнение перечня поручений Президента Российской Федерации В. В. Путина от 15 августа 2023 года № Пр-1593, данных по итогам посещения выставки «Развитие креативной экономики в России», которая состоялась 30 мая 2023 года.

Первая редакция Стандарта опубликована автономной некоммерческой организацией «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (далее — Агентство) 27 ноября 2023 года. Стандарт являлся комплексом рекомендаций по развитию креативных индустрий в регионах, собранных на основе лучших на тот момент региональных практик. Первая редакция Стандарта была разработана в условиях отсутствия целостного нормативно-правового регулирования деятельности в сфере креативной экономики и направлена на стимулирование и начало комплексного развития указанной отрасли в субъектах Российской Федерации. На декабрь 2025 года к Стандарту присоединились 70 субъектов Российской Федерации, подписавших с Агентством соответствующие соглашения о его внедрении. В результате внедрения Стандарта создана система региональных опорных организаций развития креативных индустрий (центров креативных индустрий). В 45% регионов, внедряющих Стандарт, такими организациями были определены центры «Мой бизнес» и региональные фонды предпринимательства, в 36% — автономные некоммерческие организации и фонды развития креативных индустрий, в 11% — корпорации развития, а в 8% — бюджетные учреждения.

По итогам внедрения Стандарта в субъектах Российской Федерации наблюдаются две основные модели развития креативной экономики.

Модель 1. Выстраивание экосистемы вокруг поддержки нескольких ключевых креативных индустрий, которые наиболее соответствуют

региональному потенциалу, ресурсам, традициям и рынкам. При такой модели регионы рассчитывают получить прямые экономические эффекты в этих индустриях в виде валовой добавленной стоимости и рабочих мест.

Модель 2. Для субъектов без четкой креативной специализации стратегия развития креативных индустрий может быть выстроена для решения задач социально-экономического развития регионов и достижения более широких социально-экономических целей. Например, субъект Российской Федерации может привлекать на территорию киносъёмочные команды через систему рибейтов для того, чтобы стимулировать увеличение количества туристов.

16 декабря 2025 года Агентством утвержден обновленный Стандарт. Обновление Стандарта обусловлено принятием Федерального закона от 8 августа 2024 года № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской

Светлана Чупшева,
генеральный директор Агентства

«Стандарт призван помочь региональным властям и предпринимателям креативных индустрий договориться о том, как они совместно видят развитие креативной экономики в своем регионе, какие инициативы будут поддержаны и какие это даст эффекты для экономики, общества и бизнеса. На декабрь 2025 года уже 70 регионов нашей страны внедряют Стандарт. Мы учли их запросы и рады представить вторую итерацию Стандарта, которая содержит региональные «дорожные карты» развития креативных индустрий и много других новшеств. «Дорожные карты» сократят время между определением приоритетных креативных индустрий и запуском их мер поддержки».

Федерации» (далее — Закон № 330), утверждением всех подзаконных нормативно-правовых актов, предусмотренных Законом № 330, определением федерального органа исполнительной власти, уполномоченного на осуществление функций по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере креативной экономики, а также опытом, полученным в ходе его внедрения в регионах. Основное отличие второй редакции Стандарта состоит в наличии критериев, по которым определяется внедрение каждого шага Стандарта, а также типовых региональных планов развития креативных индустрий, которые помогут субъектам Российской Федерации определить свою креативную специализацию в рамках формирования перечня приоритетных креативных индустрий в каждом регионе России и утвердить «дорожные карты» развития таких приоритетных креативных индустрий. При формировании второй редакции Стандарта учтены также методические рекомендации по развитию креативных (творческих) индустрий в субъектах Российской Федерации, опубликованные Министерством экономического развития Российской Федерации. В связи с выходом второй редакции Стандарта первая редакция утрачивает свою силу. Все субъекты Российской Федерации, осуществляющие внедрение Стандарта, считаются регионами, осуществляющими внедрение второй редакции Стандарта с даты ее утверждения, при учете достижений и статуса внедрения первой редакции Стандарта, а также с учетом статуса и роли стандартов Агентства в соответствии с нормативными правовыми актами в Российской Федерации.

9 января 2025 года Правительством Российской Федерации был утвержден единый план по достижению национальных целей развития Российской Федерации до 2030 года и на перспективу до 2036 года. Согласно документу в рамках реализации национальной цели «Устойчивая и динамичная экономика» к 2030 году доля креативных индустрий в экономике страны должна увеличиться до 6%. Кроме того, установлены статистические индикаторы по доле валовой добавленной стоимости каждой из 16 креативных индустрий в ВДС креативной экономики. Выполнение этой задачи потребует вовлечения в развитие креативных индустрий всех регионов России.

В обновленном Стандарте собран комплекс лучших практических решений, представленный в виде 14 шагов и методологической базы, включающей в себя типовые региональные планы развития креативных индустрий, в том числе «дорожные карты» развития 16 креативных индустрий, типовые нормативные правовые акты и сборники лучших региональных практик.

Стандарт разработан для достижения целей Закона № 330 и предоставляет широкий комплексный подход к стимулированию развития креативных индустрий в региональном контексте. В Стандарте под региональными мерами поддержки креативных индустрий понимается совокупность мер поддержки, оказываемых в субъекте Российской Федерации (в том числе меры поддержки приведены в статье 9 Закона № 330, а также меры поддержки, оказываемые муниципалитетами, некоммерческими организациями, фондами, крупным бизнесом и другими типами организаций), а под субъектами креативного предпринимательства понимается совокупность субъектов креативных индустрий согласно Закону № 330, а также физических лиц, юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей, осуществляющих коммерческую деятельность по созданию, продвижению на внутреннем и внешнем рынках, распространению и (или) реализации креативного продукта. Расширенное определение субъектов креативного предпринимательства обусловлено тем, что меры поддержки могут оказываться физическим лицам, юридическим лицам и (или) индивидуальным предпринимателям, которые по тем или иным причинам еще не вошли в реестр субъектов креативных индустрий, но при этом осуществляют те же виды деятельности.

Стандарт помогает выстраивать общероссийское сообщество экспертов, продюсеров, предпринимателей креативных индустрий. В каждом регионе, внедряющем Стандарт, формируются Региональные экспертные группы, которые аккумулируют запросы по созданию инфраструктуры и региональных мер поддержки креативных индустрий, взаимодействуют с органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления и влияют на развитие экономики. В дополнение к Региональным экспертным группам в субъектах

Российской Федерации могут быть открыты региональные отделения «Клуба продюсеров АСИ».

Целью Стандарта является ускорение социально-экономического роста субъектов Российской Федерации через развитие креативных индустрий.

Задачи Стандарта:

- сформировать в регионах согласованный с предпринимательским сообществом план развития креативных индустрий;
- предоставить регионам практические решения, которые помогут ускорить и облегчить развитие креативных индустрий в субъектах Российской Федерации;
- вовлечь высших должностных лиц субъектов Российской Федерации в развитие креативных индустрий;
- выявить запросы субъектов креативного предпринимательства и создать форматы его взаимодействия с органами государственной власти субъектов Российской Федерации и муниципальными органами власти.

Внедрение стандарта должно привести к следующим результатам:

- утвержденный стратегический план развития креативной экономики региона;
- сформированная управленческая команда с компетенциями для развития креативных индустрий региона;
- созданная экосистема развития субъектов креативного предпринимательства на региональном уровне;
- установленные критерии определения приоритетных креативных индустрий в субъекте Российской Федерации и сформированный на основании данных критериев перечень приоритетных креативных индустрий в соответствующем субъекте Российской Федерации, а также утвержденные планы развития (дорожные карты) этих индустрий;
- включение региона в новые кооперационные цепочки для создания и продвижения креативного продукта;
- появление новых партнеров региональных креативных индустрий как на федеральном, так и на международном уровне.

Шаги и порядок внедрения Стандарта

В целях внедрения Стандарта в субъектах Российской Федерации рекомендуются следующие шаги:

1. Активное участие высшего должностного лица субъекта Российской Федерации в развитии креативных индустрий.
2. Создание региональной опорной организации развития креативных индустрий.
3. Аудит и анализ влияния креативных индустрий на экономику субъекта Российской Федерации.
4. Формирование сообщества креативных индустрий.
5. Определение приоритетных креативных индустрий и креативной специализации региона.
6. Разработка и утверждение в регионе стратегического документа в сфере развития креативных индустрий.
7. Поддержка, привлечение и удержание талантов.
8. Создание и предоставление региональных мер поддержки креативных индустрий.
9. Стимулирование продаж в креативных индустриях.
10. Поддержка экспорта креативных индустрий.
11. Создание объектов инфраструктуры поддержки креативных индустрий.
12. Реализация коммуникационной стратегии продвижения креативных индустрий субъекта Российской Федерации.
13. Защита интеллектуальной собственности.
14. Привлечение инвестиций и развитие финансовых инструментов для креативных индустрий.

Рекомендованный порядок внедрения Стандарта в регионах:

- для присоединения к Стандарту субъекты Российской Федерации подписывают соответствующее соглашение с Агентством, в котором указывается ответственный за внедрение Стандарта в регионе (далее — ответственный за внедрение Стандарта);
- в субъекте Российской Федерации, участвующем во внедрении Стандарта, приказом Агентства формируется состав Региональной экспертной группы (далее — РЭГ); РЭГ дей-

- ствуется на основании положения, утверждаемого локальными актами Агентства; РЭГ создается в целях вовлечения сообщества креативных индустрий в формирование региональной политики в данной сфере;
- субъект Российской Федерации по шаблону Агентства готовит отчет о самообследовании

- (далее — отчет), чтобы сопоставить региональную систему развития креативных индустрий с положениями (шагами) Стандарта; результаты отчета верифицируются РЭГ;
- РЭГ верифицирует внедрение шагов Стандарта, указанных в плане.

Нормативно-правовое регулирование креативных индустрий

С 5 февраля 2025 года вступил в силу Закон № 330, который определяет основы правового регулирования организации и развития в Российской Федерации креативных индустрий как базового сектора креативной экономики и устанавливает условия деятельности и поддержки в сфере креативных индустрий.

Согласно перечню поручений Председателя Правительства Российской Федерации от 17 июня 2025 года № ММ-П13-26322 в 2026 году запланировано утверждение в Российской Федерации комплексной стратегии развития креативной экономики на период до 2036 года, которая станет ключевым документом, направленным на развитие указанного сектора.

Нормативные правовые акты, принятые во исполнение Закона № 330 на декабрь 2025 года:

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 25 января 2025 года № 41 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 5 июня 2008 года № 437».
2. Постановление Правительства Российской Федерации от 8 мая 2025 года № 617 «О порядке формирования и ведения единого реестра субъектов креативных индустрий, а также

о предоставлении сведений субъектами, получившими финансовую и (или) имущественную поддержку».

3. Постановление Правительства Российской Федерации от 30 мая 2025 года № 789 «Об утверждении критериев признания территории креативным кластером и Правил признания территории креативным кластером».

4. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 21 апреля 2025 года № 259 «Об утверждении порядка представления органами государственной власти субъектов Российской Федерации сведений об инфраструктуре поддержки креативных индустрий».

5. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 21 апреля 2025 года № 260 «Об утверждении типового состава сведений об инфраструктуре поддержки креативных индустрий в субъектах Российской Федерации, размещаемых на официальных сайтах высших исполнительных органов субъектов Российской Федерации в интернете».

6. Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 23 апреля 2025 года № 266 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности в сфере креативных индустрий на основе Общероссийского

классификатора видов экономической деятельности».

7. Приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 23 апреля 2025 года № 266 «Об утверждении перечня видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности» определен перечень видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий:

- Кино, телевизионные программы и фильмы.
- Исполнительские искусства.
- Музыка.
- Дизайн.
- Мода (включая ювелирное дело).
- Видеоигры.
- Архитектура и урбанистика.
- Народные художественные промыслы и ремесла.
- Реклама и пиар.
- Медиа и СМИ.
- Гастрономия.
- Отдых и развлечение.
- Культурное наследие.
- Программное обеспечение.
- Книжное дело.
- Арт-индустрия.

1. Активное участие высшего должностного лица субъекта Российской Федерации в развитии креативных индустрий

Высшие должностные лица субъектов Российской Федерации должны активно участвовать в развитии креативных индустрий и быть знакомы с лидерами регионального сообщества креативных индустрий. Высокий уровень вовлеченности высшего должностного лица субъекта Российской Федерации способствует эффективному межведомственному взаимодействию и предоставлению необходимых для развития креативных индустрий ресурсов.

В регионах под председательством высшего должностного лица субъекта Российской Федерации создается коллегиальный совещательный орган (штаб, совет или иная форма в соответствии с региональным законодательством) по развитию креативных индустрий (далее — Штаб). В состав Штаба должны войти: ответственный за внедрение Стандарта,

заместители высшего должностного лица субъекта Российской Федерации, заместители председателя правительства региона, главы муниципальных образований, руководители региональных органов исполнительной власти, руководитель региональной опорной организации развития креативных индустрий, представители сообщества креативных индустрий, в том числе из числа членов РЭГ, а также другие заинтересованные лица и организации. Ключевой принцип организации работы Штаба — поддержка равного диалога между органами власти и субъектами креативного предпринимательства.

