



UNIUNEA EUROPEANĂ



**POCA**  
Programul Operațional Capacitate Administrativă  
Competența face diferența!



# POTENȚIALUL DE SPECIALIZARE INTELIGENTĂ ÎN DOMENIUL **INDUSTRII CULTURALE ȘI CREATIVE** ÎN REGIUNEA București-Ilfov

Seria „Rapoarte privind  
ecosistemele regionale de inovare”



Autori:  
Ruxandra Miuți, Cristina Carată

Editori ai seriei de rapoarte:  
Radu Gheorghiu, Raluca Săftescu,  
Marius Mitroi, Alina Irimia, Bianca Dragomir, Adrian Curaj



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII

*ue fiscdi*



Decembrie 2017

## Cuprins

SERIA “RAPOARTE PRIVIND ECOSISTEMELE REGIONALE DE INOVARE” .....	2
SPECIALIZAREA INTELIGENTĂ CA PROCES.....	3
PRECIZĂRI METODOLOGICE .....	4
ARGUMENTAREA DETALIATĂ .....	9
REMARCI FINALE .....	19
BIBLIOGRAFIE .....	24
MULȚUMIRI.....	26

Competența face diferență!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

## Seria “Rapoarte privind ecosistemele regionale de inovare”

Prezentul raport a fost elaborat în cadrul proiectului „Dezvoltarea capacității administrative a MCI de implementare a unor acțiuni stabilite în Strategia Națională de Cercetare, Dezvoltare tehnologică și Inovare 2014-2020.”, cod SIPOCA 27, implementat de *Ministerul Cercetării și Inovării* în parteneriat cu *Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior, Cercetării, Dezvoltării și Inovării și Institutul Național de Cercetare Științifică în domeniul Muncii și Protecției Sociale (INCSMPS)* în perioada august 2016 - iulie 2019 și co-finanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă (POCA).

Documentul face parte dintr-o serie de rapoarte care au ca scop identificarea și analiza bazată pe evidențe a unor domenii în cadrul cărora se pot ulterior defini nișe de specializare inteligentă la nivelul fiecărei regiuni.

Aceste rapoarte au avut la baza o metodologie comună, atât pentru faza de identificare a domeniilor, cât și pentru cea de analiză (vezi secțiunea Aspecte metodologice).

Domeniile care fac obiectul acestor rapoarte nu sunt restrictive, ci reprezintă baza unei conversații la nivelul actorilor de inovare din regiune. Miza acestei conversații este ca actorii regionali și naționali:

- să identifice în cadrul acestor domenii relativ mari un set restrâns de nișe de specializare, care să le permită avansul substanțial în cadrul unor lanțuri globale de valoare adăugată.
- să identifice complementarități de interese și abilități, care să reprezinte baza unor colaborări efective.
- împreună cu autoritățile responsabile de finanțarea în domeniul CDI să definească instrumente suport adecvate.

## Specializarea inteligentă ca proces

„Specializarea inteligentă” reprezintă stindardul politicii industriale europene. Redusă la esență, specializarea inteligentă vizează concentrarea resurselor financiare și a altor mecanisme de sprijin într-un număr limitat de domenii prioritare în care regiunile pot concura cu succes pe piețele internaționale.

La baza procesului de specializare inteligentă se află „descoperirea antreprenorială” - un proces bazat pe dovezi (*evidence-based*), participativ și iterativ (repetat periodic) de identificare, la nivel regional, a domeniilor cheie de competitivitate. Acestea urmează să fie susținute financiar în special prin scheme de sprijin pentru inovare. La nivel european, finanțarea pentru specializări inteligente pentru ciclul 2014-2020 este de aproximativ 120 mld euro, ceea ce face din această politică cel mai mare experiment de politică industrială din istorie (Radosevic et al., 2016).

Acest demers se bazează pe ideea că *regiunile* „dețin cunoașterea despre sistemele locale de inovare și pot mobiliza actorii economici către un scop comun” (EC, 2012, p12). Ca atare, noua politică industrială păstrează în plin plan forțele pieței și ale antreprenoriatului privat, acordând guvernelor „rolul strategic și de coordonare în sfera productivă dincolo de simpla asigurare a dreptului de proprietate, a respectării acordurilor contractuale și a stabilității macroeconomice” (Rodrik, 2004, p.3).

În România a avut loc în 2013 un amplu proces participativ ([www.cdi2020.ro](http://www.cdi2020.ro)), care a dus la identificarea unor priorități de specializare inteligentă la nivel național. Prioritățile au fost incluse în *Strategia Națională de Cercetare, Dezvoltare și Inovare 2014-2020*. În același timp, majoritatea regiunilor și-au elaborat strategii regionale de inovare (RIS3) pentru ciclul de finanțare care se încheie în 2020.

Continuarea demersului de descoperire antreprenorială, prin definiție unul care se desfășoară iterativ, este extrem de importantă în vederea revizuirii periodice a priorităților identificate. Revizuirea este necesară atât datorită oportunităților

3

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



economice și tehnologice emergente și dinamicii economiilor locale, cât și în urma experienței câștigate în cadrul priorităților finanțate. Este de așteptat ca o bună parte din revizuire să ducă la adâncirea specializării, prin definirea mai clară a unor nișe care permit o poziționare superioară în lanțurile globale de valoare adăugată.

