

Проект события МИР ЛОФТА: ЖИЗНЬ ИЗНУТРИ



Авторы: Макарова Анастасия, Кискина Татьяна,
студентки РГПУ им. Герцена, 3 курс, Институт
экономики и управления, специальность «Туризм»
Научный руководитель: Анисимов Тимур Юрьевич

Цель

- организация ежегодного фестиваля, который объединяет все ЛОФТЫ и современные музеи города до декабря 2016 года



Миссия проекта

- соединение разных групп молодежи, консолидация творческих групп
- организация полноценного фестиваля, и в последствии «творческой» сети, которая увеличит турпоток молодежи



Видение события

- наличие полноценной сети
плотноразвивающихся кластеров
творческих пространств,
осуществляющих и помогающих
путешественникам и взаимодействию
молодежи

Целевая аудитория события

- В основном молодежь от 16 – 35
- И все те, кто в душе еще совсем молод



Социальные потребности, на удовлетворение которых направлено событие

- Духовные – самовыражение, познание и самоидентификация
- Необходимость общения
- Совместная деятельность
- Привлечение к проблемным вопросам (забота о других и внимание к себе)

Концепция / идея события

- Смысл – правило игры
«открытые дни» лофтов – на примере библионочи и ночи музеев, а так же открытых дверей в ВУЗах
- проведение мероприятий по городу, заключающееся в 1 или более днях проведения фестиваля.

- 
- Не секрет в том, что у нас в городе уже много творческих пространств, они абсолютно разные – но ключевое то, что там собирается молодежь – общительные и творческие люди
 - Наша задача – их объединить



В современные лофтах можно найти очень много. Мы постарались выделить общее:

- кафе/бары/антикафе/клубы/кальянные/квесты/кинотеатры
- фитнес-клубы, салоны красоты и спа
- хостелы
- магазины (чего угодно!)
- музеи/галереи с выставками
- офисы/образовательные курсы/лекторий

- 
- Из чего мы и можем сделать вывод – из такого места – где есть всё – можно в целом и не выходить – «дом–коммуна»
 - Для молодых туристов – в целом не важно где остановиться – обычно это хостелы ; здесь же они узнают куда можно сходить и куда сходить обязательно – тут формируется представление о городе , а это ведь крайне важно!

- 
- С помощью фестиваля мы планируем повысить туристический поток города, причем с помощью одной из самых “подвижной” социальной группы населения – молодежи
 - Многие бывали в Петербурге, но не многие видели его таким – много активностей, выставок и прочего ждет гостей фестиваля – еще один повод посетить культурную столицу, с уже привычными её архитектурными достижениями.

Визуализация – творческие пространства в Санкт-Петербурге



Этап 1

- Проведение маркетингового исследования и анализа рынка (Анализ зарубежного опыта и опыта в других городах работы с лофтами)
- Общение с владельцами и работниками лофтов
- Составление плана организации этапов и самого мероприятия

Этап 2

- Поиск участников и партнеров
- Корректировка плана
- Поиск инструментов для рекламы

Этап 3

- Согласование на уровне города
- Согласование работы с партнерами, участниками
- Работа с PR и рекламой

Этап 4

- Проведение подготовительных работ
- Активная рекламная кампания

Этап 5

- Проведение мероприятия
- Подведение выводов

График реализации



Необходимые ресурсы для организации события,

1. Люди:

- Структурированная команда организаторов(службы)
- Дирекция лофтов
- Те, кто позволят провести мероприятие на городском уровне
- Рекламщики и пиар-компания
- Участники фестиваля
- Волонтеры

2. Денежные средства

3. Канцелярия (бумага и проч.)

Предполагаемые участники(более 20)

- Креативное пространство ТКАЧИ
- Пространство Флигель
- Творческое Пространство ПАЛЬМА
- ЛОФТ ПРОЕКТ ЭТАЖИ
- Пушкинская 10
- АРТ-МУЗА(13 линия)
- Эрарта
- Музей уличного искусства

Бюджет.

Учет средств



- Доход –Реклама; поиск возможных средств – платный/бесплатный вход; средства из госбюджета – из министерства Культуры
- Расход – печать плакатов и прочего с логотипом фестиваля(на деньги от партнёров) ;
- Продумать какой процент от выручки платит организация(лофт), которая участвует в фестивале – или же это будет без оплаты

Литература

- <https://vk.com/travafestival>



СПАСИБО
ЗА