Цели Штаба:

- формирование предложений по определению стратегических направлений развития креативных индустрий в регионе, а также

Комментарий Агентства:

Лучшая практика — когда высшее должностное лицо субъекта Российской Федерации фактически выступает продюсером креативных индустрий своего субъекта, являясь инициатором и проводником политики по их развитию. Рекомендуемый формат такой работы — механизм регулярных встреч (не менее одного раза в полугодие) с локальными креативными индустриями в формате стратегической или проектной сессии. Ожидаемые результаты этих встреч: погрузить главу региона в специфику приоритетных индустрий, получить обратную связь от субъектов креативной экономики, «донастроить» или внедрить новые механизмы поддержки.

по созданию благоприятных условий для их развития;

- обеспечение эффективного межведомственного взаимодействия для создания и предоставления мер поддержки креативных индустрий, а также развития их инфраструктуры.

Задачи Штаба:

- формирование предложений по приоритетам реализации региональной государственной

Комментарий Агентства:

В случае, если Штаб создан как формальный совещательный орган, его деятельность очень быстро может быть сведена к церемониальным функциям и не приводить к принятию необходимых для развития креативных индустрий решений. Штаб стоит рассматривать как способ государственного проектного управления, позволяющий оптимизировать административные процедуры в рамках реализации инициатив по развитию креативной экономики.

политики, направленной на развитие креативных индустрий;

- участие в разработке, рассмотрении и корректировке документа, определяющего стратегические направления развития креативных индустрий субъекта Российской Федерации и плана его реализации;
- участие в определении приоритетных креативных индустрий в субъекте Российской Федерации;
- участие в анализе результатов внедрения Стандарта на территории субъекта Российской Федерации, подготовка предложений по улучшению данной работы.

Руководителям и ответственным исполнителям региональных органов исполнительной власти и опорных организаций, участвующих в развитии креативных индустрий, рекомендуется пройти дополнительное профессиональное обучение или профессиональную переподготовку по образовательным программам по направлению «Управление в сфере креативных индустрий». Стоит отдавать предпочтение образовательным программам, предполагающим командное обучение. В состав обучающихся рекомендуется включать представителей креативных индустрий. Полезен опыт участия в профильных отраслевых выставках, конференциях, семинарах и стратегических сессиях.

Критерии соответствия шагу 1 Стандарта:

- создан Штаб по развитию креативных индустрий под председательством высшего должностного лица субъекта Российской Федерации;
- с момента создания Штаба проведено не менее двух заседаний под непосредственным председательством высшего должностного лица субъекта Российской Федерации;
- план работы и результаты заседаний опубликованы на официальном сайте опорной организации или в открытых источниках.

Практики регионов

Тюменская область

В Тюменской области Штаб по развитию креативных индустрий создан 29 марта 2024 года и является коллегиальным органом, образованным для обеспечения оперативного принятия и контроля исполнения решений, принятых в целях развития креативных индустрий в Тюменской области. Штаб по развитию креативных индустрий Тюменской области возглавляет губернатор.

В приложениях к распоряжению Правительства Тюменской области от 29 марта 2024 года № 246-рп «О создании Штаба по развитию креативных индустрий в Тюменской области» указан состав Штаба и представлено положение о Штабе по развитию креативных индустрий в Тюменской области.

Липецкая область

В Липецкой области Штаб создан в соответствии с распоряжением Правительства Липецкой области от 14 января 2025 года № 7-р «О создании Штаба по развитию креативных индустрий в Липецкой области». Председателем Штаба является губернатор Липецкой области.

Республика Саха (Якутия)

Глава Республики Саха (Якутия) Айсен Николаев лично возглавляет Совет директоров АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)», являющегося опорной организацией развития креативных индустрий.

2. Создание региональной опорной организации развития креативных индустрий

В регионе должен быть определен уполномоченный исполнительный орган государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере развития и поддержки креативных индустрий (далее — уполномоченный орган). В этих целях субъектом Российской Федерации принимается акт об определении уполномоченного исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации в сфере развития и поддержки креативных индустрий (далее — уполномоченный орган) и дополнении положения данного органа полномочиями в сфере развития и поддержки креативных индустрий. Это необходимое условие для реализации полномочий субъекта Российской Федерации в рамках исполнения норм Закона № 330.

В целях реализации полномочий по развитию креативной экономики, разработки и внедрению мер поддержки креативных индустрий в регионе должна быть создана или определена региональная опорная организация (центр креативных индустрий) развития креативных индустрий на территории субъекта Российской Федерации (далее — опорная организация).

Опорная организация осуществляет комплекс мер, направленных на развитие и внедрение в субъекте Российской Федерации элементов креативной экономики, а также объединяет усилия всех заинтересованных лиц. Опорная организация выступает основным исполнителем мероприятий, направленных на реализацию политики в сфере развития креативных индустрий

Комментарий Агентства:

Практически в каждом регионе, помимо опорной организации, существуют и другие организации, участвующие в развитии креативных индустрий. Например, действующие институты развития по разным направлениям, фонды поддержки предпринимательства, технопарки, бизнес-инкубаторы, акселераторы и образовательные организации. Опорная организация должна вовлекать эти структуры в совместную деятельность, включать их в общий контур региональной системы развития креативных индустрий, объединяя усилия всех заинтересованных сторон». Также важно учитывать вклад частных институций в развитие региона и привлекать их к системной работе.

на территории субъекта Российской Федерации, определяемых уполномоченным органом.

Функции, которыми могут быть наделены опорные организации:

- создание и предоставление региональных мер поддержки креативных индустрий;
- развитие и поддержка существующей инфраструктуры креативных индустрий;
- взаимодействие с федеральными и региональными органами исполнительной власти и организациями различных форм собственности в целях создания и предоставления мер поддержки креативных индустрий, а также создания и эксплуатации инфраструктуры поддержки креативных индустрий;
- проведение мероприятий в сфере креативных индустрий;
- инвестиции в проекты креативных индустрий;
- формирование сообщества креативных индустрий;
- разработка предложений в региональные стратегические документы в сфере креативных индустрий;
- проведение исследований и подготовка аналитических отчетов в сфере креативных индустрий;

- иные функции, которыми регион может наделить опорную организацию в целях развития креативных индустрий.

Опорные организации могут иметь разную организационно-правовую форму и источники финансирования. Регионам рекомендуется самостоятельно принимать решение о возможном формате создания опорной организации.

В настоящее время в регионах устоялись две основные модели создания и определения опорных организаций.

Первая представляет собой наделение соответствующими полномочиями и ресурсами действующей организации, например, осуществляющей поддержку в сфере малого и среднего предпринимательства, такие как региональные центры «Мой бизнес» или корпорации развития. Этой модели придерживается большинство регионов, внедряющих Стандарт.

Вторая модель предполагает создание новой организации, чаще всего в форме автономной некоммерческой организации. Она может финансироваться как непосредственно из бюджета субъекта Российской Федерации, так и из внебюджетных источников, например, на средства корпораций, работающих на территории региона.

Критерии соответствия шагу 2 Стандарта являются:

- в субъекте Российской Федерации создана или определена региональная опорная организация развития креативных индустрий на территории субъекта Российской Федерации;
- в уставе опорной организации должны быть четко определены функции, направленные на развитие креативных индустрий в соответствующем субъекте Российской Федерации.

Практики регионов**Нижегородская область**

В 2021 году, в преддверии 800-летия Нижнего Новгорода, была создана АНО «Центр 800», которая в 2022 году распоряжением Правительства

№ 471-р была утверждена в качестве опорной организации по развитию креативных индустрий. С 2024 года «Центр 800» координирует реализацию Регионального стандарта, объединяя усилия органов исполнительной власти, креативного бизнеса и творческих сообществ.

«Центр 800» осуществляет комплексную работу по координации мер поддержки сектора креативных индустрий, созданию инфраструктуры, организации событийных мероприятий и реализации коммуникационных проектов региона.

«Центр 800» с 2023 года реализует флагманский проект региона, направленный на развитие креативных индустрий, арт-сообщества и художественной сцены, арт-резиденции Нижегородской области (треть всех постоянных арт-резиденций России). За три года существования программы в ней приняли участие свыше 70 резидентов, было проведено более 130 мероприятий, среди направлений — открытая резиденция инклюзивного формата, музейная, модная, театральная и православная арт-резиденции.

Красноярский край

В марте 2022 года Правительство Красноярского края создало АНО «Сибирский институт развития креативных индустрий» (СИРКИ). Этот центр объединяет усилия власти, бизнеса, образования, культуры и жителей региона для поддержки и продвижения креативного предпринимательства. Сегодня СИРКИ предлагает специализированные меры содействия тем, кто занимается креативным бизнесом.

СИРКИ играет ключевую роль в реализации Регионального стандарта развития креативных индустрий. Благодаря усилиям команды СИРКИ, в 2024 году Красноярский край стал лауреатом престижной российской национальной премии Russian Creative Awards, победив в номинации «Креативный регион».

Среди проектов СИРКИ: образовательная программа «Менеджмент и управление креативным бизнесом», неделя моды «Сибирские бренды», конференция по промышленному дизайну «Промдиз».

СИРКИ проводит мастер-классы, семинары, конференции, круглые столы, стажировки, наставничество, школы проектной деятельности и другое.

Тюменская область

Опорной организацией развития креативных индустрий в Тюменской области является АНО «Тюменское агентство развития креативных индустрий» (ТАРКИ). ТАРКИ создано как центр поддержки и развития творческого бизнеса и креативной инфраструктуры. ТАРКИ обеспечивает коммуникацию с представителями креативного предпринимательства в формате «одного окна».

Среди программ ТАРКИ есть «Акселератор креативных индустрий», премия креативных предпринимателей «Связи» и форум креативных предпринимателей «КПД».

Ставропольский край

ООО «Корпорация развития Ставропольского края» — опорная организация развития креативных индустрий в регионе.

Корпорация занимается оказанием нефинансовой поддержки креативным предпринимателям, помощью в реализации идей и проектов.

Один из якорных проектов является первый региональный маркетплейс «Сделано на Ставрополье». На платформе представлены товары и услуги производителей Ставропольского края, в общей сложности 16 креативных индустрий. Зарегистрироваться на платформе может любой предприниматель, чье производство находится на территории Ставропольского края.

Краснодарский край

В сентябре 2024 года ГКУ КК «Центр регионального развития» (ЦРР) определен опорной организацией по развитию креативных индустрий.

ЦРР содействует формированию и устойчивому развитию экосистемы креативных индустрий региона, осуществляет поддержку творческих предпринимателей, тесно взаимодействует с креативным сообществом, а также осуществляет

продвижение культурного и экономического потенциала креативного сектора Краснодарского края.

Креативная повестка включена в деятельность большинства отраслевых органов власти. ЦРР выступает в качестве методолога по разработке деловых программ, лекториев, мастер-классов и крупнейших региональных мероприятий. Центр стал партнером таких мероприятий, как агро-промышленная выставка «Кубанская ярмарка», эногастрономический фестиваль «Черноморская винная неделя», фестиваль креативных индустрий «ЛаЛа Фест».

Новгородская область

Новгородский фонд развития креативной экономики — ПАО «Акрон», созданный при поддержке индустриального партнера, с 2018 является

ключевым элементом поддержки креативного бизнеса в регионе. За время работы фонд рассмотрел более 450 заявок на гранты, поддерживая 160 проектов. Эта помощь позволила создать более 300 новых рабочих мест и 50 новых субъектов экономической деятельности.

Помимо прямой финансовой поддержки (гранты до 300 тысяч рублей и льготные займы до 1 миллиона рублей), фонд выполняет роль коммуникационного хаба, объединяя власть, бизнес и экспертов. В среднем выручка грантополучателей демонстрирует рост на 47%.

Особое внимание уделяется акселерации, в том числе с участием крупного бизнеса. Так, реализованная при поддержке компании «Сплат-Глобал» программа помогла «упаковать» и вывести на новый уровень 12 перспективных локальных брендов.

3. Аудит и анализ влияния креативных индустрий на экономику субъекта Российской Федерации

Субъектам Российской Федерации рекомендуется на регулярной основе проводить аудит и анализ влияния креативных индустрий на экономику региона.

Рекомендованные показатели для анализа влияния креативных индустрий на экономику региона:

- доля креативных индустрий в валовом региональном продукте (по сумме валовой добавленной стоимости креативных видов экономической деятельности);
- динамика выручки и прибыли организаций креативных индустрий и сравнение с выручкой и прибылью организаций в целом по региону;
- доля оборота организаций креативных индустрий в общем обороте организаций региона;
- сравнительная динамика оборота организаций креативных индустрий с общим оборотом организаций региона;
- доля экспорта креативных индустрий в общем объеме экспорта региона;
- доля занятых в креативных индустриях в общей численности занятых в регионе;
- динамика занятых в креативных индустриях и сравнение с общей численностью занятых в регионе;
- динамика среднемесячной начисленной заработной платы в креативных индустриях и сравнение со средней заработной платой в целом по региону;

- динамика численности субъектов малого и среднего предпринимательства в креативных индустриях и сравнение с динамикой численности субъектов малого и среднего предпринимательства в целом по региону;
- динамика обращений в центры «Мой бизнес» для получения финансовых и нефинансовых услуг по открытию и работе креативного бизнеса.

Критерии соответствия шагу 3 Стандарта:

- подготовлен отчет о самообследовании в рамках внедрения Стандарта;
- отчет о самообследовании верифицирован РЭГ;
- в субъекте Российской Федерации выполнен анализ влияния креативных индустрий на экономику региона (подготовленный не ранее чем за шесть месяцев до момента подписания соглашения о внедрении Стандарта).

