



### Миссия (ответ на вопрос «Зачем Одесса миру?»)

- Город вдохновения

### Позиционирование

- Город, который вдохновляет.
- Odessa. The City, That Inspires You

### Ценности, формирующие одесскую культуру (что важно для одессита?)

- **Творчество** – повсюду: в особом взгляде на обыденные вещи, в юморе, музыке, литературе и искусстве, находящее выражение в предпринимательстве, кулинарии, нюансах отношений. Особое одесское выражение ценность творчества находит в общительности, «говорливости» - желание рассказывать истории, давать советы – это очень по-одесски. Отсюда писатели, сатирики, комики, спикеры и все такое. Одесская эмоциональная щедрость в комплекте с самоиронией и необходимостью «как-то уживаться» рождает знаменитый одесский юмор. Одесситы – сатиричны, остры на язык и тем замечательны.
- **Вдохновение!** Вдохновение разлито в атмосфере Одессы как воздух – местные привыкли, не замечают. А вот гости... Одесса «цепляет» творческие струны своих гостей.
- **Отношения.** Одесситы ценят и умеют выстраивать отношения – это проявляется в специфическом «радушии на дистанции», умении жить и уживаться вместе.
- **Свобода.** Да, пока у нас не свобода, а скорее «вольница», Порто-Франко, стремление ни от кого не зависеть и быть немного центром мира. Ценность может проявляться в «незрелых» формах – это как раз тот случай, вызов для внутреннего роста. И все же в Одессе есть атмосфера свободы – например, свободы в самовыражении, свободы от каких-то социальных шаблонов – в том, как люди одеваются, как себя ведут, насколько расслаблены - на взгляд приезжего. Одесская «провинциальность», предъявляя одесситам свои рамки, провоцирует их на внутреннюю и внешнюю эмиграцию - тоже ради реализации ценности «свобода»
- **Комфорт** - одесситы не умеют, не любят некомфортно, некачественно жить. Вместе с «творчеством» «комфорт» породил одесский «культ еды», который поддерживает экономику города.

«Жить в Одессе — значит признать, наконец, что тебе разонравилось страдать. Жить в Одессе и страдать — это немножко смешно, как приехать в пятизвездочный отель с



кипятильником и плащ-палаткой. Все уже, выдохни. Попускайся. Посиди погрейся, это бесплатно» Вера Полозкова

- **Признание.** Наиболее ярко выражается сейчас в стремлении выделиться, быть особыми, не такими, как все остальные! «Я – это совсем другое дело!» Для гостей города это тоже важно – их признают. Для них тоже найдется внимание, место и время.

## МАРКЕТИНГ ГОРОДА (РАБОЧАЯ ВЕРСИЯ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ)

### Маркетинговая стратегия:

Позиционировать город как территорию, среду, в которой человек (турист) может комфортно рождавать идеи, думать, творить, находить нестандартные решения. Город с высокой степенью толерантности, с яркими событиями, самобытными фестивалями и культурой, побуждающей открываться новому, чтобы мыслить, чувствовать, изобретать, создавать...

- Место, где начинаются истории, где у каждого есть о чем рассказать;
- Город, в котором ты непременно создашь что-то, придумаешь, проявишь свою творческую сторону: напишешь свою первую картину, сочинишь песню, выступишь на стендап-сцене и т.п.

### Что это означает для основных целевых аудиторий?

- Туристы из Украины, России и других стран СНГ:  
Одесса как «глоток свежего воздуха свободы и творчества»
- Туристы из других стран мира:  
Одесса как жемчужина восточноевропейского многонационального искусства (как традиционного, так и современного) и средиземноморского стиля жизни. Новая точка на карте для тех, кто пресытился популярными европейскими городами.
- Инвесторы (внутренние и внешние):  
Возможность сделать бизнес на платформе «Креативного города (см. [статью](#) «Креативный город» на сайте [Wikicitynomica.org](http://Wikicitynomica.org) ).
- Приезжающие на постоянное место жительства граждане России и других стран (эта целевая аудитория становится важной на втором этапе):  
Возможность жить и работать в творческой среде.



Идея «города, который вдохновляет» может быть поддержана властью (льготы, стратегия застройки, благоустройство, организация масштабных мероприятий), бизнесом (от атмосферы и сервиса до интерьера), интеллигенцией (сама быстро разберется что к чему)

**Самый главный продукт Одессы – это атмосфера, пробуждающая вдохновение, продуцирующая впечатления, на которых можно и нужно зарабатывать.**

Из каких деталей складывается вдохновляющая атмосфера?

- **Дизайн и функциональное наполнение городской среды.** Чтобы вдохновлять, нужно создавать в городской среде что-то наводящее на размышления.
  - Городская архитектура;
  - Парки, тематические парки и современные творческие рекреационные зоны (нужна городская стратегия восстановления и развития парковых зон). Именно парки (где есть простор) могут стать местами «наводящими на размышления»;
  - Современное искусство, креативная городская скульптура, временные инсталляции (можно привлекать вики-мастеров-энтузиастов со всего мира для проектирования, реализации, инсталляций своих самых смелых проектов);
  - Специализированные креативные пространства: клубы, культурные центры, публичные пространства с «точками сбора» художников, музыкантов, поэтов, ...
  - Арт-кварталы, попадая в которые, жители и гости города могут наблюдать, соучаствовать в создании и потреблять уникальные самобытные продукты и услуги (при участии властей).
- **Музыка** (уличные музыканты, фестивали, концерты, опера, оперетта....).  
Задача: чтобы музыка в городе вышла из «подполья», сместить акцент в сторону творчества и вдохновения (стремление зарабатывать на туристах сейчас тянет нас к кавер-группам, студенческому андерграунду под пиво и концертам приезжих звезд).
- **Рестораны и клубы.** Потенциал ресторанов для отражения духа города, который вдохновляет, чрезвычайно велик. Рестораны нового типа – это конвергентные пространства, где совмещены услуги, которые раньше не принято было совмещать вместе. Важно, чтобы гости заведения могли



участвовать в создании творческого продукта. Например, открытая студия, школа при ней и т.п. Кафе+арт-мастерская, ресторан+кулинарная школа (уже есть), бар+школа танцев, кафе+литературный клуб (уже есть) и т.п. Задача: **реальная забота о творческом проявлении гостей, стимулирование и вовлечение в процесс поиска таланта и способностей**. Возможность самовыражения для каждого — каждый одессит или приезжий в Одессе может стать поэтом, художником, музыкантом. Нет способностей? — тогда хотя бы примерить себя к этой роли.

- **«Путешествия»** по всем известным литературным мирам Бабея, Ильфа и Петрова, Жванецкого, ... наконец, Давида Марковича Гоцмана – с соответствующими впечатлениями – музыкой, звуками, запахами, кухней.
- **Аутентичные «одесские штучки»**, которые можно приобрести только в Одессе и больше нигде. Не просто «брендированные сувениры», но реальные продукты творческого самовыражения – своего или чужого. Задача: арт-индустрия сувениров должна работать на полную. Горсад каким он был раньше, и т.п. Плюс, возможность написать в Одессе свою первую картину, сочинить песню, выступить на стендап-сцене и т.п. И увезти на память фото, аудио, видео, др. (брендированное символом города).
- Высшие учебные заведения могут усилить **творческую самореализацию** в подготовке специалистов самых разных профилей.
- Консолидированная политика власти и бизнеса по созданию новых звезд, новых имен, популяризации творческих и интересных одесситов.