Descoperirea antreprenorială are, în afară de rezultatele din planul politicilor publice, beneficii importante de proces: actorii inovativi locali sunt stimulați să exploreze opțiuni strategice și soluții de colaborare. Prea adesea, specializarea inteligentă este înțeleasă ca fiind primordial sau chiar exclusiv asociată unei liste de priorități în finanțarea publică prin fonduri structurale. Prin demersul acestui proiect, se încearcă în primul rând crearea unei culturi a dialogului de descoperire antreprenorială la nivel regional și național. Acest dialog pleacă de la motivațiile strategice ale actorilor economici și de cercetare, de la nevoile lor de colaborare și duce, în final, la adecvarea periodică a instrumentelor de sprijin care le sunt destinate.

## Precizări metodologice

Raportul de față reflectă analiza informațiilor culese în perioada septembrie 2016 - septembrie 2017, prezentând dinamica dezvoltării domeniului Industriilor Creative și Culturale din punct de vedere al relevanței economice și gradului de inovare. Documentul urmărește să ofere evidențe pentru explorarea în adâncime a potențialului domeniului X de a deveni specializare inteligentă la nivel regional.

Metodologia de colectare și analiză a datelor s-a fundamentat în două etape principale:

1. Analiza regională a contextului economic și al climatului antreprenorial pentru identificarea domeniilor cu potențial.

Prin intermediul analizei datelor colectate în această etapă, a vizitelor de lucru în teren și a interviurilor nestructurate:

(a) au fost mapați stakeholderii ecosistemului regional de antreprenoriat și inovare: companii cu activități inovative, investitori și finanțatori, organizații suport (facilitatori), universități și institute de cercetare-dezvoltare, organizații cu rol catalizator, reprezentanți ai societății civile, autorități publice relevante în domeniu.

(b) a fost conturată o imagine de ansamblu asupra dinamicii ecosistemului antreprenorial regional, pornind de la o serie de indicatori extrași din metodologii de analiză a ecosistemelor de antreprenoriat, acreditate internațional (de ex. OECD - Organizația pentru Cooperare Economică și Dezvoltare, BABSON College SUA, Comisia Europeană) referitori la capital uman, finanțare, suport, piață, cultură.

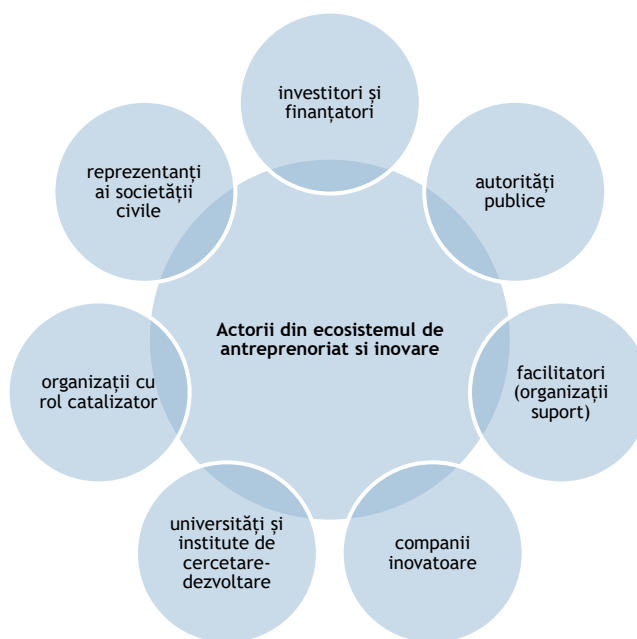


Figura 1. Actorii din ecosistemul de antreprenoriat și inovare identificați în cadrul analizei regionale

Rezultatele clusterizării zonelor de activitate a stakeholderilor și analizei datelor statistice și din surse secundare<sup>1</sup> au reliefat potențialul competitiv al domeniului

<sup>1</sup> Alte anchete și studii anterioare vizând dinamica dezvoltării regionale elaborate de organizații naționale de profil (e.g. Agențiile de Dezvoltare Regională) și de Comisia Europeană

Industriilor Creative și Culturale, explorat în detaliu într-o etapă ulterioară de analiză (analiza multicriterială, prezentată în cele ce urmează).

## 2. Analiza multicriterială

Analiza potențialului domeniului Industriilor Creative și Culturale s-a realizat pe baza a șapte criterii: importanța domeniului în economia regională, piața, intensitatea de inovare în domeniu, disponibilitatea resurselor umane calificate în domeniu, valorificarea unor resurse locale (altele decât cele umane, dacă este cazul), nivelul de colaborare între actorii din domeniu, gradul de sofisticare tehnologică.

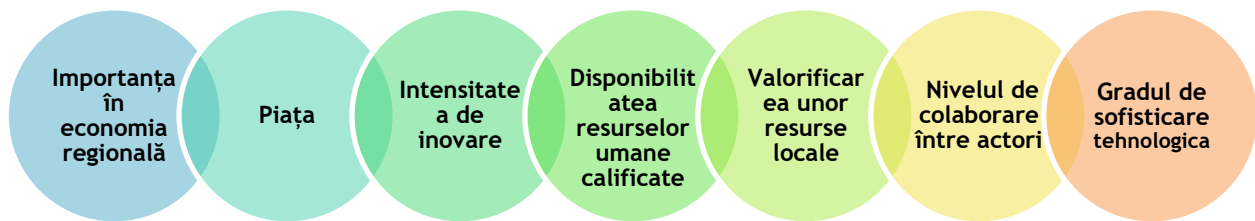


Figura 2. Criterii folosite pentru analiza domeniilor selectate

Înțelegerea dinamicii și a potențialului domeniului Industriilor Culturale și Creative a fost aprofundată prin interviuri semi-structurate cu reprezentanți din mediul antreprenorial.