Практики регионов

Приморский край

В январе 2025 года утвержден Единый план достижения национальных целей развития на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года. Согласно Стратегии социально-экономического развития Приморского края, к 2030 году ВРП региона ожидается на уровне 3,165 триллиона рублей. На момент принятия плана (январь-февраль 2025 года) в открытом доступе были данные только за 2023 год. Командой Приморского края

были собраны в реестры данные по выручке предприятий и организаций, у которых основной ОКВЭД относится к креативным индустриям, и затем они были разделены по группам. К каждой группе были применены коэффициенты промежуточного потребления, в разных креативных индустриях эти коэффициенты значительно различались, «съедая» от 20 до 70%. Большинство предприятий, попавших в реестры, являются микропредприятиями (доходы до 120 миллионов рублей в год и не более 15 сотрудников). Экономическое ядро составляют малые предприятия (доходы до 800 миллионов рублей в год и до 100 сотрудников), но встречаются средние и даже несколько крупных компаний.

Одной из главных сложностей является отсутствие данных по индивидуальным предпринимателям. В расчет были включены данные по предпринимателям, работающим с использованием контрольно-кассовой техники, данные по которым можно найти через корпорацию МСП. Сложно обстоят дела с открытостью информации по самозанятым и НКО.

Весной 2025 года был проведен повторный анализ с целью узнать ретроспективу и получить данные по динамике за пять лет. В настоящее время проводится более глубинное исследование, включающее анализ данных по закредитованности, устойчивости, барьерам в развитии бизнеса, налоговым поступлениям, использованию мер поддержки, а также данным по экспорту/импорту для определения достижимых целей по каждой индустрии.

4. Формирование сообщества креативных индустрий

В субъекте Российской Федерации должно быть сформировано сообщество креативных индустрий. Формирование сообщества заключается в объединении субъектов креативного предпринимательства региона вокруг общих идей и ценностей

и выстраивании отношений между ними. Это одна из ключевых функций опорной организации, которая является медиатором в коммуникации сообщества креативных индустрий с региональными органами исполнительной власти.

Коммуникация может осуществляться через очные встречи или взаимодействие в онлайн-сервисах и дает уполномоченному органу и опорной организации возможность получения обратной связи и рекомендаций относительно существующих и планируемых к реализации инициатив. Работа с сообществом позволяет создавать региональные меры поддержки и инфраструктуру креативных индустрий, учитывающие актуальные потребности субъектов креативного предпринимательства, а также повышать осведомленность о реализуемых инициативах.

РЭГ играют ключевую роль в принятии решений и формировании стратегических планов развития креативных индустрий. РЭГ должны быть интегрированы в отраслевые и федеральные сообщества. Это позволит расширять партнерства и обмен опытом. Достижения субъектов креативного предпринимательства работают на образ региона зачастую эффективнее, чем официальные коммуникации.

Возможные способы формирования сообщества:

- регулярное проведение встреч различного формата для ознакомления с деятельностью субъектов креативного предприниматель-

Комментарий Агентства:

Часто в регионах взаимодействие с представителями креативных индустрий ограничивается их приглашением на форумы, стратегические сессии и другие события с участием представителей власти и опорных организаций. Мы рекомендуем расширять форматы работы с сообществом через открытие региональных отделений «Клуба продюсеров АСИ», организацию питчингов проектов, а также вовлечение в соучаствующее проектирование. Например, опорная организация может поставить перед представителями креативного сообщества какую-то задачу, в частности, предложить концепцию развития создающегося креативного кластера.

ства, обсуждения инициатив и идей по развитию креативных индустрий региона;

- проведение совместных стратегических и проектировочных сессий, направленных на выработку решений в целях развития креативных индустрий региона;
- реализация коммуникационной стратегии по взаимодействию с предпринимателями креативных индустрий;
- проведение форумов, конференций и других мероприятий, посвященных тематике креативных индустрий;
- создание ассоциаций и объединений на региональном и муниципальных уровнях;
- участие предпринимателей креативных индустрий в бизнес-миссиях в дружественных странах;
- организация презентаций проектов перед экспертным сообществом;
- организация встреч с релевантными для индустрий партнерами, инвесторами, бизнес-клубами и корпорациями;
- организация региональных отделений «Клуба продюсеров АСИ» с ежемесячными встречами и питчингами проектов;
- инициирование программ соучаствующего проектирования — совместной работы представителей власти, бизнеса, инвесторов и предпринимателей на одной площадке для формирования образа будущего региона;
- неформальные мероприятия и встречи.

Помимо РЭГ, предлагается еще один инструмент для работы с сообществом креативных индустрий региона — «Клуб продюсеров». В субъектах Российской Федерации могут открываться его региональные отделения. «Клуб продюсеров» — это профессиональное сообщество, объединяющее продюсеров и предпринимателей всех направлений креативных индустрий. Клуб развивается как мультидисциплинарная платформа, задача которой запускать и поддерживать кросс-секторальные проекты, ускорять диалог между государством и бизнесом, выявлять инфраструктурные и институциональные дефициты и системно с ними работать.

Критерии соответствия шагу 4 Стандарта:

- в субъекте Российской Федерации создана Региональная экспертная группа.

Практики регионов

Республика Башкортостан

«Час креативных индустрий» — это формат встреч, инициированный главой Республики Башкортостан Радием Хабировым для поддержки развития креативных индустрий в регионе. В подобных встречах принимают участие члены правительства республики, руководители министерств и ведомств, а также представители муниципалитетов и бизнесмены. «Час креативных индустрий» направлен на поддержку и развитие креативных индустрий в Башкортостане посредством диалога между властью и представителями этих отраслей. На встречах обсуждают актуальные вопросы отрасли, такие как создание креативных кластеров, развитие кадрового потенциала, образование, а также рассматривают проекты субъектов креативного предпринимательства для оказания мер поддержки.

Калининградская область

Встречи креативного сообщества «О-сознание» представляют собой офлайн-мероприятия с креативным сообществом на актуальные темы с приглашенным экспертом. Они проводятся раз в сезон и состоят из теоретической и практической частей, которые проходят в различных форматах. Встречи направлены на объединение сообщества и обмен опытом между представителями креативных индустрий.

Премия креативных индустрий «Анклав» — это исследование и премия в сфере креативных индустрий, которые направлены на выявление лидеров креативных индустрий и актуальных трендов в проектах, а также картирование местности: сбор базы креативных проектов региона, популяризацию проектов и креаторов на широкую аудиторию, легализацию новых проектов и укрепление статуса лидирующих.

Санкт-Петербург

В 2025 году появилось региональное отделение «Клуба продюсеров АСИ» в Санкт-Петербурге. Открытие филиала создает в городе устойчивую профессиональную инфраструктуру: ежемесячные сессии, профильные встречи, лаборатории, презентации проектов, публичные и закрытые обсуждения. Программа «Клуба продюсеров» строится по принципу равного диалога между продюсерами, экспертами, инвесторами, представителями власти и институтов развития. Центром сбора сообщества стало новое пространство — БАЗА Креативных индустрий. Она расположена в ТРК «Галерея» — месте, которое привлекает разнообразную аудиторию, включая тех, кто еще не знаком с современными концепциями креативных индустрий. Данный проект является коммуникативным культурным пространством, где обсуждаются актуальные тренды и потребности креативной экономики.

5. Определение приоритетных креативных индустрий и креативной специализации региона

В регионе должны быть определены приоритетные креативные индустрии. Согласно Закону № 330 в субъекте Российской Федерации должен быть принят нормативный правовой акт, устанавливающий критерии определения

приоритетных креативных индустрий в регионе. Перечень таких приоритетных для региона креативных индустрий должен быть официально утвержден в соответствии с Законом № 330 на основании утвержденного приказом

Комментарий Агентства:

Анализ пилотных стратегических планов развития креативных индустрий, предложенных двадцатью регионами на мероприятии Агентства 6 декабря 2024 года, показывает, что помимо таких популярных индустрий, как кино и программное обеспечение, особый упор делается на индустрии, капитализирующие локальную идентичность, культурный и исторический контекст (гастрономия, дизайн, мода, НХП и ремесла). Это представляется верным подходом, который необходимо масштабировать в других субъектах Российской Федерации.

Министерства экономического развития Российской Федерации от 23 апреля 2025 года № 226 перечня видов экономической деятельности в сфере креативных индустрий.

Также мы часто замечаем, что регионы ошибочно утверждают вместо приоритетных креативных индустрий виды экономической деятельности, а именно коды Общероссийского классификатора видов экономической деятельности. Считаем этот подход ошибочным. Код ОКВЭД не может быть признан креативной индустрией, так как индустрия является общим понятием по отношению к конкретным кодам видов экономической деятельности.

Критерии определения приоритетных креативных индустрий региона могут быть определены на основе анализа следующих факторов:

1. Экономическая специализация региона, анализ которой позволит выделить приоритетные креативные индустрии в случае отсутствия ярко выраженной креативной специализации. Креативные индустрии нередко встроены и являются элементом уже сформированной в регионе экономической системы. По расчетам ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, наибольшую представленность в субъектах Российской Федерации имеет «сервисная» специализация, которая, помимо прочих, включает культуру, образование, туризм, издательское

дело, дизайн и маркетинг, а также деловые и ИТ-услуги. Отдельно выделяется «промышленная» специализация, которую образует деятельность по производству одежды и обуви, полиграфии и печати, а также дизайн-производства: электро- и осветительные приборы, мебель, авиастроение и космос, офисное оборудование и товары для досуга, а также другие виды деятельности. Как правило, «якорные» направления экономической деятельности включаются в стратегию социально-экономического развития регионов и могут использоваться для выявления перспективных видов креативных деятельности.

2. Креативная специализация региона. При выборе креативной специализации необходимо учитывать цепочку создания креативного продукта, которая может варьироваться в зависимости от конкретной креативной индустрии, а также исторических и социально-экономических предпосылок, сложившихся в регионе.

С одной стороны, регион может выбрать креативную специализацию «под ключ», в соответствии с которой поддержка будет оказываться всем акторам на этапах производства, продвижения, дистрибуции и потребления креативного продукта. Такой комплексный подход потребует создания четкого контура локальной креативной индустрии, в который будут включены предприятия, компании, стартапы, индивидуальные предприниматели и самозанятые, ресурсная база и каналы ее получения субъектами креативного предпринимательства. Также необходимо наличие крупных рыночных игроков, задействованных в производстве креативного продукта, готовая физическая инфраструктура и каналы дистрибуции.

С другой стороны, субъект Российской Федерации может выбрать специализацию внутри креативной индустрии, сфокусировавшись на одном или нескольких этапах создания добавленной стоимости креативного продукта. Например, выбор производственной специализации в рамках индустрии моды позволит сосредоточиться на создании локальной экосистемы взаимодействия поставщиков сырья с производителями предметов одежды, тканей и белья. Преимущество такого подхода состоит

в возможности относительно компактной настройки сегмента в условиях ограниченных административных, финансовых и человеческих ресурсов.

3. Человеческий капитал и кадровый потенциал региона. В условиях острой межрегиональной конкуренции за квалифицированные кадры и таланты базисным условием развития креативных индустрий является собственная обеспеченность человеческим капиталом с релевантными навыками. В этой связи важным прокси-показателем креативной специализации является наличие учебных заведений с конкретным креативным уклоном в системе среднего (школы и колледжи креативных индустрий) и высшего образования или системных партнерств с крупными федеральными игроками, работа с корпоративными партнерами, наличие программ релокации субъектов креативного предпринимательства, акселерационных программ по конкретным индустриям и других форматов для релокации компаний и отдельных талантов.

4. Динамика развития креативных индустрий в регионе.

5. Сравнительные преимущества региона, релевантные для креативных индустрий. Выбирая конкретную креативную специализацию, регион автоматически вступает в конкуренцию с другими субъектами Российской Федерации, которые сфокусировались на аналогичном креативном профиле. Идеальный сценарий — создание сквозной экосистемы федерального масштаба, в которой недостаток поддержки может быть компенсирован за счет их «добора»: получения из другого региона без необходимости релокации креативного бизнеса (например, доступ к питч-сессиям креативного продукта для крупных инвесторов), чтобы предлагаемые меры

поддержки креативных индустрий не конфликтовали между собой.

Агентством разработаны критерии определения приоритетных креативных индустрий в субъекте Российской Федерации в составе пакета типовых региональных документов, который может быть предоставлен региональным командам по отдельному запросу.

Для каждой из приоритетных креативных индустрий в регионе должен быть утвержден отдельный план развития («дорожная карта»), содержащий краткое описание креативной специализации региона, описание основных запросов предпринимателей этой индустрии, ее текущие и целевые показатели, а также перечень мероприятий, направленных на введение региональных мер поддержки, создание инфраструктуры, подготовку кадров и развитие экспорта этой индустрии.

Типовые планы развития («дорожные карты») креативных индустрий приведены в приложениях к Стандарту.

Критерии соответствия шагу 5 Стандарта:

- утверждены критерии определения приоритетных креативных индустрий в регионе;
- в регионе утвержден перечень приоритетных креативных индустрий;
- для каждой из приоритетных креативных индустрий в регионе утвержден план развития (дорожная карта) (отдельным документом или в составе общего плана развития креативных индустрий субъекта Российской Федерации).

