

Ключевой целью исследования является выявление и картирование креативных кластеров, располагающихся на территории Российской Федерации.

Исследование проводилось с октября 2021 по март 2023 года и включало несколько этапов:

1. Сбор первичного реестра объектов и организаций, в отношении которых есть прямые или косвенные указания о принадлежности к креативным кластерам. В данный реестр вошли действующие на момент 2022 года объекты и организации, не действующие и планируемые к открытию до 2030 года объекты, в отношении которых имеются текстовые указания (слова-маркеры), позволяющие предварительно отнести эти объекты и организации к креативным кластерам. К таким словам-маркерам отнесены словосочетания: «креативный кластер», «арт-кластер», «творческий кластер». Также в первичный реестр отдельно были включены объекты и организации, имеющие узкопрофильную специализацию в сфере креативных индустрий, по следующим словам-маркерам: «ИТ (IT)-кластер», «ИТ-парк», «научный кластер», «научно-образовательный кластер», «образовательный кластер».

Для поиска объектов по словам-маркерам были использованы следующие источники:

- публичное позиционирование объектов, в наименовании и/или описании объектов на их официальных web-сайтах и страницах социальных сетей указаны слова-маркеры;
- имеется неоднократное упоминание в публикациях СМИ в отношении объектов характерных слов-маркеров;
- имеется упоминание в новых медиа (каналы блогеров, социальные сети) в отношении объектов характерных слов-маркеров;
- имеется упоминание со стороны представителей органов власти в публичных заявлениях или в официальных документах органов власти.

По итогам первого этапа был сформирован перечень из 300 объектов и организаций, в отношении которых есть прямые или косвенные указания о принадлежности к креативным кластерам.*

*Примечание: В исследовании не были изначально учтены четыре строящихся культурных кластера в городах Севастополь, Кемерово, Калининград и Владивосток⁶⁶ и десять Инновационных научно-технологических центров (ИНТЦ)⁶⁷ с связи с тем, что реализация и управление данных территорий предполагает в результате дробление имущественного комплекса между различными операторами для случая культурных кластеров и собственниками (инвесторами), получающими налоговые и иные преференции за счет размещения своих объектов на данных территориях, для случая ИНТЦ.

В исследовании не было учтено большинство технопарков, несмотря на

значимую долю присутствия в них резидентов в сфере IT и НИОКР, в связи с отсутствием у них профильной специализации по размещению резидентов из сферы КИ и сильным акцентом на формировании пула резидентов из производственной и промышленной сфер.

Также, исследованием не рассматривались креативные районы/кварталы и их подвид - культурные районы/кварталы - по причинам, указанным в отношении культурных кластеров, как не имеющие единого оператора и/или единой управляющей компании.

2. Сбор и детализация информации по каждому выявленному по словам-маркерам объекту и организации по следующим показателям:
 - 2.1. Установление связей как таковых (наличие у организации имущественного комплекса/объекта в управлении и/или владении) и типа отношений (аренда, владение, оперативное управление и т.п.) между выявленными объектами и организациями. Определяется по данным публикаций в СМИ, интервью представителей УК, данным системы СПАРК-Интерфакс, данным ЕГРН, документов и публикаций, размещенных в социальных сетях и web-сайте объекта.
 - 2.2. Данные об УК (организации, в отношении которых была установлена связь с объектами и тип отношений) по состоянию на 2022 год (действующие/недействующие), включающие финансовые показатели по выручке в период с 2010 по 2021 гг., уплаченным налогам за 2021 г., среднесписочной численности работников, регистрационным данные ЮЛ.
 - 2.3. Статус объекта на 2022 год: действующий, недействующий, планируемый. Данные физического наблюдения, публикации в СМИ, официальных заявлений в социальных сетях и web-сайте объекта и/или организации.
 - 2.4. Площадь объекта в м² (общая площадь, арендопригодная площадь, общественная и техническая площади, объем вакансии, площадь, отведенная под размещение КИ, площадь, занимаемая шеринговой инфраструктурой);
 - 2.5. Данные по земельным участкам, на которых располагается объект (кадастровый номер, площадь в Га, кадастровая стоимость);
 - 2.6. Данные о численности и составе резидентов объектов;
 - 2.7. Данные о общей посещаемости объектов - за 2021 г. или при наличии среднегодовой посещаемости;
 - 2.8. Данные о количестве публичных мероприятий, проведенных на территории объектов;
 - 2.9. Форма собственности: частная, федеральная, региональная, муниципальная или смешанная, для случаев, когда имущественный комплекс находится в собственности как у государственных, так и у частных собственников;
 - 2.10. Данные о размере средних арендных ставок на объектах и в окружении.
 - 2.11. Расчетные данные о предельном размере выручки от управления объектами на основе данных об арендопригодной площади и средней арендной ставке
 - 2.12. Данные о произведённых инвестициях в объекты.
 - 2.13. Данные о социальных сетях и web-сайтах организаций и объектов.

