

**Третья ежегодная международная конференция
«Роль креативных индустрий
в социально-экономическом развитии туристских территорий,
в том числе входящих в Сеть творческих городов ЮНЕСКО».**

Протокол

12.30 -14.00

Сессия 5:

«Туристско-культурные коды источники вдохновения креативных городов»

Модератор:

Ольга Хомова, генеральный директор ГБУК «Государственная академическая капелла Санкт-Петербурга», председатель правления Союза концертных организаций России, руководитель центра креативной индустрии

Приглашенные спикеры:

- Бетехтин Алексей, Министр культуры Челябинской области, (Российская Федерация, Челябинск)
- Аюпова Ирада, министр культуры Республики Татарстан (Российская Федерация, Казань)
- Брызгалов Михаил, генеральный директор Российского национального музея музыки, президент Ассоциации музыкальных музеев и коллекционеров, заслуженный деятель искусств (Российская Федерация, Москва)
- Андреева Татьяна, заместитель директора по развитию ГМЗ «Царское Село», (Российская Федерация, Санкт-Петербург)
- Агоссаду Борис, Представитель ЮНЕСКО (Бенин, Бохикон)
- Минков Виктор - директор СПб ГБУК «Академический драматический театр им. В.В. Комиссаржевской», (Российская Федерация, Санкт-Петербург)
- Базалева Наталья - исполнительный директор, художественный руководитель Государственной филармонии Республики Саха (Российская Федерация, Республика Саха, Якутия)
- Танонов Антон, художественный руководитель фестиваля современной музыки «Петербургские дожди», председатель Петербургского союза композиторов, (Российская Федерация, Санкт-Петербург)
- Черкас Елена, руководитель дирекции «Ульяновск-литературный город UNESCO». Заместитель председателя региональной комиссии Ульяновской области (Российская Федерация, Ульяновск)

Участники сессии представили свои доклады и презентации по тематике круглого стола.

Итоги заседания:

1. Роль культурного наследия и творческого потенциала городских пространств в развитии туризма невозможно переоценить
2. Исторические, архитектурные и творческие особенности городов становятся источником вдохновения для креативных индустрий и привлекают туристов.
3. Культурные коды и локальная идентичность формируют брендинг туристических направлений, а креативные индустрии наполняют дополнительными смыслами.
4. Создание аутентичных туристических маршрутов и локальных креативных мероприятий делают дестинации более привлекательными для туристов
5. Туристические маршруты являются средством продвижения локальных культурных кодов далеко за пределы их формирования (например, продвижение литературы)