6. Разработка и утверждение в регионе стратегического документа в сфере развития креативных индустрий

В субъекте Российской Федерации рекомендуется разработать и утвердить стратегический документ в сфере развития креативной экономики и креативных индустрий (далее — стратегический документ). Вид такого документа определяется органами государственной власти субъектов Российской Федерации и действующим региональным законодательством.

Стратегический документ определяет приоритеты развития региона в сфере креативной экономики и креативных индустрий. Разработку региональных мер поддержки и создание инфраструктуры креативных индустрий рекомендуется осуществлять в соответствии с выбранными в субъекте приоритетными креативными индустриями.

Стратегический документ описывает взаимосвязанные по целям, задачам, срокам осуществления и ресурсам целевые программы, отдельные проекты и мероприятия, обеспечивающие рост креативных индустрий в субъекте Российской Федерации. Также он способствует формированию в субъекте локальной экосистемы креативной экономики, капитализирующей таланты, ресурсы и уникальные культурно-исторические и социальные черты региона с учетом экономических и промышленных возможностей региона.

Разработка стратегического документа должна вестись исходя из оценки стратегически значимых количественных и качественных характеристик креативных индустрий региона, доступных ресурсов их развития (кадровых, инфраструктурных, производственных, информационных и других), а также понимания текущих конкурентных преимуществ, слабых и сильных сторон региона (относительно других регионов) с точки зрения развития креативной экономики и креативных индустрий.

Рекомендуется включить в стратегический документ такие разделы, как:

- описание текущей ситуации в сфере креативных индустрий и оценка уровня развития креативных индустрий;
- понимание результата реализации стратегического документа (целевое видение);
- структура целей, на достижение которых направлен стратегический документ; цели должны быть достижимы, четко сформулированы и измеримы; под измеримостью цели подразумевается возможность установления целевых показателей, отражающих степень ее достижения; эти показатели и правила их расчета также должны быть приведены в стратегическом документе для каждой из целей;
- приоритетные креативные индустрии и/или креативная специализация внутри креативной индустрии в разрезе субъекта Российской Федерации и (или) его муниципальных образований;
- определение региональной опорной организации развития креативных индустрий, осуществляющей комплекс мер, направленных на развитие и внедрение в субъекте Российской Федерации элементов креативной экономики;
- план мероприятий, направленных на достижение целей стратегического документа; в данном разделе перечисляются государственные региональные программы и проекты, законодательные инициативы, структурные реформы и прочие мероприятия, выполнение которых позволит реализовать поставленные цели;
- общие принципы сотрудничества органов государственной власти субъекта Российской Федерации, органов местного самоуправле-

ния и региональной опорной организации в области развития креативной экономики и креативных индустрий региона.

Критерии соответствия шагу 6 Стандарта:

- в регионе утвержден стратегический документ в сфере развития креативных индустрий.

Практики регионов

- Концепция развития креативной экономики Республики Саха (Якутия) до 2025 года

(утверждена Распоряжением Правительства Республики Саха (Якутия) от 27 декабря 2019 года № 1736-р).

- Концепция развития креативных (творческих) индустрий Краснодарского края (утверждена Советом по вопросам развития креативных (творческих) индустрий в Краснодарском крае (протокол от 13 марта 2025 года № 1)).
- Стратегия развития креативных индустрий в Тюменской области до 2030 года (Утверждена на заседании Штаба по развитию креативных индустрий в Тюменской области (протокол от 29 ноября 2024 года № 2)).

7. Поддержка, привлечение и удержание талантов

Рекомендуется принять в регионе программу поддержки и привлечения талантов для креативных индустрий, которую можно начать с анализа подготовки кадров для креативных индустрий, включающего:

- текущие объемы и направления подготовки кадров для креативных индустрий;
- интерес и спрос со стороны населения;
- прогноз потребности в кадрах, основанный на данных работодателей.

Рекомендуется составить полный список государственных и частных образовательных организаций всех уровней, ведущих подготовку кадров для креативных индустрий, а также направленных на развитие творческих навыков, включая музыкальные и художественные школы. В случае необходимости должен быть пересмотрен перечень тех направлений, подготовка по которым ведется за счет регионального бюджета. Необходимо определить инициативы по запуску образовательных программ на всех уровнях образования, включая общее, среднее профессиональное, высшее и дополнительное.

Развитие «жестких» навыков креативных индустрий должно сочетаться с развитием «мягких» и предпринимательских навыков. Одним из решений является поддержка образовательных организаций, осуществляющих эту деятельность через реализацию программ дополнительного образования детей. Поддержка может осуществляться через грантовые и акселерационные программы, а также привлечение международных и федеральных экспертов для выработки рекомендаций по улучшению образовательной деятельности таких организаций.

Одним из основных ограничений для масштабирования субъектов предпринимательской деятельности в области креативных индустрий является нехватка навыков по коммерциализации своего продукта, а также малое количество продюсеров. В регионе могут быть запущены программы по подготовке продюсеров креативных индустрий, а также образовательные программы, направленные на развитие предпринимательских навыков у представителей креативных индустрий.

Примеры инициатив по подготовке кадров для креативных индустрий:

- запуск программ профессиональной ориентации школьников в креативных индустриях, введение классов с уклоном в креативные индустрии;
- создание базовых кафедр в средних специальных учебных заведениях и высших учебных заведениях с участием представителей бизнес-сообщества креативных индустрий;
- запуск образовательных программ по направлениям креативных индустрий в организациях высшего образования региона, включая программы дополнительного образования и дополнительного профессионального образования, в том числе с партнерами;
- развитие инфраструктуры креативных индустрий на базе вузов и ссузов: открытие тематических проектных офисов, создание региональных ресурсных центров коллективного пользования;
- запуск совместных образовательных программ между региональными высшими учебными заведениями, ведущими российскими университетами и другими образовательными организациями в сфере креативных индустрий, госкомпаниями;
- создание школ и колледжей креативных индустрий по программам Министерства культуры Российской Федерации и Министерства просвещения Российской Федерации;
- трансформация существующих в регионе организаций высшего образования в сфере культуры;
- поддержка частных образовательных организаций, осуществляющих подготовку кадров в сфере креативных индустрий, а также развитие креативных навыков у детей;
- организация краткосрочных курсов, акселераторов, хакатонов и других нестандартных образовательных программ.

Шаг 7 Стандарта считается внедренным при соответствии одному из критериев (на выбор региона):

- из регионального бюджета оплачивается обучение на целевых местах в высших учебных

заведениях по направлениям приоритетных креативных индустрий;

- сформирована экосистема образовательных форматов для развития выбранной индустрии.

Практики регионов

Нижегородская область

В 2025 году в Нижнем Новгороде открылся межвузовский кампус «Неймарк» мирового уровня. Он будет сотрудничать с такими компаниями, как Huawei, Сбер, Яндекс, Т1, Альфа-Банк, AIRI и ПИКС Роботикс.

Кампус предложит пять образовательных программ, созданных вузами Нижнего Новгорода совместно с лидерами российской ИТ-индустрии: искусственный интеллект и компьютерное зрение; искусственный и дополненный интеллект; информационная безопасность; микроэлектроника; цифровые технологии в строительстве.

После завершения проекта в кампусе смогут учиться более 8 тысяч студентов из Нижегородской области, других регионов Российской Федерации и мира. Они получают возможность освоить передовые цифровые профессии.

Тюменская область

Просветительский проект «Тюменская школа креативных индустрий». Экосистема образовательных проектов для креативных предпринимателей, включающая школу для предпринимателей, детский проект «Мастера», публичный лекторий, лабораторию креативных проектов.

Сахалинская область

В Сахалинской области осуществляются образовательные программы для подготовки кадров креативных индустрий. Один из проектов работы с молодежью в этом направлении является форум «Креативные траектории Сахалина». Мероприятие организовано центром «Острова» при поддержке Росмолодежи в рамках нацпроекта «Молодежь и дети». Основная цель форума — помочь подросткам в осознанном выборе профессии в креативных индустриях.

8. Создание и предоставление региональных мер поддержки креативных индустрий

Как показывает опыт регионов, внедряющих Стандарт, в субъектах Российской Федерации активно создаются меры поддержки, оказываемые не только органами государственной власти и местного самоуправления, а, к примеру, опорными организациями, фондами или иными структурами, в том числе с финансированием из внебюджетных источников. Кроме того, подобная поддержка может оказываться и компаниям, и предпринимателям, которые формально еще не включены в региональные реестры субъектов креативных индустрий. Для обеспечения более широкого подхода к созданию региональных систем развития креативных индустрий в Стандарте под региональными мерами поддержки креативных индустрий понимается совокупность мер поддержки, оказываемых в субъекте Российской Федерации (в том числе меры поддержки, приведенные в статье 9 Закона № 330, а также меры поддержки оказываемые муниципалитетами, некоммерческими организациями, фондами, крупным бизнесом и другими типами организаций), а под субъектами креативного предпринимательства понимается совокупность субъектов креативных индустрий согласно Закона № 330, а также физических лиц, юридических лиц и (или) индивидуальных предпринимателей, осуществляющих коммерческую деятельность по созданию, продвижению на внутреннем и внешнем рынках, распространению и (или) реализации креативного продукта. Расширенное определение субъектов креативного предпринимательства обусловлено тем, что меры поддержки могут оказываться физическим лицам, юридическим лицам и (или) индивидуальным предпринимателям, которые по тем или иным причинам еще не вошли в реестр субъектов креативных индустрий, но при этом осуществляют те же виды деятельности.

Региональные меры поддержки должны учитывать специфику отдельных индустрий. Лучшей

практикой является создание не общих, а индивидуальных мер поддержки под отдельные креативные индустрии, особенно если регион сфокусирован на конкретной отрасли. Креативные индустрии, несмотря на объединение этим общим понятием, представляют собой разные виды бизнеса со своей спецификой, для которых необходимы разные меры поддержки. Такие меры поддержки дают конкурентное преимущество перед другими регионами в конкретной сфере, привлекают специализированных инвесторов и могут вывести регион на федеральный и далее международный уровень в отдельной креативной индустрии, а также претендовать на релокацию талантов и компаний этой отрасли в свой регион.

Также важно соотнести развитие креативных индустрий с ключевыми стратегическими документами развития региона (например, стратегии социально-экономического развития, развития туризма и другие), а также мастер-планами развития муниципальных образований. В зависимости от того, какие задачи стоят перед регионом, креативные индустрии могут стать инструментом для их достижения.

Рекомендуется привлекать сообщество креативных индустрий, а также РЭГ к соучаствующему проектированию региональных мер поддержки. Региональные меры поддержки должны создаваться с учетом того, что бизнес в сфере креативных индустрий сопряжен с высокими предпринимательскими рисками. Толерантность к предпринимательскому риску может выражаться в том, что в качестве результата поддержки будет учитываться опыт, полученный субъектами креативного предпринимательства, который они смогут использовать для реализации своих проектов, а не только прямые финансовые результаты.

Критерий соответствия шагу 8 Стандарта:

- оказывается не менее одной финансовой или имущественной меры государственной и иной поддержки каждой из утвержденных приоритетных креативных индустрий в субъекте Российской Федерации.

Практики регионов

Нижегородская область

В Нижегородской области активно поддерживается индустрия разработки программного обеспечения. Среди ключевых мер: региональная ИТ-ипотека (субсидируется ставка до 3% годовых); возмещение НДС за ИТ-специалистов, привлеченных из других субъектов Российской Федерации и иностранных государств; реестр ИТ-стартапов Нижегородской области для получения ИТ-аккредитации и налоговых льгот в упрощенном порядке, а также льготные ставки по упрощенной системе налогообложения для разработчиков программного обеспечения, гранты на разработку ИТ-решений и другие.

С 2022 года в Нижегородской области реализуется грантовая поддержка лучших проектов в сфере креативных индустрий — «Команда креативных практик». Программа рассчитана на юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и физических лиц, создающих или желающих создавать креативные продукты и услуги, а также развивающих культурную, туристическую и инвестиционную привлекательность региона. За четыре года реализации поддержано 159 инициатив на общую сумму 335 миллионов рублей, в их числе — 51 проект к 80-летию Победы на 59 миллионов рублей.

Тюменская область

Грант «Подъемник» для креативных предпринимателей. Результат предоставления гранта: оказание услуг (выполнение работ) и (или) производство (реализация) продукции и (или) приобретение товаров, работ, услуг получателями гранта и (или) проведение для субъектов креативного (творческого) предпринимательства получателем гранта образовательных и (или) массовых

мероприятий за счет гранта в текущем финансовом году, количество и точная дата завершения которых указаны в договоре о предоставлении гранта.

Суть конкурса: самозанятые, ИП, коммерческие организации и НКО могут получить до 200 тысяч рублей на развитие креативного бизнеса. Также предусмотрены специальные номинации от партнеров в сферах гастрономии, урбанистики и медиа.

Грант «Новая Нефть» для креативных предпринимателей, которые создают уникальные продукты с использованием результатов интеллектуальной деятельности и имеют преимущества перед конкурентами благодаря инновациям. Максимальная сумма гранта — 500 тысяч рублей. Средства предоставляются в форме компенсации расходов, которые были понесены в рамках проекта. Принять участие могут индивидуальные предприниматели, коммерческие организации и самозанятые, зарегистрированные в Тюмени.

Республика Башкортостан

Министерство промышленности и энергетики Республики Башкортостан в рамках государственной программы «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности в Республике Башкортостан» предоставляет субсидии на возмещение части затрат на закупку сырья и материалов организациям, осуществляющим деятельность в текстильном и швейном производствах, производстве кожи и изделий из кожи.