Informațiile cantitative și calitative colectate sunt redate în cadrul acestui raport sub formă de argumente ce ilustrează dinamica economică și potențialul de inovare ale domeniului Industriilor Culturale și Creative. Argumentele prezintă informații privind elementele care sprijină sau frânează dezvoltarea sectorului, tendințele regionale, naționale și europene și existența unor eventuale evenimente disruptive/ unice cu impact asupra evoluției domeniului.

Argumentele în sine au fost supuse unei prime analize/ evaluări individuale, realizată de către autorii acestui raport concretizată într-un scor de importanță, marcat pe scala 3/-2/-1/1/2/3 ce sugerează cât de puternic contribuie factorul respectiv la îndeplinirea criteriului și la dezvoltarea domeniului<sup>2</sup>. Este important de menționat că scorul nu reflectă relevanța argumentelor, ci aprecierea privind sprijinirea (+3, +2, +1) sau, dimpotrivă, frânarea dezvoltării domeniului (-1, -2, -3).

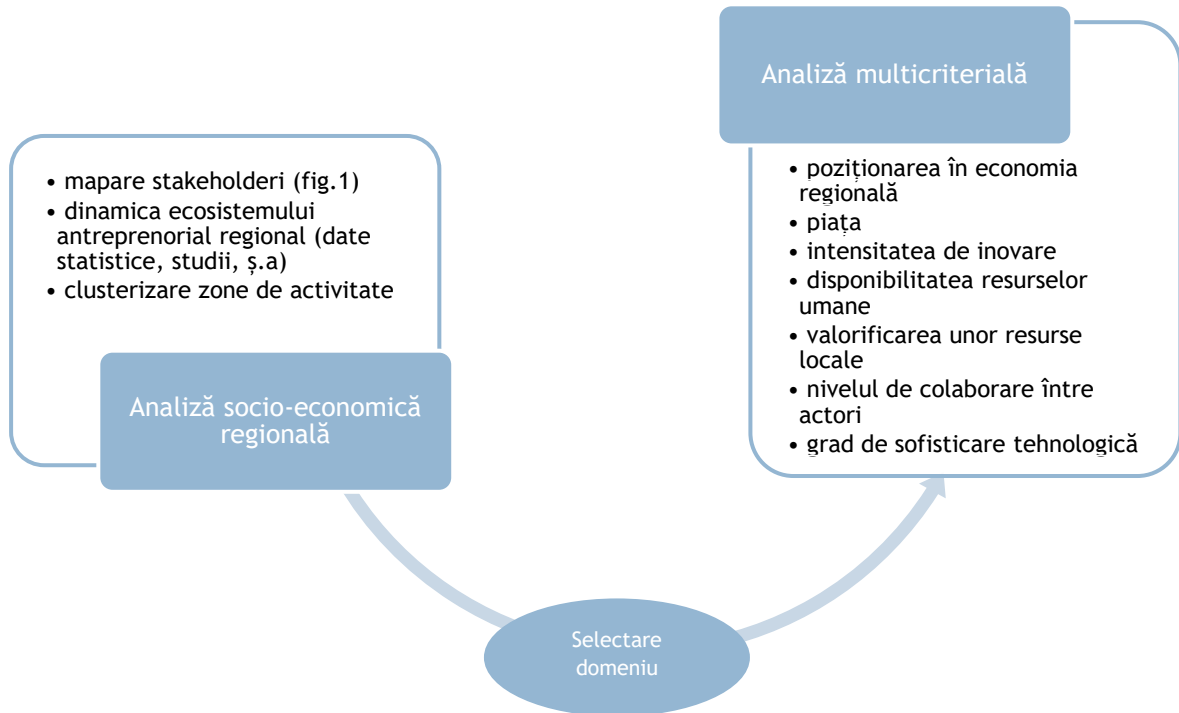


Figura 3: Etapele analizei regionale

În acord cu particularitățile cercetării exploratorii, prin intermediul acestui raport s-a cules o serie de informații pentru o mai bună înțelegere a contextului regional și pentru identificarea zonelor care permit concentrarea resurselor și sunt în acord cu

<sup>2</sup> +3 indică faptul că argumentul evidențiază un factor care contribuie major la dezvoltarea domeniului, fiind puternic catalizator; -3 arată că argumentul evidențiază un obstacol semnificativ pentru dezvoltarea domeniului.

Competența face diferență!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European





orientarea generală a economiei regionale, dar și în linie cu tendințele europene și internaționale. Prin metodologia aleasă, documentul permite cercetări viitoare, păstrând totuși rigurozitatea metodologică internă.

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII



UNITATEA EXECUTIVĂ  
PENTRU FINANTAREA  
ÎNĂȚĂMANTULUI  
SUPERIOR, A CERCETĂRII  
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII



## Argumentarea detaliată

În baza metodologiei prezentate anterior, am ales domeniul Industriilor Culturale și Creative, din care, conform clasificărilor Eurostat, majoritatea domeniilor se regăsesc în sectorul terțiar, al serviciilor intensive în cunoaștere.