⁶⁶ Фонд Национальное культурное наследие: <http://www.fondnkn.ru/>

⁶⁷ Сайт Министерства экономического развития Российской Федерации: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d01/razvitie_sistemy_gosudarstvennoy_podderzhki_innovaciya_v_subektah/intc/

По итогам второго этапа были исключены 29 организаций, являющихся ассоциациями и не имеющих в своем управлении и/или владении единого имущественного комплекса, и 4 несостоявшихся объекта, которые не открылись.

3. Введение системы критериев для объектов и их УК, претендующих на получение статуса креативного кластера.

На основе совокупности данных, полученных в результате проведенного анализа, включающего в себя изучение:

- создания и развития креативных кластеров как в России, так и за ее пределами,
- успешных практик,
- подходов к определению понятий «креативный кластер», «креативное пространство», «третье место», а также множества других, активно используемых в настоящее время для обозначения концентрации представителей креативных индустрий,
- тенденций развития креативных (творческих) пространств, их влияние на развитие тех или иных направлений креативных индустрий,
- эффектов от присутствия креативных кластеров в городской среде,
- роли креативных кластеров в создании комфортных условий для развития креативных индустрий в городах и регионах России,

авторами была разработана уникальная система критериев, позволяющая выявить наличие ключевых отличительных признаков креативного кластера у рассматриваемого объекта и на основе их оценки определить статус такого пространства.

Итоги исследования продемонстрировали, что модель креативного кластера может присутствовать и успешно функционировать в течение длительного времени на различных объектах. При этом минимальная площадь таких пространств не может быть менее 1000 кв.м*, а на территории должен быть обеспечен баланс отличительных признаков креативного кластера. Чем больше площадь пространства, тем выше концентрация представителей креативных индустрий, тем шире спектр активностей управляющих компаний, тем значительнее влияние креативного кластера как на окружающую городскую среду, так и на городскую политику в этой отрасли. Поэтому для классификации креативных кластеров России были использованы следующие статусы:

- федеральный масштаб
- региональный масштаб
- местный (локальный) масштаб

Примечания: Ограничение по отбору объектов площадью не менее 1000 м² введено на основе наблюдения функционирования более 300 «третьих мест» и, в частности, креативных (творческих) пространств в РФ авторами исследования. Основными ограничениями данных пространств являются пространственные ограничения роста числа резидентов и обеспечения мультисервисности и мультифункциональности этих площадок. Функционирование таких объектов ставит при реализации их бизнес-модели сложный выбор либо в пользу развития общественной (шеринговой) инфраструктуры, либо в пользу плотного размещения резидентов, что не способствует формированию полноценной экосистемы кластера и не удовлетворяет в полной мере потребностям самих резидентов, их клиентов и посетителей.

Приведем пример расчета для объекта площадью менее 1000 м² для обоснования принятого решения. Возьмем объект площадью 800 м².