Целью предоставления субсидий является возмещение части затрат производителей на закупку сырья и материалов для дальнейшего увеличения объемов производства и выручки производителей:

- 30% фактических затрат на закупку сырья и материалов (без НДС и транспортных расходов);
- 50% фактических затрат на закупку сырья и материалов у республиканских производителей (без НДС и транспортных расходов).

Красноярский край

АНО «Сибирский институт развития креативных индустрий» предоставляет меры поддержки, персонализированные под индивидуальные запросы субъектов креативного предпринимательства. Красноярская компания, производящая солнцезащитные очки под брендом «Бревно», обратилась за поддержкой в выходе на новый рынок медицинских изделий. Сибирский институт развития креативных индустрий помог им провести исследование рынка, определить емкость и эффекты от входа на этот рынок, выстроил работу по содействию со стороны «Российского экспортного центра», организовал участие компании в ярмарках и протестировал гипотезы. Спрос подтвердился, и институт предоставил компании 50% софинансирования. Мера поддержки составила 2 миллиона рублей и была предоставлена под конкретный результат с конкретными показателями. Если компания не достигнет их в течение трех лет, она должна вернуть сумму финансирования.

Приморский край

В целях повышения туристической привлекательности на территории Приморского края предоставляются субсидии на возмещение части затрат, связанных с производством национальных фильмов. Они включают в себя возмещение до 40% от понесенных затрат на реквизит, мебель, грим, специальные средства связи, ГСМ, павильоны, помещения для съемок, операторскую, звукозаписывающую и осветительную технику, на услуги по обработке пленки, пошиву костюмов и другие.

Липецкая область

В Липецкой области предоставляется льготная налоговая ставка упрощенной системы налогообложения: налоговая ставка в размере 0 процентов для впервые зарегистрированных индивидуальных предпринимателей, которые производят изделия народных художественных промыслов.

Налоговая ставка в размере 5% предоставляется организациям и индивидуальным предпринимателям, выбравшим объектом налогообложения

доходы и занимающихся следующими видами предпринимательской деятельности: производство изделий народных художественных промыслов.

Санкт-Петербург

«Сертификат на пошив» — программа поддержки, направленная на софинансирование части затрат на создание коллекций на швейных производствах Санкт-Петербурга. Формат B2B позволяет одновременно поддерживать дизайнеров, снижая их финансовую нагрузку, и стимулировать предприятия легкой промышленности, обеспечивая их заказами. Программа реализуется с 2024 года «Фондом развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге» при поддержке Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле города.

Методология практики основана на принципе софинансирования: до 80% стоимости заказа при первом обращении и до 50% при повторном. При этом максимальная сумма на одного участника составляет 490 тысяч рублей.

Результаты реализации за два года:

- более 200 заявок на участие;
- 66 дизайнеров получили софинансирование и отшили более 26 тысяч изделий на 30 швейных производствах города;
- 44,3 миллиона рублей — общая сумма пошива, из которой 32,8 миллиона рублей софинансированы Фондом.

Проект «Петербург гастрономический». С 2025 года «Фондом развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге» при поддержке Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле Санкт-Петербурга реализуется проект «Петербург гастрономический». В рамках проекта локальные предприниматели в сфере общественного питания могут получить софинансирование при приобретении оборудования и оснащения петербургского производства — кофемашин, освещения и вентиляции, мебели, текстиля, одежды для персонала, посуды, кухонного инвентаря и финальных отделочных материалов.

Методология практики основана на механизме софинансирования затрат: до 70% стоимости при покупке напрямую у производителя и до 50% — при приобретении у дистрибьютора, но не более 1,175 миллиона рублей на одно предприятие.

Такой формат B2B-поддержки одновременно снижает финансовую нагрузку на рестораторов и стимулирует загрузку городских производственных предприятий, формируя устойчивые связи внутри локальной экономики.

Результаты за семь месяцев:

- получено более 150 заявок;
- заключено 64 договора на поставки;
- приобретено оборудование на сумму порядка 37,6 миллиона рублей, из которых 23,5 миллиона софинансированы Фондом.

Новгородская область

В Новгородской области действует система мер поддержки для субъектов креативных индустрий. Ее основу составляют льготное налогообложение и целевое финансирование.

Основной фокус сделан на развитие креативной инфраструктуры. Резиденты и управляющие компании креативных кластеров освобождены от налога на имущество. Для предпринимателей-резидентов креативных кластеров предоставлены льготы по упрощенной системе налогообложения: 3% — «доходы», 7% — «доходы минус расходы». Для управляющих компаний креативных кластеров предусмотрена субсидия в размере 98% на возмещение затрат по кредитам (займам) на создание и развитие кластера.

Льготы по упрощенной системе налогообложения действуют для субъектов народно-художественных промыслов: 1% — «доходы», 5% — «доходы минус расходы», а также для предпринимателей в сфере дополнительного образования: 3% — «доходы», 7% — «доходы минус расходы».

В Новгородской области в 2017 году создана областная кинокомиссия — одна из первых в Российской Федерации. Кинопроизводители

получают полный комплекс услуг: проведение локейшн-туров, организационное сопровождение, набор актеров второго плана и массовых сцен. Ключевым стимулом является программа рибейтов, позволяющая компенсировать до 40% затрат на съемки на территории области.

За это время было снято около 120 проектов, включая 14 полнометражных фильмов и 54 сериала. Появилась своя специализация: историческое и военное кино, сериалы, документальные проекты.

Челябинская область

«Агентство международного сотрудничества Челябинской области» предоставляет субъектам креативного предпринимательства несколько видов поддержки:

- услуга по рекламно-информационному сопровождению мероприятия в сфере креативных индустрий; организаторы выставок, конференций, модных мероприятий и маркетов могут прорекламировать свое событие в социальных сетях, СМИ, транспорте, на медиафасадах и других; обязательным условием мероприятия является участие в нем не менее пяти субъектов креативного предпринимательства Челябинской области;
- услуга по созданию презентационных материалов (под ними понимаются различные медиапродукты: фотографии, аудио- и видеоролики, презентации, дизайн-макеты полиграфической, сувенирной и рекламной продукции, брэндинг выставочного или торгового пространства и другие); так, в рамках услуги можно заказать двухчасовую предметную или модельную фотосессию, съемку проморолика или серии рилсов, оформить фотозону;
- услуга по организации логистики в целях участия в российских показах, выставках, форумах; услуга помогает предпринимателям, которым нужно отправить свою продукцию (например, коллекции платьев, предметы интерьера, мебель) для участия в мероприятии в другом городе; эта мера поддержки оказывается на условиях софинансирования

(20% стоимости услуги оплачивает предприниматель);

- услуга по организации участия субъекта креативных индустрий в профильных мероприятиях (показах, выставках, форумах и прочем); эта мера поддержки включает в себя оплату организационного взноса, аренду выставочной площади, найма специализированного персонала (моделей, промоутеров, стендистов).

Республика Карелия

Министерство экономического развития Республики Карелия возмещает часть затрат субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих деятельность в области сохранения объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, и выявленных объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации.

9. Стимулирование продаж в креативных индустриях

Меры по стимулированию продаж в креативных индустриях должны быть направлены на создание устойчивых каналов сбыта, повышение узнаваемости региональных креативных продуктов и формирование потребительского спроса как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Рекомендуемые меры и инструменты стимулирования продаж:

1. Создание и продвижение специализированных торговых площадок:

- организация корнеров локальных креативных марок в крупных торговых центрах, в аэропортах и других местах с высокой проходимостью;
- создание стационарных или сезонных маркетов и ярмарок креативных продуктов, в том числе в формате общегородских мероприятий и фестивалей;
- развитие торговли креативными продуктами на базе креативных кластеров и иных креативных пространств.

2. Интеграция в цифровые каналы сбыта:

- создание разделов с региональными креативными продуктами на популярных федеральных и международных маркетплейсах;
- субсидирование продвижения креативных продуктов через социальные сети и цифровые медиа.

3. Реализация программ развития региональных брендов:

- присвоение креативным продуктам знака качества, подтверждающего их аутентичность, качество и связь с территорией;
- запуск программ, направленных на увеличение представленности региональных креативных продуктов на полках федеральных ритейлеров, в том числе с использованием механизма льготного финансирования;
- развитие единых брендов, объединяющих креативные продукты региона.

4. Стимулирование кооперации с государственным сектором и бизнесом:

- включение креативных продуктов в наборы сувенирной продукции, мерча и подарков крупных компаний и государственных учреждений региона;
- организация питч-сессий и воркшопов между креативными предпринимателями и потенциальными заказчиками из других отраслей (туризм, гостеприимство, ритейл);
- развитие системы госзаказа на креативные продукты для нужд региона, в частности, для мероприятий, представительских целей и развития туристической инфраструктуры.

Рекомендуется популяризировать среди субъектов креативного предпринимательства участие в федеральных программах и инициативах, нацеленных на развитие бизнеса. Примерами таких инициатив являются всероссийский конкурс растущих российских брендов «Знай наших» и «Платформа роста».

Конкурс «Знай наших» был запущен Агентством и Фондом «Росконгресс» при поддержке ВЭБ. РФ в 2023 году для продвижения российской продукции. Цель конкурса — поддержка малого и среднего бизнеса, который демонстрирует устойчивые темпы роста, высокую степень локализации производства (не менее 30%) и пользуется доверием потребителей.

«Платформа роста» — проект комплексной поддержки и развития российских предпринимателей, запущенный в декабре 2024 года объединенной компанией Wildberries & Russ совместно с Агентством. Цель проекта — повышение предпринимательской активности в регионах, рост объемов производства российских товаров, а также увеличение внимания к теме создания благоприятных условий для развития отечественного бизнеса. В программе: обучение работе с маркетплейсами, доступ к инструментам для продвижения (рекламные инструменты, инструменты для продвижения товаров и бренда), использование наружной рекламы.

Шаг 9 Стандарта считается внедренным при соответствии одному из критериев (на выбор региона):

- субъектом Российской Федерации создана и продвигается не менее одной специализированной торговой площадки;
- субъектом Российской Федерации обеспечено присутствие не менее десяти региональных креативных продуктов на цифровых торговых площадках;
- в субъекте Российской Федерации запущена программа развития региональных брендов.

Практики регионов

Санкт-Петербург

«Петербургский дизайн» — проект, реализуемый с 2022 года по инициативе Правительства Санкт-Петербурга «Фондом развития субъектов малого и среднего предпринимательства» при поддержке Комитета по промышленной политике, инновациям и торговле. Практика направлена на развитие и стимулирование продаж продукции локальных дизайнеров через создание благоприятных условий для вывода их изделий на региональный офлайн-рынок.

Методология проекта основана на предоставлении дизайнерам торговых площадей и необходимой инфраструктуры без финансовых затрат с их стороны. Фонд обеспечивает аренду и оснащение магазинов, а также выделяет персонал и организует продвижение брендов. Реализуется формат офлайн-продаж под зонтичным брендом «Петербургский дизайн», а также размещение изделий в мультибрендовых магазинах на льготных условиях. Важной частью практики является образовательная и PR-поддержка, развитие предпринимательских компетенций и интеграция участников в модные показы и выставки.

Результаты реализации за четыре года:

- участие более 450 брендов;
- более 24,5 тысячи проданных изделий свыше 15 тысячам покупателям;
- магазины проекта представлены в крупнейших ТРЦ города;

- участие дизайнеров в CPM и St. Petersburg Fashion Week;
- получение участниками проекта 96 миллионов рублей льготных займов на открытие 16 собственных магазинов.

Краснодарский край

В Краснодарском крае организованы круглогодичные выставки-ярмарки для реализации авторской продукции ремесленников. В настоящее время уже возведены круглогодичные павильоны «Дома ремесленника» в Новороссийске и Геленджике.

Безвозмездное предоставление места для реализации товара. На территории 11 муниципальных образований Краснодарского края функционируют 20 специализированных ярмарок по реализации изделий народных художественных промыслов, декоративно-прикладного, художественного искусства и творчества, ремесленной деятельности (муниципальный округ город-курорт Анапа, городской округ город-курорт Геленджик, городской округ город Краснодар, муниципальный округ город Горячий Ключ, городской округ город Армавир, город Новороссийск, Абинский район, Приморско-Ахтарский район, Славянский район, Крымский, Усть-Лабинский район).

В Староминском районе на универсальной ярмарке предусмотрены места для реализации товаров народных промыслов.

В городе Сочи в праздничные дни и дни проведения фестивалей организована торговля ремесленными товарами.

Ставропольский край

По приказу Министерства экономического развития Ставропольского края открыта «Ежеквартальная аллея брендов» в выставочном центре «МинводэКСПО». Она состоит из десяти экспозиций, в которых представлены наработки ведущих предприятий региона. Это возможность локальным брендам заявить о себе и найти новых потребителей.

Липецк

В 2025 году при поддержке Правительства Липецкой области и «Липецкого областного Фонда МСП» открыто мультибрендовое пространство липецких дизайнеров одежды и аксессуаров «АртПодиум» в ТРЦ «Европа».