Conform studiilor, regiunea București - Ilfov grupează aglomerări pentru majoritatea domeniilor, dintre care Activități de editare a cărților, Activități de editare a revistelor și periodicelor, Activități de editare a altor produse software, Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune, Activități de difuzare a programelor de televiziune, Activități de consultanță în tehnologia informației, Activități ale agențiilor de publicitate, Servicii de reprezentare media.

Din numărul de firme active în industrii creative, conform datelor din 2013, cele mai multe activează în domenii cu un grad de comercializare rapidă foarte mare, **publicitatea** (4.194 companii), sau **software, web, soluții IT** (4.167 companii), atractivitatea acestor specializări, atât pentru antreprenori, cât și pentru angajați fiind mare.

La distanță semnificativă din punct de vedere numeric se situează alte subdomenii de activitate creativă: tipografie, editare, traducere (2.216 companii), **media** (1.818 companii) și arhitectură (1.577 companii), care, deși sunt mai puțin numeroase decât cele specializate în publicitate și soluții IT, reprezintă sectoare mai bine consolidate din punct de vedere al duratei de activitate.

**Designul** cuprinde și un număr mai mic de companii și o cifra de afaceri totală relativ redusă, comparativ cu celelalte ramuri ale industriilor creative din regiune. În comparație cu dinamica internațională, acest domeniu este cel ce prezintă cel mai mare contrast, sugerând existența unui potențial mare de creștere, încă neatins în contextul mediului de afaceri românesc.

Din punctul de vedere al competitivității, indicatorii arată că cele mai multe companii se regăsesc în subdomeniul **publicității, în software, web și IT**, precum și în arhitectură, catalogate ca fiind foarte competitive. Restul domeniilor de activitate din

9

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

cadrul industriilor creative românești sunt dispersate, indicatorii arătând atât atomizarea acestora.

Având în vedere numărul mare de jucători din piață în regiunea București - Ilfov în domeniul precum **publicitatea** sau **designul**, piața din regiune este concurențială, ceea ce face ca potențialul de creștere și dezvoltare a acestor activități să fie ridicat.

Specialiștii disting între activități creative „de amonte” (*upstream activities*), precum artele vizuale, și cele „de aval” (*downstream activities*). Cele din urmă sunt apropiate de piață, cu aplicabilitate comercială imediată, transferabile și cu potențial de economie de scară, precum activitățile **media: cinema, tv, radio, sau publicitatea**. Atât din punctul de vedere al numărului de firme, cât și din acela al cifrei de afaceri, industriile creative din regiune sunt dominate de acele sectoare cu aplicabilitate comercială rapidă (*downstream activities*).

În ceea ce privește **media**, se distinge o subcategorie de graniță între cinematografie și publicitate, companiile din regiune având producții premiate la festivaluri internaționale, atât în competițiile dedicate publicității, cât și în cele cinematografice. Mai mult, noua și premiata cinematografie românească, numită și ”de festival”, este mai obișnuită cu încasări din vânzări în principal pe piețele externe.

criterii	Argumente	Surse date	Scor	Medie Criteriu
<b>C1. Importanța domeniului în economia regională</b>	București - Ilfov cumulează 51,7% din totalul salariaților și 69,4% din cifra de afaceri din sectoarele creative la nivel național.	<i>Avantajele competitive ale României pe piața internă a UE, IER, 2013</i>	3	2,69
	Cele mai multe startup-uri de antreprenori debutanți se află în industriile creative (71%).	<i>Barometrul afacerilor de tip startup din România, EY, 2016</i>	3	
	București-Ilfov se situează pe locul 3 în UE-27 în topul procentului de angajați în domeniu, cu 12,34% din totalul angajaților din regiune activi în industrii creative.	<i>Industriile creative: potențial de creștere în România și în context european, IER, 2016.</i>	3	
	Regiunea se afla în 2012 pe locul 17 din 253 de regiuni europene în topul numărului salariaților din industriile creative față de celelalte sectoare economice.	<i>Industriile creative: potențial de creștere în România și în context european, IER, 2016.</i> <i>Importanța economică a industriilor creative: o perspective teritorială, GEA Strategy &amp; Consulting, 2012</i> <i>Avantajele competitive ale României pe piața internă a UE, IER, 2013</i>	3	
	Regiunea București-Ilfov ocupa în 2013 cu peste 12.000 de întreprinderi creative, locul 24 în UE 27.	<i>Avantajele competitive ale României pe piața internă a UE, IER, 2013</i>	3	

	Reputați experți europeni, precum Andrew Senior, expert UNESCO în domeniul politicilor culturale, consideră că Bucureștiul are potențial să devină un hub regional al creativității în zona est-europeană (Balcani sau regiunea Dunăre - Marea Neagră).	Prezentare susținută la Forumul Național al Industriei culturale și creative, 2013	3	
	Contribuția PIB a sectorului a ajuns la 7% în 2014 la nivel național, peste media UE de 4,5% (în 2011).	<i>Romania - towards being a creative hub</i> , Invest Romania, 2016. <i>Industria creative: potențial de creștere în România și în context european</i> , IER, 2016.	3	
	Prognoza pentru 2020 arată că industriile creative vor ajunge la 10% din PIB.	Programul ROMÂNIA COMPETITIVĂ - UN PROIECT PENTRU O DEZVOLTARE ECONOMICĂ SUSTENABILĂ 2016 - 2020	3	
	Sub-sectorul software a atins în 2014 o pondere a numărului de firme de 33,42%, de 50,17% a cifrei de afaceri, și de 43,49% a numărului de angajați, ajungând în 2015 la peste 89.000 de angajați.	<i>Industria creative: potențial de creștere în România și în context european</i> , IER, 2016.	3	
	În București predomină activitățile de difuzare a programelor de radio (80,3%) și servicii ale agențiilor de publicitate (65,3%), iar în Ilfov activitățile de postproducție cinematografică, video și de programe de televiziune (44,6%).	Sabina Baciu, <i>Top 5 orașe creative în România</i> , Dilema Veche, 2014. <i>Importanța economică a industriilor creative: o perspectivă teritorială</i> , GEA Strategy & Consulting, 2012.	2	