Общая площадь объекта	800 м²	
Коридорный коэффициент – 0,3	- 240 м²	Согласно данным Ассоциации владельцев и управляющих зданиями (международной общественной организации, регламентирующей отраслевые стандарты рынка коммерческой недвижимости BOMA (Building Owners and Managers), коридорный коэффициент ⁶⁸ варьируется в зависимости от типологии здания от 0,1 до 0,3, что снижает арендопригодную площадь объекта.
Минимальная шеринговая инфраструктура	- 110 м²	Конференц-зал на 100 человек, по расчетному показателю площади на одно место, не менее 1,1 м², согласно СП 118.13330.201226.
Объекты питания 25% от арендопригодной площади	- 112,5 м²	Два максимум три кафе или один кафе-ресторан. Площадь зала кафе на 20 посадочных мест (5 столов) составит по нормам не менее 1,6 м² на одно посадочное место в зале, а с учетом обслуживающих площадей (дополнительно 30% к площади зала) общая площадь кафе составит 41,6 м²
Объекты торговли 25 % от арендопригодной площади	- 112,5 м²	Один, максимум два объекта торговли , комплиментарных креативным индустриям
Площадь для размещения профильных резидентов из сферы креативных индустрий 50% арендопригодной площади	- 225 м²	Среднесписочная численность предприятия из сферы КИ согласно данным Атласа креативных индустрий РФ составляет 4 работника. Исходя из нормативов обеспечения рабочего пространства не менее 6 м² на одного работника можно предположить, что одно предприятие из сферы креативных индустрий будет занимать не менее 24 м² арендопригодной площади в креативном кластере. Что в данном случае будет эквивалентно 9 предприятиям – ниже порогового минимума согласно критериям.

Таким образом можно предположить, что объект площадью менее 1000 м² может, за счет усилий УК, стать соответствующим статусу КК по минимальным показателям критериев, однако на практике среди рассмотренных объектов такое практически не встречается.

⁶⁸ Ассоциация СтатПиелт: <https://statielt.ru/analiz-rynka/57-otsenka/stati-po-teme-otsenki-nedvizhimosti/666-koridornyj-koeffitsient-koeffitsient-arendoprigojnoj-ploshchadi>

Также данный тезис подтверждается стремлением объектов площадью менее 1000 м² к реализации формата «третьего места».

** Авторами исследования в дальнейшем планируется при уточнении информации об объектах заменить данный критерий на долю (%) от общей площади объекта занимаемой инфраструктурой коллективного пользования (шеринговой инфраструктуры).

*** Авторами исследования в дальнейшем планируется при уточнении информации об объектах заменить данный критерий на долю (%) арендопригодной площади объекта, занимаемой профильными резидентами, из сферы креативных индустрий.

Креативные кластеры федерального масштаба создаются на значительных территориях (свыше 10 000 кв.м), имеют существенную концентрацию представителей креативных индустрий (более 50), представители кластера (управляющая компания, резиденты) принимают активное участие в популяризации модели креативного кластера, создании системных мер поддержки представителей креативных индустрий в целом или в отдельно взятом направлении.

Креативные кластеры регионального масштаба располагаются в пространствах 2 500 - 10 000 кв.м, где присутствуют не менее 25 представителей креативных индустрий, представители кластера интегрированы в городскую или региональную общественную повестку.

Креативные кластеры местного (локального) масштаба, в первую очередь, нацелены на работу с отдельными резидентами, создание для них комфортных условий, активно взаимодействуют с местным сообществом.

Пространство и концентрация представителей креативных индустрий определяют потенциал креативного кластера. Развитость ключевых аспектов креативного кластера позволяет говорить о максимально эффективном использовании такой модели. В одном городе могут присутствовать несколько креативных кластеров разного масштаба.

Итак, исходя из данного авторами Атласа определения понятия “креативный кластер” был сформирован перечень из 9 критериев, каждому из которых был присвоен вес в баллах (см. таблица 2):