«АртПодиум» — не просто магазин, а уникальное пространство для продвижения региональных дизайнеров, которое дает им площадку для продаж и помогает в профессиональном развитии. Создание вокруг пространства активного креативного сообщества закладывает основы для долгосрочного развития модной индустрии в регионе, открывая перед участниками новые перспективы для роста и коллабораций. В пространстве объединились 26 резидентов — самобытные бренды одежды и аксессуаров. Пространство стало точкой роста для локальной модной индустрии и многофункциональным культурным центром: здесь проходят модные показы, дни брендов, лекции, встречи с дизайнерами и стилистами. В социальных сетях и СМИ активно продвигаются анонсы и итоги мероприятий, истории резидентов, обзоры коллекций и модные разборы. Резиденты стали наставниками для студентов профильных учебных заведений в рамках совместно реализованного проекта «Вектор модного будущего». Проект стимулирует развитие локальной идентичности и закладывает основы для долгосрочного развития модной индустрии в регионе. «АртПодиум» помогает дизайнерам развивать бизнес, находить аудиторию и укреплять позиции на рынке.

Республика Саха (Якутия)

В 2024 году АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)» запустила акселерационную программу «Модная программа: марки, фабрики, ритейл». Цель программы — увеличить количество региональных модных марок, представленных на полках крупнейших ритейлеров Российской Федерации. В ходе программы проводится обучение работе с ритейлерами и фабриками. Марки, отобранные крупными федеральными сетями, получают льготный займ под 2% на производство своих коллекций.

Ключевой принцип программы заключается в том, что выбираются не победители, а отсеиваются те марки, с которыми не готов работать рынок в виде федеральных ритейлеров. Отобранные марки получают поддержку, а остальные — понимание уровня, которому они должны соответствовать, чтобы рассчитывать на поддержку. Льготный займ может выдаваться отобранным компаниям неоднократно.

В первом сезоне приняли участие 32 компании. Четыре марки были отобраны ритейлерами, получили льготное финансирование и запустили продажи в федеральных сетях.

Свердловская область

В 2024 году губернатором Свердловской области принято решение о поддержке инициативы местных производителей и дизайнеров из сферы

легкой промышленности, в регионе запущен масштабный проект «U Fashion». Цель проекта — популяризация российских дизайнеров, содействие их выходу на новые рынки, формирование имиджа Свердловской области как центра моды и дизайна. Оператором проекта выступает «Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства» (микрокредитная компания) — региональная опорная организация по развитию креативных индустрий.

Мероприятия U’FASHION:

- Всероссийский конкурс дизайнеров;
- международная неделя моды UF LAB;
- бизнес-миссии, деловые форумы, ярмарки;
- выпуск собственного журнала;
- создание электронного портала о брендах и другое.

10. Поддержка экспорта креативных индустрий

Креативные индустрии обладают значительным экспортным потенциалом. Выход на зарубежные рынки не только помогает масштабировать деятельность субъектов креативного предпринимательства, но и является инструментом «мягкой силы», помогающим формировать положительный имидж Российской Федерации и ее субъектов, а также способствовать экспорту других несырьевых отраслей и развитию туризма.

Отдельно стоит отметить потенциал совместной продукции в сфере креативных индустрий, например, в сферах кино, анимации, видеоигр и музыки. Копрадакшн — механизм распределения затрат между партнерами, позволяющий снижать финансовую нагрузку на каждую из сторон и оптимизировать производственные ресурсы.

Часто субъекты креативного предпринимательства сталкиваются с нехваткой знаний

и необходимых контактов для выработки экспортной стратегии, и адаптации своих продуктов и услуг под требования международных рынков.

Институтом развития внешнеэкономической деятельности и экспорта в Российской Федерации является «Российский экспортный центр» (далее — РЭЦ), который оказывает всестороннюю поддержку российским компаниям путем предоставления комплекса финансовых и нефинансовых услуг на всех этапах выхода на международные рынки. Большинство услуг доступно онлайн на платформе «Мой экспорт». РЭЦ реализует поддержку продвижения российских компаний на внешних рынках, используя программу «Сделано в России» в качестве ключевого инструмента для повышения узнаваемости отечественных товаров и услуг. Для экспортеров креативных индустрий доступны универсальные меры господдержки: участие в бизнес-миссиях, доступ к информации

о зарубежных рынках, консультации по сертификации и лицензированию, поиск партнеров, услуги по электронной торговле на платформе «Мой экспорт», анализ целевых рынков. В регионах важно обеспечить кооперацию субъектов креативного предпринимательства и региональных Центров поддержки экспорта.

Агентство также работает с экспортной повесткой: вносит предложения по вопросам сотрудничества в сфере креативных индустрий в повестки и протоколы межправительственных комиссий по сотрудничеству и подкомиссий по торгово-экономическому сотрудничеству, заключает прямые соглашения с организациями, отвечающими за развитие креативных индустрий в зарубежных странах, проводит бизнес-миссии в дружественных странах, экспортные акселераторы для повышения компетенций российских креативных предпринимателей, дает возможности совместного производства с международными производителями и бизнес-партнерами, а также может создавать международные лаборатории.

Международная конференция по креативной экономике, проходившая 8–9 октября 2025 года в Санкт-Петербурге, стала первым мероприятием в рамках платформы «Российские международные креативные сезоны» — Russian International Creative Seasons (RICS), на которой российские продюсеры и предприниматели могли наладить сотрудничество с международными бизнес-партнерами. Конференция была направлена на интеграцию российского сектора креативной экономики в глобальный рынок, а также создание новых цепочек производства креативной продукции. Конференцию посетило более 2 тысяч участников из 32 стран объединения «БРИКС», Шанхайской организации сотрудничества, Содружества независимых государств (СНГ), регионов Ближнего Востока и Северной Африки. В рамках конференции проводилась выставка, на которой было представлено 40 российских креативных брендов, а также примеры международных брендов из Республики Узбекистан. Концепция выставки была посвящена технологиям для креативных индустрий и специализированному оборудованию для его производства, а также проектам на основе культурного кода.

В рамках платформы «Российские международные креативные сезоны» планируется проведение серии мероприятий для продвижения российских креативных индустрий, организации сотрудничества и обмена лучшим опытом в области развития креативной экономики на глобальном рынке, в том числе в рамках «дорожных карт» совместного развития креативных индустрий с дружественными странами.

Комментарий Агентства:

Многообразие культурных кодов — одно из важных преимуществ России, благодаря которому регионы могут устанавливать более тесные связи с зарубежными странами со схожими традициями и идентичностью. При анализе экспортного потенциала креативных индустрий стоит обратить внимание прежде всего на такие возможности.

Выход на зарубежные рынки — это не только непосредственный экспорт продукции креативных индустрий и креативных проектов, но и поиск возможностей для совместных проектов с иностранными партнерами, в которых креативные компетенции сторон будут взаимно дополняться и усиливаться, что поможет создать новые высококонкурентные продукты для международных рынков.

Для поддержки экспорта субъектов креативного предпринимательства необходимо объединить усилия региональных властей, отраслевых ассоциаций и самих предпринимателей.

Уполномоченному органу или опорной организации рекомендуется проанализировать и сформировать базу существующих и потенциальных экспортеров креативных продуктов, определить их готовность к выходу на экспорт, приоритетные рынки, а также потребность в мерах поддержки.

При ориентации региона на конкретные креативные индустрии важно взаимодействовать с федеральными отраслевыми ассоциациями. У некоторых из них есть собственные программы международной кооперации и экспорта на уровне ассоциаций и компаний.

Регион может взять на себя роль активного экспортера в своей индустрии, решая задачи не только на региональном уровне, но и на уровне макрорегиона. Также можно разработать проект для решения задач федерального масштаба.

В качестве региональных мер поддержки экспорта креативных индустрий субъектам Российской Федерации могут применяться:

- обучение экспортно ориентированных субъектов креативного предпринимательства основам экспортной деятельности на базе региональных «Центров поддержки экспорта» и создание индивидуальных экспортных дорожных карт;
- финансовая поддержка для участия в международных индустриальных событиях, выставках и рынках контента, в том числе организация коллективных стендов;
- предоставление региональных субсидий на компенсацию части затрат на экспорт;
- предоставление льготных кредитов для поддержки экспортных продаж;
- экспортные акселерационные программы;
- питч-сессии с зарубежными покупателями и инвесторами;
- грантовая поддержка на адаптацию упаковки и контента под зарубежные рынки;
- включение креативных индустрий в торговые миссии и соглашения с зарубежными регионами.

Критерии соответствия шагу 10 Стандарта:

- создана и актуализируется база существующих и потенциальных экспортеров креативных продуктов;
- запущено и функционирует не менее одной региональной меры поддержки экспорта креативных индустрий (например, акселератор, программа софинансирования выставок, гранты на локализацию), вовлекающей субъекты креативного предпринимательства в сервисы РЭЦ, «Центров поддержки экспорта» и программы Агентства;
- подписано не менее одного из следующих видов соглашений:
 - о сотрудничестве между субъектом Российской Федерации и зарубежными

организациями из сферы креативных индустрий;

- между региональным объектом креативной инфраструктуры и зарубежным объектом креативной инфраструктуры (соглашения между креативными кластерами и пространствами);
- не менее трех компаний экспортируют креативные продукты/услуги или создают совместные креативные продукты с зарубежными партнерами;
- в регионе проводится международное мероприятие в сфере креативных индустрий, способствующее развитию международных партнерств в сфере креативных индустрий.

Практики регионов

Республика Саха (Якутия)

В 2026 году в Якутске пройдет первый ежегодный международный медиарынок Global Entertainment Market. Это первая в Российской Федерации открытая международная площадка для четырех сфер индустрии контента (кино, анимацию, музыку и видеоигры), включающая в себя B2B-рынок, выставку и кросс-индустриальную конференцию.

Нижегородская область

В Нижегородской области проходит международный фестиваль медиаискусства INTERVALS. В 2025 году фестиваль развернулся на 17 городских площадках. Проект реализуется уже 6-й раз и собрал более 25 художников из разных стран и 450 тысяч зрителей. Из них 218 тысяч посетители внутренних локаций. INTERVALS стал крупнейшей в Российской Федерации площадкой для высказываний в медиаискусстве. Благодаря проекту Нижний Новгород зазвучал в международном медиа-поле как столица российского диджитал-арта, что дает возможности роста локального предпринимательства.

11. Создание объектов инфраструктуры креативных индустрий

Создание и развитие объектов инфраструктуры является основой для устойчивого роста креативных индустрий в регионе. Для развития инфраструктуры креативных индустрий важно учитывать и поддерживать частную инфраструктуру, созданную предпринимателями, наряду с государственной.

Чаще всего к объектам инфраструктуры креативных индустрий относят креативные кластеры, однако к ним могут быть отнесены разные типы пространств. Объекты инфраструктуры креативных индустрий могут принимать различные формы, адаптированные для поддержки конкретных отраслей и творческих начинаний: производственные площадки (кинопавиллоны, звукозаписывающие студии, студии, мастерские), дистрибуционные площадки (галереи, выставочные залы), а также помещения для деловой коммуникации и образования.

Ключевым критерием для отнесения к объектам инфраструктуры креативных индустрий является осуществление на их территории деятельности субъектов креативного предпринимательства, непосредственно связанной с созданием, продвижением, коммерциализацией, распространением и реализацией уникального и экономически ценного креативного продукта.

Подобные пространства могут оказывать значительное влияние на развитие креативных индустрий в целом или отдельной индустрии в конкретном регионе. Вокруг таких площадок, помогающих субъектам креативного предпринимательства создавать и продавать свои продукты, формируется профессиональное сообщество.

Агентство курирует программу «Сеть креативных пространств», целью которой является увеличение доли креативных (творческих) индустрий в экономике России путем формирования сети из креативных пространств разного типа

(креативные кластеры, пространства и специализированная креативная инфраструктура) и их резидентов, а также разработка и внедрение мер поддержки.

Другими примерами отраслевых объединений в сфере развития креативной инфраструктуры являются:

- «Союз креативных кластеров» — сообщество профессионалов в сферах управления и развития креативных кластеров и творческих индустрий в России; целью союза является создание условия для развития креативных кластеров и пространств с максимальным вовлечением креативных сообществ, предпринимателей и организаций.
- «Ассоциация арт-резиденций России» — сообщество практиков, теоретиков и экспертов, которое занимается развитием формата художественных резиденций в стране.

Работая над развитием объектов инфраструктуры креативных индустрий, необходимо учитывать креативную специализацию региона, опираться на утвержденные приоритетные креативные индустрии, чтобы добиться комплексного развития креативной экономики и усилить принятые меры поддержки через инфраструктурные решения.

Важно, чтобы управляющая компания предлагала резидентам не только возможность аренды в кластере или креативном пространстве, но и программы развития, поддержки и продвижения.

Рекомендуемый порядок действий для регионов:

1. Аудит и картирование существующих объектов инфраструктуры креативных индустрий. Необходимо осуществить комплексный аудит

Комментарий Агентства:

«Инфраструктура креативных индустрий — это не просто стены, а экосистема, которая позволяет креативным продуктам появляться, развиваться и коммерциализоваться. Успешная инфраструктура всегда «заточена» под запросы локального сообщества. Например, в одном регионе критически не хватает современных студий звукозаписи, а в другом — производственных мастерских для дизайнеров. Аудит и диалог с сообществом помогают избежать создания пустующих объектов».

и картирование уже существующей инфраструктуры (в том числе потенциально пригодной для адаптации под нужды креативных индустрий). Карта должна включать тип объекта, его оснащенность, целевую аудиторию, оператора и возможные сервисы для субъектов креативного предпринимательства.