	În București, 12.5% din totalul firmelor sunt active în ICC.	Volintiru, C., Miron, D., <i>Mediul de afaceri și industriile creative în România</i> , Amfiteatru Economic, 2014.	2	
	La nivelul anului 2015, în calculul repartizării la nivel național subdomeniile reprezentative în București (conform metodologiei folosite de Eurostat) sunt: Realizare a soft-ului la comandă Pondere număr firme - 33.42% Ocupare - 43,49% Cifra de afaceri - 50,17% Advertising Pondere număr firme - 48,46% Ocupare - 55,09% Cifra de afaceri - 75,06%	<i>Industriile creative: potențial de creștere în România și în context european</i> , IER, 2016.	2	
	Industriile creative, în special domeniile arhitectură, design, software, au avut o dezvoltare accelerată, la nivel regional, în perioada 2009 - 2013.	<i>Importanța economică a industriilor creative: o perspectivă teritorială</i> , GEA Strategy & Consulting, 2012.	2	
<b>C2. Piața</b>	Disparația producției industriale și orientarea orașului către servicii și turism are ca impact dezvoltarea de servicii din domeniul industriilor creative, pentru diversificarea și creșterea competitivității furnizorilor de servicii.	<i>Cultural Times</i> , EY, 2015.	3	2

	<p>Regiunea București-Ilfov este o piață strategică pentru industrii culturale și creative acestea dezvoltându-se în paralel cu turismul cultural (de ex. Festivalul George Enescu, Summerwell etc).</p>	<p><i>Strategia Culturală și Creativă a Bucureștiului 2015-2025</i>, ARCUB, 2016</p>	<p>3</p>	
	<p>În București consumul de bunuri media și de muzică este mai ridicat față de restul regiunilor, atât în ceea ce privește consumul domestic (69% TV) cât și în spațiul public, dar la mai puțin de jumătate din media europeană.</p>	<p><i>Studiu de consum cultural la nivelul orașului București</i>, ARCUB, 2016</p>	<p>3</p>	
	<p>Programele și oferta de consum cultural în spațiul public regional trebuie să răspundă unor gusturi și unor nevoi din ce în ce mai eterogene, cu gusturi și preferințe diverse, ceea ce face ca piața să fie atractivă pentru produse inovatoare.</p>	<p><i>Studiu de consum cultural la nivelul orașului București</i>, ARCUB, 2016</p>	<p>3</p>	
	<p>Preferința pentru media online în regiune și accesarea canalelor integratoare de entertainment și conținut permite consumatorului să urmărească un conținut de nișă, interesant pentru audiențe de mici dimensiuni.</p>	<p><i>Industria culturale și creative</i>, EY, 2015</p>	<p>2</p>	
	<p>Cinematografia românească este dependentă de finanțări publice. Producțiile cinematografice nu generează profit, iar încasările din vânzări sunt în principal pe</p>	<p>Volintiru, C., Miron, D., <i>Mediul de afaceri și industriile creative în România</i>, Amfiteatru Economic, 2014.</p>	<p>2</p>	

	piețele externe, fiind.			
	Consumul cultural în spațiul public este poziționat cu preponderență în centrul Bucureștiului, periferiile nefiind încă suficient explorate.	<i>Studiu de consum cultural la nivelul orașului București, ARCUB, 2016</i>	1	
	Importul de cultură este încă ridicat (filme străine, muzică străină, literatură străină etc), iar gusturile culturale ale populației încă trebuie educate, în principal pentru a stimula consumul de creativitate locală.	<i>Studiu de consum cultural la nivelul orașului București, ARCUB, 2016</i>	-1	
<b>C3. Intensitatea de inovare în domeniu</b>	Antreprenorii adopta inovarea pentru a fi competitivi pe piața internațională. De ex., ilustratori și designeri independenți se promovează online la nivel internațional, având 50 - 80% clienți străini.	Documentare realizată în regiunea București Ilfov	3	<b>2,50</b>
	În regiune există un număr ridicat de facilitatori: au fost identificați cca 65 de furnizori de cunoaștere, cca 15 facilitatori - incubatoare, hub-uri, acceleratoare și organizații profesionale.	Documentare realizată în regiunea București Ilfov	3	
	În București sunt active în domeniu peste 30 de companii multinaționale care contribuie la formarea profesională a forței de muncă în specializări care încă nu sunt acoperite de educația formală (de exemplu, dezvoltarea de jocuri video).	Documentare realizată în regiunea București Ilfov	3	
	Universitățile de profil, cum ar fi Universitatea	Documentare realizată în regiunea București	1	