1. Минимальная площадь креативного кластера (кв.м) *
2. Наличие вспомогательной инфраструктуры коллективного пользования (шеринговая инфраструктура) (ед.) **
3. Число профильных резидентов - ЮЛ, ИП и самозанятые из сферы КИ (ед.)
4. Доля профильных резидентов от общего числа (ЮЛ, ИП и самозанятые из сферы КИ) (%)***
5. Публичное позиционирование пространства как креативного кластера, выбор и представление в публичном поле базовой специализации
6. Предоставление мер поддержки профильным резидентам
7. Событийная активность КК по направлениям креативных индустрий, реализация культурных и социально-ориентированных проектов, их освещение в СМИ и социальных сетях
8. Наличие и поддержка виртуальной инфраструктуры КК и его резидентов: сайт, социальные сети, собственные СМИ и т.п.
9. Экспертное участие в развитии креативных индустрий в городе/регионе представителей управляющей компании, профильных резидентов креативного кластера (собственники, сотрудники профильных резидентов, профильные резиденты, представители органов управления)

По результатам оценки по обозначенным критериям креативными кластерами признаются объекты, набравшие вес в диапазоне от 60 до 100 баллов.

В зависимости от числа набранных баллов в указанном диапазоне (таблица 2), креативному кластеру присваивается соответствующий статус:

- от 60 до 74 баллов – КК местного значения
- от 75 до 84 баллов – КК регионального значения
- от 85 до 100 баллов – КК федерального значения

Для объектов, набравших вес в диапазоне от 50 до 59 баллов был присвоен статус “прото-креативный кластер”. Авторы подчеркивают, что такие пространства имеют потенциал к формированию на своей территории полноценного креативного кластера при дальнейшем наращивании необходимых функций или отличительных характеристик.*

* Примечание: объекты, получившие статус прото-креативных кластеров, также исключались из исследования. Однако, обобщенная информация о них представлена для сравнения с обобщенными данными по всему кругу установленных КК в разрезе РФ и округов (см. главу 3 и 4).

Таблица 2

	Статус	КК федерального значения		КК регионального значения		КК местного значения	
		от 85 до 100 баллов		от 75 до 84 баллов		От 60 до 74 баллов	
	Критерии	Условие критерия	балл	Условие критерия	балл	Условие критерия	балл
Пространственные критерии	1. Минимальная площадь КК (м²)	от 10 000 м²	15	от 2 500 до 9 999 м²	10	от 1 000 до 2 499 м²	5
	2. Наличие вспомогательной инфраструктуры коллективного пользования (шеринговой инфраструктуры) (ед.) *	от 5-ти единиц	10	от 2-х до 4-х единиц	7,5	1-на единица	5
Резидентные критерии	3. Число профильных резидентов (ЮЛ, ИП и самозанятые из сферы КИ) (ед.)	от 50	15	от 25 до 49	10	от 10 до 24	5
	4. Доля профильных резидентов от общего числа (ЮЛ, ИП и самозанятые из сферы КИ) (%)**	40% и более	17,5	30% - 39%	15	25% - 29%	12,5
Программные критерии	5. Публичное позиционирование как КК, определена и заявлена базовая специализация	1. Публично заявлено позиционирование как креативного кластера или использован смежный термин 2. Определена базовая отраслевая и/или кросс-отраслевая специализация (арт, архитектура, дизайн и пр.) 3. Присутствует творческая (креативная) визуальная коммуникация территории объекта (арт объекты, муралы, индивидуальные решения фасадов зданий, праздничное оформление общественных пространств и т.п.) Прим. присутствуют все три пункта из трех.	10	тоже Прим. присутствуют два пункта из трех	5	тоже Прим. присутствует один пункт из трех	2,5