2. Анализ потребностей сообщества. Выявление запросов субъектов креативного предпринимательства на объекты инфраструктуры и их сервисы должно осуществляться через механизмы соучаствующего проектирования с вовлечением РЭГ.

3. Разработка и утверждение дорожной карты развития объектов инфраструктуры креативных индустрий. На основе аудита и анализа потребностей разрабатывается дорожная карта развития инфраструктуры креативных индустрий. Дорожная карта должна содержать перечень объектов инфраструктуры, планируемых к созданию, модернизации или редевелопменту, принципы и механизмы их финансирования (бюджетные, частные, государственно-частное партнерство), целевые показатели (например, количество созданных рабочих мест, количество резидентов, прирост объема выпускаемой продукции), а также сроки и ответственных исполнителей.

4. Реализация дорожной карты и управление объектами. Создание и управление объектами

инфраструктуры, в том числе через определение ответственных операторов (которыми могут выступать опорные организации или частные управляющие компании).

Критерии соответствия шагу 11 Стандарта:

- осуществлены аудит и картирование существующей инфраструктуры креативных индустрий; данные верифицированы РЭГ;
- утверждена «дорожная карта» развития объектов инфраструктуры креативных индустрий, содержащая не менее одного мероприятия по созданию, развитию или поддержке объектов инфраструктуры;
- в рамках реализации «дорожной карты» создан, модернизирован и поддержан как минимум один объект инфраструктуры креативных индустрий.

Практики регионов

Свердловская область

В Свердловской области сформирована сеть креативных кластеров. В нее входят:

- «Домна» (Екатеринбург);
- «Л52» (филиал МАУК «Музей истории Екатеринбурга») (Екатеринбург);
- «Центр города» (проект команды «Фонда городских инициатив») (Екатеринбург);
- «В черной» (поселок Черноисточинск Пригородного района);
- «Лето на заводе» (Сысерть);
- «Самородок» (Нижний Тагил);
- «Нити х Нити» (Арамилы);
- «Гор.Н» (Новоуральск).

Республика Башкортостан

«Арт-КВАДРАТ» в Уфе — частный креативный квартал в историческом центре города, где органично сочетается историческая и современная застройка. Тут проходят образовательные, развлекательные и социальные мероприятия различных форматов: от театральных постановок, поэтических и музыкальных вечеров до спортивных соревнований. На территории кластера расположены: закрытый ивент-холл «Лофт»;

театральная площадка «Вторая сцена»; «Музей современного искусства» и книжный магазин ZAMAN MUSEUM; несколько открытых площадок для масштабных концертов, фестивалей и ярмарок — «Бокс-парк», «Площадь» и «Сквер»; магазины одежды, обуви, украшений, декора и оптики; мастерская-магазин изделий из натуральной кожи и другие.

Челябинская область

Креативный кластер федерального значения SVOBODA2 (Челябинск) — это 16 тысяч квадратных метров отремонтированных площадей бывшего завода оргстекла и более 150 резидентов: частные театры, SMM-компании, студии видео-продакшена, живописи, вокала и другие.

Некоторые преимущества, которые получают резиденты кластера SVOBODA2:

- систематическое продвижение товаров и услуг через ресурсы и социальные сети кластера;
- участие в крупных экономических форумах и фестивалях;
- создание условий для взаимодействия резидентов, чтобы их деятельность дополняла и расширяла услуги друг друга;
- возможность для творческой молодежи реализовать свои идеи и создать новые социальные связи в сообществе единомышленников;
- создание рабочих мест и условий для разработки креативных продуктов и развития малого бизнеса.

Креативное пространство «Арт-Сатка» — многофункциональная современная площадка в центре, креативное общественное пространство для социокультурного и интеллектуального досуга жителей и гостей Саткинского района Челябинской области. Площадка создана при поддержке «Фонда президентских грантов», администрации Саткинского муниципального района, фонда «Собрание».

Липецкая область

Культурное пространство «Липецкие ремесла» создано при поддержке центра «Мой бизнес». Оно объединяет мастеров Липецкой области и соседних регионов Центрального федерального округа. Проект способствует сохранению традиционных промыслов и одновременно выступает драйвером креативной экономики, предоставляя ремесленникам возможности для профессионального роста и продвижения продукции. На сегодняшний день пространство объединяет более 40 индивидуальных предпринимателей и самозанятых. Мастера-резиденты пространства проводят разнообразные мастер-классы для детей и взрослых по обучению ремеслам и экскурсии «В мир липецких ремесел» (включая англо- и франкоязычные варианты).

Культурное пространство «Липецкие ремесла» оказывает информационное сопровождение мастерам-ремесленникам по развитию своей деятельности и по мерам поддержки, действующим в регионе, а также по всем нововведениям и законодательным процессам в сфере развития бизнеса и креативной экономики.

В 2025 году культурное пространство стало площадкой для проведения первого межрегионального форума и фестиваля ремесленников. Эти события сыграли важную роль в укреплении профессиональных связей между мастерами из разных регионов, создав основу для дальнейшего сотрудничества и обмена опытом.

Ульяновская область

В Ульяновской области сформирован уникальный для страны опыт построения креативного инфраструктурного каркаса, состоящего из 12 креативных пространств: «Квартал» (Ульяновск), «Горизонт» (Димитровград) и сети «Третье место» в десяти муниципалитетах области. Реализация сетевого подхода — приоритет в развитии отрасли на малых территориях.

Новгородская область

Креативный кластер «Трест» — первый креативный кластер региона. «Трест» действует

с 2018 года. На территории кластера располагаются ботанический сад, «Точка кипения», открытые пространства для мероприятий, коворкинг и бизнес-инкубатор. В 2024 году креативный кластер начал масштабную реновацию с использованием региональной субсидии.

Преимущества для резидентов креативного кластера «Трест»:

- участие во Всероссийском конкурсе дизайнеров;
- нулевая ставка по налогу на имущество резидентов-организаций (Областной закон Новгородской области от 31 марта 2009 года № 487-ОЗ «О ставке налога, взимаемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения» (с изменениями);
- льготная ставка по упрощенной системе налогообложения для резидентов: «доходы» — 3%; «доходы, уменьшенные на величину расходов» — 7%;
- льготное пользование общей инфраструктурой кластера.

Красноярский край

Креативный кластер «Квадрат» — главный проект для креативного бизнеса в Красноярске. Расположен в центре города на площадях бывшего завода «Квант». Общая площадь более 5 тысяч квадратных метров. Здесь размещаются офисы, мастерские, коворкинг «Академия стартапов», шоурум «Индустрия», зоны нетворкинга, событийная площадка. В проекте участвуют уже более 30 резидентов, включая дизайнеров, ювелиров, производителей аксессуаров, студию интерьера, интерактивный музей науки, столярную мастерскую и другие. «Квадрат» — кластер в экономическом смысле. Резиденты создают проекты

на стыке индустрий и используют оборудование друг друга. Уникальность «Квадрата» — в объединении зарождения идей, производства, сбыта и досуга. Для резидентов действует резидентная политика: льготная арендная ставка в зависимости от стадии проекта. Начинающие предприниматели первые три месяца размещаются бесплатно, опытные предприниматели размещаются с постепенным увеличением арендной платы. По итогам 2022 года «Квадрат» признан лучшим кейсом поддержки креативных индустрий.

Свердловская область

В Екатеринбурге универмаг BOLSHOY — место концентрации локальных модных брендов. Здесь представлены торговые точки более 100 отечественных компаний, производящих одежду, обувь и аксессуары. Универмаг предоставляет условия для развития местных екатеринбургских брендов. Команда BOLSHOY отсматривает зародившиеся бренды и тенденции, выстраивает с ними диалог и предлагает встать в корнер на льготных условиях. Многие известные бренды России начинали свои первые продажи через программы универмага.

Мурманская область

В Мурманской области работает «Бренд Парк» — концептуальное пространство, которое открылось в конце 2024 года. Площадка основана при поддержке проекта «Губернаторский Старт» предпринимателем и создателем бренда «KS Sport» Ксенией Шахшаевой. В «Бренд Парке» представлены одежда, сумки, украшения и предметы декора, созданные дизайнерами Мурманской области.

12. Реализация коммуникационной поддержки продвижения креативных индустрий субъекта Российской Федерации

Целью коммуникационной поддержки является создание единого нарратива и системы коммуникаций, которые повышают узнаваемость региона через деятельность креативных индустрий, формируют привлекательный образ региона для талантов, инвесторов, партнеров и потребителей, а также интегрируют креативный сектор в стратегию социально-экономического развития субъекта Российской Федерации.

Поддержка должна базироваться на анализе существующего имиджа региона в сфере креативных индустрий, текущих коммуникационных активностей и цифрового присутствия региональных предпринимателей и включать в себя сегментацию и определение портретов ключевых целевых аудиторий, к которым относятся местные жители, туристы, инвесторы, внешние рынки, федеральные медиа и потенциальные резиденты. Центральным элементом поддержки является уникальное торговое предложение региона, которое является сформулированной ключевой идеей, отличающей его условия развития креативных индустрий от креативных индустрий других регионов. Для каждой целевой аудитории рекомендуется выделить отдельные ключевые сообщения и нарративы. Одним из каналов коммуникации является региональный информационный сайт о креативных индустриях субъекта Российской Федерации (далее — сайт). Оператором сайта может выступать опорная организация.

На сайте может быть размещена следующая информация:

- порядок причисления физических лиц, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей к субъектам креативных индустрий,

внесение и исключение данных о них в реестр субъектов креативных индустрий;

- региональные меры поддержки креативных индустрий;
- новости сферы креативных индустрий: успехи и достижения предпринимателей, анонсы мероприятий и отраслевых событий;
- информация об инфраструктуре поддержки креативных индустрий региона;
- контакты уполномоченного органа и опорной организации, в том числе пресс-службы (адрес, номер телефона, социальные сети);
- ссылка на страницу Стандарта на официальном сайте Агентства, а также статус внедрения Стандарта в субъекте Российской Федерации;
- информация о РЭГ;
- текст стратегического документа по развитию креативных индустрий субъекта Российской Федерации и планы («дорожные карты») развития приоритетных креативных индустрий.

Ключевым моментом является синхронизация коммуникационных активностей с отраслевыми мероприятиями, такими как фестивали, выставки и форумы.

Критерии соответствия шагу 12 Стандарта:

- определены ключевые проекты креативных индустрий, лучше всего отражающие его креативную специализацию, а также ключевые сообщения и нарративы для их продвижения;
- ведутся не менее двух активных аккаунтов в социальных сетях, соответствующих выбранным в стратегии целевым аудиториям, с регулярной публикацией контента (в общей сложности не менее пяти публикаций в неделю);

- создание и регулярное обновление (не менее двух публикаций в месяц) регионального информационного сайта о креативных индустриях субъекта Российской Федерации.

Практики регионов

Республика Башкортостан

В Башкортостане запущен телевизионный проект, посвященный творческим индустриям, программа «Креативный код» на телеканале БСТ. Передача создана по поручению главы республики и будет способствовать продвижению инициатив креативного сообщества.

Краснодарский край

ГКУ КК «Центр регионального развития» (ЦРР) запустил проект «Время креативных людей» — серию интервью, в которых жителям края рассказывают о творческих и креативных жителях региона и их историях успеха.

Цель проекта — показать успех местных брендов, которые заменили зарубежные аналоги, а также продемонстрировать уникальные подходы к продвижению кубанского стиля через творчество героев проекта.

Проект знакомит аудиторию с локальными дизайнерами, современными художниками, продюсерами и руководителями креативных кластеров, чья деятельность основана на популяризации и сохранении культурного кода региона.

Видеосюжеты размещаются на официальном сайте ЦРР, а также в социальных сетях. Общее количество просмотров уже превышает 10 тысяч.

8 августа, в день принятия Закона о развитии креативных индустрий, проекту «Время креативных людей» исполнился год. За это время было записано 20 видеоинтервью. Команда работала в Краснодаре, Апшеронске, Геленджике, станице Северской и Анапе.

Нижегородская область

Начиная с 2021 года, с празднования 800-летия Нижнего Новгорода, Нижегородская область полностью перезапустила бренд столицы региона. Важно было не только привлекать туристов, но и удержать молодежь в городе. Необходимо было создать условия, чтобы люди приезжали в Нижний Новгород и оставались здесь жить. Город должен был стать культурным форпостом для соседних регионов.

Нижний Новгород — третий по количеству ИТ-специалистов и экспорту ИТ-продуктов в стране. Это точка роста, связанная с креативными индустриями. Один из фокусов — современное искусство. Сейчас в Нижнем Новгороде проходит первая международная Биеннале экологического искусства с участием более 100 художников из 45 стран. Также проводится фестиваль INTERVALS — главный российский фестиваль диджитал-арта, который уже стал одним из центральных культурных мировых событий с 450 тысячами посетителей. Для продвижения бренда использовались самоирония и юмор, что вызывало позитивный отклик у аудитории. Также был создан брендбук региона, фото- и видеобанк с очищенными правами, которые могут использовать все туроператоры для своих материалов.

В 2025 году июльский номер журнала «Москвичка» был полностью посвящен Нижнему Новгороду, его брендам, культурным и креативным проектам.

Республика Саха (Якутия)

С 2023 года АО «Корпорация развития Республики Саха (Якутия)» реализует проект коммуникационной поддержки региональной киноиндустрии «Якутское кино: от культурного феномена — к креативной индустрии-драйверу». С точки зрения трех ключевых целевых аудиторий стать индустрией-драйвером — это ответить на три разных запроса:

- стать образцом для других регионов;
- дать новые эффективные алгоритмы для кинобизнеса;
- выйти на качество международного уровня.