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

	București, Universitatea Națională de Arte din București, Universitatea de Arhitectură și Urbanism „Ion Mincu”, au activitate de cercetare, în care colaborează cu max. 10 companii mari.	Ilfov		
<b>C4. Disponibilitatea resurselor umane calificate în domeniu</b>	Cele mai multe companii multinaționale - agenții de publicitate (Publicis), filiale ale dezvoltatorilor de jocuri video (Ubisoft, EA) au sedii în zona metropolitană București	Interviuri cu actori regionali <i>Industria creative: potențial de creștere în România și în context european</i> , IER, 2016.	3	2,17
	Cele mai importante universități cu departamente de specialitate (design, marketing, arhitectura) sunt în București. Au fost identificate 63 de programe de studii, de licență, master sau doctorat.	Documentare realizată în regiunea București Ilfov	3	
	Bucureștiul are o populație tânără, condiție esențială pentru dezvoltarea clasei creative: 34% dintre locuitori au vârste între 15 și 34 de ani	Andrew Senior, expert UNESCO în domeniul politicilor culturale, la Forumul Național al Industriei culturale și creative, 2013 <a href="http://www.revistadepovestiri.ro/conferinta-industiilor-culturale-si-creative/">http://www.revistadepovestiri.ro/conferinta-industiilor-culturale-si-creative/</a>	3	
	Aproximativ 30% dintre tineri din București ar opta pentru o meserie în industrii creative.	<i>Barometrul de Consum Cultural</i> , INCFC, 2014	3	
	Comaniile multinaționale reprezintă o resursă de cunoaștere pentru antreprenori în domeniu, formați ca angajați ai multinaționalelor.	Interviuri cu actori regionali <a href="https://start-up.ro/subiecte/industrii-creative/">https://start-up.ro/subiecte/industrii-creative/</a>	2	
	Accesul la resurse umane calificate este un	<i>Barometrul Minților Creative</i> , UniCredit	-1	

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

	obstacol întâmpinat de majoritatea companiilor (29% dintre participanții la studiul Barometrul Minților Creative).	Bank și Exact Cercetare și Consultanță, 2017		
<b>C5. Valorificarea unor resurse locale (altele decât cele umane, dacă este cazul)</b>	Industria creative se dezvoltă în jurul patrimoniului cultural al orașului, ca dovadă stând hub-urile care se dezvoltă accelerat în clădiri istorice (de ex. Palatul Universul).	Documentare realizată în regiunea București Ilfov <i>Importanța economică a industriilor creative: o perspectivă teritorială</i> , GEA Strategy & Consulting, 2012.	3	1,67
	În regiune se află o multitudine de spații ex-industriale, care oferă potențial pentru dezvoltarea de ateliere, expoziții etc. (de ex. Nod Makerspace în fosta filatură de bumbac, Romanian Design Week organizat în garajul Cobălcescu).	Documentare realizată în regiunea București Ilfov Sabina Baciu, <i>Top 5 orașe creative în România</i> , Dilema Veche, 2014.	3	
	În industriile creative, mai puțin în media și publicitate, obținerea de finanțare reprezintă o problemă semnificativă.	<i>Barometrul Minților Creative</i> , UniCredit Bank și Exact Cercetare și Consultanță, 2017	-1	
<b>C6. Nivelul de colaborare între actorii din domeniu</b>	Au fost identificate un număr de 6 asociații profesionale active, 1 incubator și 7 hub-uri,	Documentare realizată în regiunea București Ilfov	2	1,5
	Inițiativele antreprenoriale din domeniu au apărut din nevoia de a oferi acces open source la infrastructură.	Documentare realizată în regiunea București Ilfov	1	
<b>C7. Gradul de sofisticare tehnologică</b>	Companiile din marketing și publicitate folosesc software bazat pe inteligență artificială și analiză big data.	Documentare realizată în regiunea București Ilfov	3	2,75



	La nivel regional, designul de produs utilizează routere CNC (echipamente specifice industriei) și 3D printing pentru realizarea prototipurilor și a produselor de serie mică.	Documentare realizată în regiunea București Ilfov	3	
	Noile tehnologii sunt atractive pentru interesele și obiceiurile de consum cultural din regiune.	<i>Studiu de consum cultural la nivelul orașului București, ARCUB, 2016.</i>	3	
	Digitalizarea reprezintă, atât la nivel national cat si la nivel regional, motorul consumului de media și cultură: în anul 2015, tiparul a reprezentat 80% din totalul vânzărilor globale de cărți.	<i>Cultural Times, EY, 2015</i>	2	

*Tabelul 1: Argumentarea detaliată a potențialului domeniului industriei culturale și creative în București-Ilfov*

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

## Remarci finale

Numărul ridicat de facilitatori din regiunea București - Ilfov - aproximativ 65 de furnizori de cunoaștere, majoritatea fiind universități care oferă programe de licență, master sau doctorat, aproximativ 15 facilitatori (hub-uri, acceleratoare de afaceri, asociații profesionale și patronale), la care se adaugă peste 30 de companii multinaționale, care contribuie la formarea profesională a forței de muncă în specializări care încă nu sunt acoperite de educația formală, arată că importanța Industriilor Creative și Culturale în economia regională este recunoscută de anumite categorii instituționale, având potențial de creștere pe termen mediu și lung.

Importanța în creștere a domeniului Industriilor Culturale și Creative este recunoscută la nivel european, Bucureștiul având potențial să devină un hub regional al creativității în zona est-europeană, conform declarației făcute de Andrew Senior, expert în economie creativa la UNESCO, cu ocazia Forumului Industriilor Creative din București 2013. Regiunea București - Ilfov se afla în 2015 pe locul 18 din 253 de regiuni europene în topul ponderii salariaților din industriile creative față de celelalte sectoare economice.