Программные критерии	6. Имеются меры поддержки профильных резидентов (ЮЛ, ИП и самозанятые из сферы КИ)	1. Проводится системная политика отбора комплиментарных резидентов, усиливающих друг друга, согласно специализации объекта и/или отраслевой тематике 2. Реализуются особые экономические условия для профильных резидентов (льготы, отсрочки платежей, каникулы, немонетарные форматы поддержки, иное) 3. Проводятся программы нетворкинга и построения сообщества творческих (креативных) индустрий 4. Проводятся консультации по направлениям деятельности профильных резидентов (поддержка в части ведения бизнеса, консультирование по инструментам гос. поддержки и грантов, иное) 5. Регулярно проводятся совместные с профильными резидентами мероприятия по презентации и продвижению их товаров и услуг 6. Реализуются партнерские программы с профильными резидентами 7. Иное	10	1. Политика отбора комплиментарных резидентов, усиливающих друг друга проводится без явного акцента на специализации всего кластера 2. _ _ _ 3. Проводятся программы нетворкинга и построения сообщества творческих (креативных) индустрий 4. _ _ _ 5. Регулярно проводятся совместные с профильными резидентами мероприятия по презентации и продвижению их товаров и услуг 6. Реализуются партнерские программы с профильными резидентами	7,5	1. Политика отбора комплиментарных резидентов, усиливающих друг друга, проводится путем самоорганизации резидентов без явного акцента на специализации всего кластера. 2. _ _ _ 3. _ _ _ 4. _ _ _ 5. Эпизодически проводятся совместные с профильными резидентами мероприятия по презентации и продвижению их товаров и услуг 6. Эпизодически реализуются партнерские программы с профильными резидентами	5
	7. Имеется событийная активность КК по направлениям креативных индустрий, а также реализация культурных и социально-ориентированных проектов, и их освещение в СМИ и соц. сетях. ***	Регулярное проведение публичных мероприятий УК и/или резидентами и/или третьими лицами (в год проводится более 70 мероприятий или в среднем 6 и более мероприятий в месяц). Ведется освещение мероприятий резидентов через соц. сети УК и СМИ.	10	Нерегулярное проведение публичных мероприятий УК и/или резидентами и/или третьими лицами (в год проводится от 50 до 69 мероприятий или в среднем 4 - 5 мероприятий в месяц). Ведется освещение мероприятий резидентов через соц. сети УК и СМИ.	7,5	Эпизодическое проведение публичных мероприятий УК и/или резидентами и/или третьими лицами (в год проводится от 20 до 49 мероприятий или в среднем 2 - 3 мероприятия в месяц). Ведется освещение мероприятий резидентов через соц. сети УК и СМИ	5
	8. Наличие и поддержка активной виртуальной инфраструктуры КК и его резидентов: сайт, социальные сети, собственные СМИ и т.п.	Страницы КК в социальных сетях регулярно обновляются. Зарегистрировано более 3-х коммуникационных каналов в соц. сетях), есть веб-сайт.	7,5	Страницы КК в социальных сетях регулярно обновляются. Зарегистрировано более 3-х коммуникационных каналов в соц. сетях), нет веб-сайта.	5	Страницы КК в социальных сетях не регулярно обновляются. Зарегистрировано от 1 до 2-х коммуникационных каналов в соц. сетях), наличие веб-сайта опционально.	2,5

Программные критерии	9. Управляющая компания, резиденты креативного кластера (собственники, сотрудники проф. резидентов, проф. резиденты, представители органов управления) осуществляют экспертное участие в развитии креативных индустрий в городе/регионе.	УК и/или резиденты КК осуществляют экспертное участие в развитии творческих (креативных) индустрий на федеральном уровне (на всех административных уровнях): 1. представляют интересы КИ на мероприятиях всех уровней и/или организуют их самостоятельно 2. участвуют в совершенствовании законодательства, 3. привлекают частные, НКО и гос. средства в развитие творческих (креативных) индустрий, 4. участвуют в составлении документов стратегического развития КИ, туризма и отраслей КИ, 5. участвуют и/или организуют встречи органов власти, бизнеса и представителей творческих (креативных) индустрий, 6. публично представляют кластер в медиа.	5	УК и/или резиденты КК осуществляют экспертное участие в развитии творческих (креативных) индустрий на региональном уровне (в т.ч. на местном уровне): 1. представляют интересы КИ на региональных мероприятиях и/или организуют их самостоятельно 2. участвуют в совершенствовании регионального законодательства, 3. участвуют в составлении документов стратегического развития КИ, туризма и отраслей КИ своего региона. 4. участвуют и/или организуют встречи органов власти, бизнеса и представителей творческих (креативных) индустрий 5. публично представляют кластер в местных и региональных медиа.	2,5	УК и/или резиденты КК осуществляют экспертное участие в развитии творческих (креативных) индустрий на региональном уровне (в т.ч. на местном уровне): 1. представляют интересы КИ на местных мероприятиях и/или организуют их самостоятельно 2. участвуют и/или организуют встречи органов власти, бизнеса и представителей творческих (креативных) индустрий 3. публично представляют кластер в локальных медиа.	1

* В дальнейшем при уточнении информации об объектах данный критерий будет заменен на долю (%) от общей площади объекта, занимаемого инфраструктурой коллективного пользования.