- Для трех ключевых аудиторий были собраны три основных направления проекта:
- развитие бренда;
- поддержка развития инфраструктуры;
- рост кассовых сборов.

Ключевыми направлениями развития бренда «якутское кино» в 2023 году стали информационное сопровождение федерального проката, успешное участие в Российских и международных конкурсах. Продвижение флагманских инфраструктурных проектов включало в себя прямое информирование Президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина, продвижение ресурсов креативного кластера «Квартал труда» в Якутске, демонстрацию потенциала технологии «Экстра Синема» и инициирование создания в Якутске кинопавильона полного цикла.

Кассовые сборы очень сильно зависят от интенсивности присутствия в медиа. Повышение числа публикаций было достигнуто прежде всего за счет введения двух элементов: обязательный шаблон сопровождения в медиа всех премьер локального кино, а также перенесение на региональное кино международных форматов текущей публичной статистики киноиндустрии по посещаемости и сборам.

В результате реализации объединенного коммуникационного проекта были получены убедительные результаты по всем трем направлениям, а сам проект удостоился национальной премии в области коммуникаций «Серебряный лучник».

Бренд якутского кино давно является лидерским в региональном кинематографе страны, поэтому в качестве повышенного ориентира несколько лет назад был выбран уровень упоминаемости брендов восточных кинематографов в отечественных средствах массовой информации и якутского регионального кино в их ряду. В 2023 году якутское кино в разы оторвалось от восточных кинобрендов по медиаприсутствию в отечественных средствах массовой информации, собрав более 4,5 тысячи публикаций против 4 тысяч у китайского, корейского, японского и индийского кино вместе взятых.

Мурманская область

«На Севере жить!» — стратегический план развития Мурманской области, утвержденный губернатором Андреем Чибисом. План включает концепцию развития культуры Мурманской области до 2030 года и предполагает создание условий профессионального и личностного роста для молодых специалистов, а также качественной социальной инфраструктуры.

Модернизация учреждений культуры. Среди ключевых объектов — реконструированные областные театры, новый культурный центр в Минькино, капитально отремонтированные дворцы и дома культуры в Кандалакше, Гаджиево и Умбе. Также обновлены фасады ДК «Строитель» в Североморске и Ловозерского национального центра. В Кировске, Оленегорске и Полярных Звездах оборудованы концертные и зрительные залы.

Поддержка творческих инициатив. За счет государственной поддержки в регионе издано 35 литературных произведений мурманских писателей, а также организована работа 36 негосударственных клубных формирований самодельного творчества. В общей сложности реализовано 65 проектов в сфере культуры и современного искусства.

Создание брендовых мероприятий. Событийная афиша региона пополнилась фестивалями и мероприятиями: «Арктическая сцена» и «Полярная сова» для театров, «Беломорье» с интеграцией молодежи в фольклор, «Северный характер» и «Талант» для кинематографистов.

В сфере креативных индустрий программа «На Севере — жить!» предусматривает, в частности, развитие кинопроизводства. Мурманская область предоставляет кинокомпаниям рибейты — субсидии, которые покрывают часть расходов на организацию съемочного процесса в регионе. Количество кинопроектов в Мурманской области увеличилось в семь раз. В 2025 году снят 31 кинопроект. Каждый вложенный рубль в кинопроизводство приносит региону 4,2 рубля.

13. Защита интеллектуальной собственности

Субъекты креативного предпринимательства зачастую не в полной мере используют потенциал интеллектуальной собственности для получения дохода. Это связано с недостаточной осведомленностью о юридических аспектах защиты нематериальных активов, недооценкой рисков и дополнительных расходов, связанных с их охраной. Несмотря на наличие законодательства об интеллектуальной собственности, его соблюдение и эффективное применение остаются проблемой. Пиратство, недостаточная осведомленность создателей о своих правах снижают стимулы к инвестициям и затрудняют монетизацию творческого труда. Интеллектуальная собственность, будучи должным образом защищенной, приобретает статус ликвидного нематериального актива, что открывает новые возможности для развития креативных индустрий.

Система защиты интеллектуальной собственности требует трансформации для стимулирования инновационного развития и поддержки креативных индустрий. Эффективная правовая охрана интеллектуальной собственности способствует

насыщению внутреннего рынка оригинальными отечественными продуктами, сервисами и контентом, а также открывает доступ к международным рынкам, создавая добавленную стоимость для конечного продукта.

Интеллектуальная собственность — ключевой актив и основа стоимости в креативных индустриях. Регионам рекомендуется создавать условия для преодоления низкой осведомленности предпринимателей о механизмах защиты и монетизации интеллектуальной собственности.

Рекомендуемый порядок действий для регионов:

1. Просвещение и консультирование.

Организовать постоянную работу «консультационных окон» по вопросам интеллектуальной собственности на базе опорной организации или центра «Мой бизнес», проводить регулярные мастер-классы и вебинары с привлечением патентных поверенных.

2. Финансовая поддержка. Внедрить меры по компенсации (частичной или полной) затрат субъектов креативного предпринимательства на регистрацию объектов интеллектуальной собственности (товарных знаков, патентов на промышленные образцы, программного обеспечения).

3. Создание центра компетенций по интеллектуальной собственности на базе опорной организации. Центр должен работать как «единое окно», предоставляя субъектам креативного предпринимательства пакет услуг: от первичной консультации и помощи в патентном поиске до сопровождения сложных сделок по отчуждению или лицензированию прав.

4. Проведение программ акселерации, фокусирующихся на коммерциализации интеллектуальной собственности. Помимо финансовой

Комментарий Агентства:

Недооценка вопросов интеллектуальной собственности — один из ключевых системных рисков для креативной экономики. Предприниматели и инвесторы часто фокусируются на создании продукта, упуская из виду юридическое оформление прав, что в будущем приводит к потере контроля над проектами, невозможности масштабирования и конфликтам. Регион, который создаст систему поддержки в этой сфере, получит преимущество, привлекая наиболее перспективные команды и капитал, готовый работать с долгосрочными нематериальными активами.

поддержки на регистрацию, критически важна помощь в построении бизнес-моделей во-круг защищенных объектов интеллектуальной собственности.

Шаг 13 Стандарта считается внедренным при соответствии одному из критериев (на выбор региона):

- реализуется регулярная программа образовательных мероприятий по вопросам интеллектуальной собственности для субъектов креативного предпринимательства, проведено не менее четырех мероприятий с момента подписания соглашения о внедрении Стандарта;
- действует региональная мера поддержки, компенсирующая субъектам креативного предпринимательства затраты на государственную регистрацию объектов интеллектуальной собственности.

Практики регионов

Тюменская область

АНО «Тюменское агентство развития креативных индустрий» реализует проект «Интеллектуальный суверенитет», в рамках которого креативные предприниматели могут получить бесплатную юридическую консультацию по защите

интеллектуальной собственности, а также подать заявку на компенсацию 50% затрат на регистрацию товарного знака.

Ульяновская область

Регион реализует пилотный проект «Цифровой депозитарий фольклорного наследия». Создается цифровая платформа, где фиксируются аутентичные образцы народного творчества (орнаменты, мелодии, сказки) с оформленными правами. Креативные предприниматели могут легально лицензировать этот контент для использования в современных продуктах (одежде, музыке, играх), что защищает культурное наследие от присвоения и дает основу для создания аутентичных региональных брендов.

Красноярский край

АНО «Сибирский институт развития креативных индустрий» в рамках адресной поддержки перспективных брендов включает обязательный аудит и стратегию защиты интеллектуальной собственности. Например, при подготовке красноярского бренда аксессуаров к выходу на рынок медицинских изделий эксперты СИРКИ проработали вопросы защиты уникального дизайна и оформления всей необходимой документации, что стало решающим фактором для положительного решения инвестора.

14. Инвестиции и развитие финансовых инструментов для креативных индустрий

На данный момент инвестиционные приоритеты акторов российского рынка капитала охватывают лишь сегменты креативных индустрий, традиционно ассоциируемые с устойчивыми бизнес-моделями, такими как разработка программного обеспечения, реклама и маркетинг (по результатам стратегической

сессии «Инвестиции в креативные индустрии» 2025 года).

По данным Агентства, в 2023 году из общего объема инвестиций в креативные индустрии (4 539 сделок) 85% были сосредоточены на более понятных и коммерчески обоснованных

сегментах, таких как программное обеспечение, реклама и пиар, в то время как оставшиеся 15% приходились на прочие креативные индустрии. Этот дисбаланс объясняется недостатком знаний и понимания специфики креативной экономики среди потенциальных инвесторов.

Проблема недостаточного финансирования креативных индустрий усугубляется ограниченным доступом к заемным средствам. Кредитование под залог интеллектуальной собственности, являющейся основным активом креативных компаний, рассматривается банками как высокорисковая операционная стратегия, что ограничивает возможности для привлечения капитала через традиционные финансовые механизмы.

Для преодоления данного дефицита необходимо активизировать работу с финансовыми институтами, а также стимулировать развитие экспертного сообщества, включающего продюсеров и специалистов по оценке креативных стартапов. Внедрение механизмов, способствующих более эффективной оценке креативных проектов, а также развитие инфраструктуры для привлечения инвестиций в креативные индустрии являются критически важными шагами на пути к устойчивому развитию данной отрасли.

В работе с креативными индустриями важно выстраивать системные партнерские взаимоотношения на региональном, федеральном и международном уровнях. При выборе приоритетных направлений необходимо сотрудничать с профильными ассоциациями, министерствами и ключевыми игроками отрасли. Это позволит регионам эффективно развивать креативные индустрии и привлекать инвестиции.

Например, если регион планирует развивать современную музыку, ему понадобятся индустриальные партнеры. Чтобы привлечь их, можно организовать ежегодную отраслевую конференцию. На мероприятии соберутся ключевые игроки в сфере современной музыки. Это поможет создать системную экспертную площадку в регионе. При формировании инфраструктуры также стоит привлечь партнеров, которые развивают отраслевую инфраструктуру.

Когда отрасль станет считать регион «своим», это стимулирует привлечение инвестиций и запуск знаковых проектов на его территории, а также формирует его бренд для конкретной отрасли на федеральном и международном уровнях.

Рекомендуемый порядок действий для регионов:

1. Анализ и упаковка проектов. Провести аудит инвестиционно привлекательных проектов в приоритетных креативных индустриях и сформировать «инвестиционные пакеты» с понятными бизнес-моделями и потенциалом роста.

2. Развитие финансовых инструментов. Стимулировать региональные банки и фонды к разработке специализированных кредитных и инвестиционных продуктов для креативного бизнеса, включая кредитование под залог прав на интеллектуальную собственность.

3. Работа с инвесторами. Организовать регулярные (не реже двух раз в год) питч-сессии с привлечением федеральных и международных венчурных фондов, бизнес-ангелов, корпоративных венчурных подразделений.

4. Создание сообщества. Запустить образовательные программы для инвесторов по специфике оценки креативных проектов и формировать региональное сообщество бизнес-ангелов.

Критерии соответствия шагу 14 Стандарта:

- сформирован и актуализируется реестр инвестиционно-привлекательных проектов в сфере креативных индустрий региона (не менее десяти проектов);
- регионом организовано и проведено не менее двух питч-сессий с презентацией проектов потенциальным инвесторам;
- при участии региональных фондов запущен как минимум один специализированный финансовый инструмент для субъектов креативного предпринимательства (например, льготный займ для стартапов, программа гарантийного фонда под залог интеллектуальной собственности).

Практики регионов

Республика Саха (Якутия)

Акселератор В8, реализуемый на базе Фонда развития инноваций Республики Саха (Якутия), позволяет ежегодно инвестировать в более чем 20 стартапов индустрии программного обеспечения.

Участники акселерационной программы имеют возможность получить инвестиции до 2 миллионов рублей в виде опциона, который дает Фонду развития инноваций Республики Саха (Якутия) возможность приобрести 5% в уставном капитале стартапа за 500 рублей в течение трех лет. Набор в акселератор осуществляется два раза в год. Каждый набор охватывает около десяти компаний.

Новгородская область

Новгородский фонд развития креативной экономики совместно с ПАО «Акрон» реализует модель «грант + заем». Предоставление стартового гранта (до 300 тысяч рублей) позволяет протестировать гипотезу, а последующий льготный грант «Креативная экономика» по льготной ставке 5% годовых на срок до трех лет, созданный совместно с Новгородским фондом поддержки предпринимательства (до 1 миллиона рублей), масштабировать успешный проект. Такая схема увеличила выживаемость бизнесов до 85% и снизила риски для фонда.

Краснодарский край

Микрозайм «Кино» предоставляется «Фондом микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства Краснодарского края». Получателями микрозайма являются субъекты малого и среднего предпринимательства, зарегистрированные на территории Краснодарского края, осуществляющие предпринимательскую (хозяйственную) деятельность в сфере кинематографии, признанные таковыми в соответствии с критериями, установленными в Федеральном законе от 22 августа 1996 года № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации». Сумма микрозайма составляет от 100 тысяч рублей до 5 миллионов рублей (включительно), ставка — 3% годовых. Микрозайм предоставляется на срок от 3 до 36 месяцев (включительно), и его можно направлять на приобретение оборудования и оплату услуг.