Firmele specializate în activități creative, înregistrate fiscal în București, erau în 2013 în număr de 16,398, ceea ce înseamnă aproximativ 12.5% din totalul agenților economici din acest oraș. În ceea ce privește cifra de afaceri cumulată, industriile creative ajung la aproximativ 19 miliarde de lei, în același an, ceea ce reprezintă un aport valoric mai mic față de cel numeric, cu 10.3%. Aceste procente reflectă poziția emergentă a domeniului Industriilor Creative și Cultural raportat la mediul de afaceri din regiune.

Dispariția producției industriale și orientarea orașului către servicii și turism are ca impact dezvoltarea pieței de servicii din domeniul Industriilor Creative și Culturale, ca mod de diversificare și creștere a competitivității furnizorilor de servicii. De exemplu, în regiunea București - Ilfov s-au dezvoltat în ultimii ani servicii de nișă din domeniul turismului - turismul cultural, ceea ce face ca regiunea să devină o piață strategică pentru Industriile Creative și Culturale, ce se dezvoltă în paralel. Asistăm astfel la îmbogățirea calendarului de evenimente culturale cu festivaluri, concerte și alte

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



manifestări ca de exemplu Festivalul George Enescu, Summerwell (numărul de participanți a crescut de la 20.000 în 2015 la aproape 40.000 în 2017) etc.

Intensitatea de inovare în Industriile Creative și Culturale este un argument favorabil domeniului. Antreprenorii din regiunea București - Ilfov adoptă inovarea pentru a fi competitivi pe piața internațională. De exemplu, agențiile de publicitate sau studiourile de arhitectură din regiune folosesc tehnologia în mediul de lucru propriu sau o integrează în mod creativ în soluțiile pe care le propun clienților lor. Ilustratori și designeri independenți se promovează în mediul online la nivel internațional, având 50 - 80% clienți străini. Activitatea de cercetare, însă, se desfășoară doar în universitățile de profil, care colaborează cu maxim 10 companii mari.

Disponibilitatea resurselor umane calificate în domeniul Industriilor Creative și Culturale este ridicată în regiune, având în vedere că cele mai importante universități cu departamente de specialitate (design, marketing, arhitectura) sunt în București și au fost identificate 63 de programe de studii, de licență, master sau doctorat. În plus, cele mai multe companii multinaționale - agenții de publicitate (Publicis), filiale ale dezvoltatorilor de jocuri video (Ubisoft, EA) au sedii în zona metropolitană București, acestea reprezentând la rândul lor o resursă de cunoaștere pentru antreprenori în domeniu, formați ca angajați ai multinaționalelor.

Cu toate acestea, formarea resurselor umane în domeniu nu se dezvoltă în același ritm cu cerințele companiilor, piața forței de muncă având potențialul de a absorbi persoane specializate în subdomenii ale Industriilor Creative și Culturale. Clasa creativă - identificată de specialiști chiar ca o clasă socială aparte - are condiții pentru a se dezvolta în regiune, având în vedere că Bucureștiul îndeplinește o condiție esențială - are o populație tânără (34% dintre locuitori au vârste între 15 și 34 de ani).

În ultimii ani, în regiunea București - Ilfov se dezvoltă accelerat hub-uri, valorificând locații care fac parte din patrimoniul cultural sau fost industrial al orașului. Sunt de menționat Halele Carol sau Palatul Universul, care valorifică clădiri de patrimoniu.

În regiune se află și o multitudine de spații ex-industriale, care oferă potențial pentru dezvoltarea de ateliere, expoziții etc. MATER, prima bibliotecă de materiale din România și Europa de Sud-Est, a convertit un spațiu industrial dintr-o fostă filatură de bumbac de 1000 mp într-un loc dedicat cercetării, expunerii și explorării materialelor

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII



UNITATEA EXECUTIVĂ  
PENTRU FINANȚAREA  
ÎNĂȚĂMĂNTULUI  
SUPERIOR, A CERCETĂRII  
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII





folosite de arhitecți și designeri. Ediția a cincea din 2017 a Romanian Design Week, eveniment destinat promovării designului românesc, care prezintă publicului proiectele de design realizate în ultimul an în domeniile: arhitectură, urbanism, design de obiect, design hibrid, design grafic și ilustrație, design vestimentar și design de produs, dar și proiecte multidisciplinare, a fost organizat în Palatul Universul și garajul Cobălcescu.

Nivelul de colaborare între actorii din domeniu nu se ridică încă la un nivel satisfăcător. Deși au fost identificate asociații profesionale active, 1 incubator și 7 hub-uri, acestea sunt mai degrabă inițiative antreprenoriale din domeniu ce au apărut din nevoia de a oferi acces open source la infrastructură.

Cum am menționat anterior, inovarea în domeniu se referă mai ales la modul în care tehnologia este integrată în concepte inovatoare, gradul de sofisticare tehnologică fiind ridicat. Companiile din marketing și publicitate din regiune folosesc software bazat pe inteligență artificială și analiză big data, iar designul de produs utilizează routere CNC și 3D printing pentru realizarea prototipurilor și a produselor de serie mică.

Pe de altă parte, deși digitalizarea a fost considerată motorul consumului de media și cultură, ea rămâne doar un instrument de promovare, fără a înlocui consumul de carte tipărită (care depășește 80%) sau evenimentele live.

Potențialul domeniului Industriilor Creative și Culturale de a fi specializare inteligentă este prezentat sintetic în Figura 4 și Tabelul 2.