** В дальнейшем при уточнении информации об объектах данный критерий будет заменен на долю (%) арендопригодной площади объекта, занимаемого профильными резидентами из сферы креативных индустрий.

*** Событийная активность креативного кластера, направлена на популяризацию места, товаров и услуг резидентов, наращиванию трафика, просвещению целевых аудиторий, повышению интенсивности обмена ресурсами и информацией на территории, популяризацию локальных брендов и т.п. Активность ведется УК, резидентами, третьими заинтересованными лицами самостоятельно или во взаимодействии.

Примечание. Для объектов, с момента открытия которых прошло менее 1-ого года, по критериям 3 и 4, в случае наличия профильных резидентов ниже минимального значения в 10 ед. и/или менее 25% от общего числа резидентов, и/или числа проведенных мероприятий ниже 20 единиц, устанавливается минимальный балл.

По 267 объектам была проведена балльная оценка согласно представленной системе критериев. По итогам данного этапа из дальнейшего исследования были исключены 16 объектов, в отношении которых было установлено, что общая площадь каждого из объектов составляет менее 1000 м²*. Также были исключены 67 объектов, набравшие по критериям менее 50-ти баллов, как не являющиеся креативными кластерами и прото-креативными кластерами.

Согласно системе распределения баллов по критериям, среди действующих на 2022 год объектов статус креативного кластера получили 85 объектов, а также 17 ИТ-кластеров и 5 научных и образовательных кластеров.*

* Примечание: Выявленные и получившие статус креативного кластера согласно критериям оценки ИТ-кластеры, Научные и образовательные кластеры (НО) как кластеры с узко отраслевой специализацией, в рамках данного исследования отражены только в формате обобщённых данных для сравнения с обобщенным показателями выявленных креативных кластеров на федеральном и окружном уровнях. Данное решение обусловлено высокой степенью наличия аналитических и исследовательских публикаций, а также программ и законодательства, описывающих деятельность данных кластеров.

Также в результате оценки было выявлено 30 действующих на 2022 год прото-креативных кластеров, что позволяет предположить, что данные объекты в перспективе при работе их УК могут потенциально развиваться до полноценных креативных кластеров.

Сводные данные по распределению всех рассмотренных объектов по итогам 3-х этапов приведены в Таблице 3.

Таблица 3. Сводная таблица распределения рассмотренных объектов и организаций

Рассмотренные объекты и организации по типам	Действующие в 2022 году	Планируемые до 2030 года	Закрытые до 2022 года	Итого рассмотренных объектов и организаций
Объекты, соответствующие статусу КК, по сумме набранных баллов по критериям	85	19	8	112
Объекты, соответствующие статусу прото-КК, по сумме набранных баллов по критериям	30	0	4	34
Объекты, НЕ соответствующие статусу КК, по сумме набранных баллов по критериям	50	3	7	60
Объекты не запустившиеся/не открывшиеся	4	0	0	4
Объекты, исключенные, как не соответствующие критерию минимальной площади	14	1	0	15
ИТ-кластеры	17	14	0	31
Научные и образовательные кластеры (НО)	5	2	0	7
не ИТ-кластеры	7	0	0	7
Исключенные ИТ и НО кластеры, как не соответствующие критерию минимальной площади	0	0	1	1
Ассоциации	28	1	0	29
ИТОГО				300

Итоговый реестр объектов, которым, согласно методике оценки, был присвоен статус креативного кластера, составил 85 объектов. Далее, в главах 3 и 4 вы сможете найти сводные данные, рассчитанные по данным кластерам в сравнении с другими сегментами рынка коммерческой недвижимости и подробные профили каждого из них, раскрывающие историю, управленческие, экономические, социальные и медиа показатели объектов.