Figura 4 prezintă evaluarea autorilor asupra argumentelor grupate pe cele șapte criterii specifice de analiză.

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII



UNITATEA EXECUTIVĂ  
PENTRU FINANȚAREA  
ÎNĂȚĂMĂNTULUI  
SUPERIOR, A CERCETĂRII  
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII



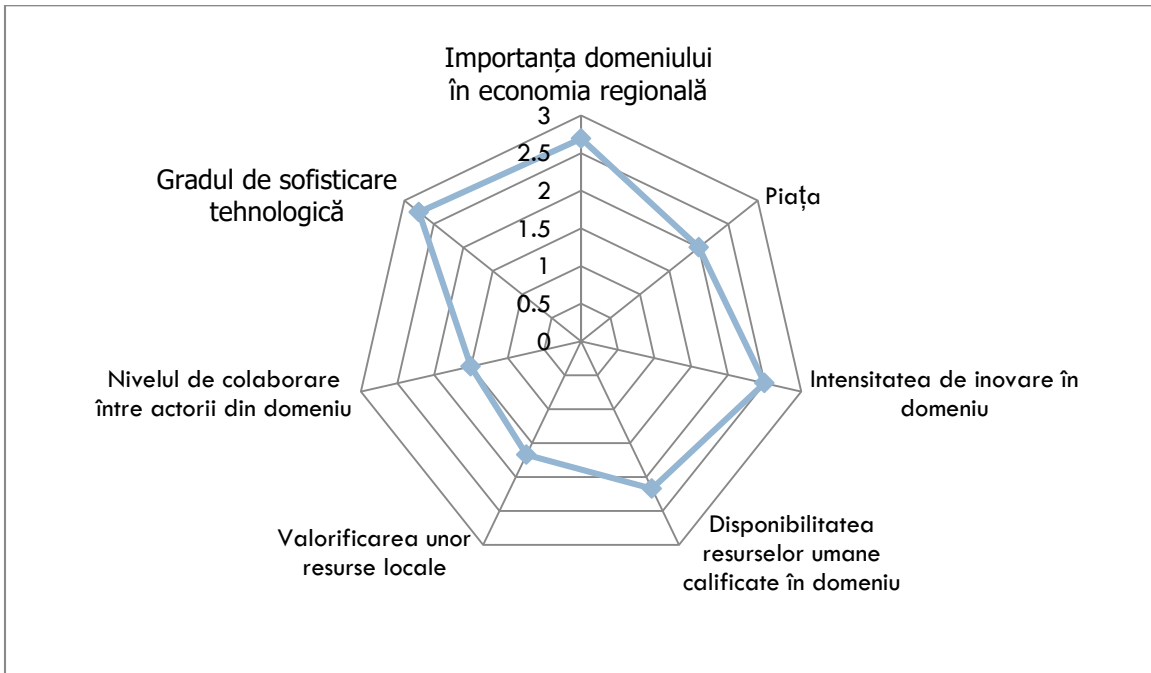


Figura 4. Scorul domeniului Industriilor Creative și Culturale pe criteriile de analiză

Tabelul 2. (mai jos) oferă o imagine sintetică asupra celor mai importante caracteristici ale domeniului Industriilor Creative și Culturale din punct de vedere al potențialului competitiv al acestuia desprinsă din analiza detaliată din capitoul anterior.

Domeniul Industriilor Creative și Culturale	
Argumente care sprijină dezvoltarea domeniului	Argumente care frânează dezvoltarea domeniului
Regiunea București - Ilfov se află pe locul 18 din 253 de regiuni europene în topul ponderii salariaților din industriile creative față de celelalte sectoare economice.	Activitatea de cercetare se desfășoară doar în universități de profil, care colaborează cu max. 10 companii mari.
În București, 12.5% din totalul firmelor sunt active în ICC.	Aportul firmelor din domeniu la cifra de afaceri a regiunii este mai mic procentual (10.5%) față de numărul lor.

Competența face diferență!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



Zona București-Ilfov este o piață strategică pentru ICC, acestea dezvoltându-se în paralel cu turismul cultural (de ex. Festivalul George Enescu, Summerwell etc).	Sunt specializări care încă nu sunt acoperite de educația formală, iar în lipsa unor instrumente de recunoaștere a educației nonformale, piața muncii nu este structurată și este dificil de evaluat necesarul de profesioniști în domeniu.
Cele mai multe companii multinaționale - agenții de publicitate (Publicis), filiale ale dezvoltatorilor de jocuri video (Ubisoft, EA) au sedii în zona metropolitană București.	Formarea profesională este preluată într-o măsură limitată de cele peste 30 de companii multinaționale.
Bucureștiul are o populație tânără, condiție esențială pentru dezvoltarea clasei creative: 34% dintre locuitori au vârste între 15 și 34 de ani	Importul de cultură este încă ridicat (filme străine, muzică străină, literatură străină etc), iar gusturile culturale ale populației încă trebuie educate, în principal pentru a stimula creativitatea și producția locală.
În regiune se află o multitudine de clădiri de patrimoniu cultural sau industrial, care oferă potențial pentru dezvoltarea de ateliere, expoziții etc	Prețul ridicat al tehnologiei o face greu accesibilă. În domeniu au apărut inițiative antreprenoriale (ateliere) din nevoia de a oferi acces open source la infrastructura.
La nivel regional, designul de produs utilizează routere CNC și 3D printing pentru realizarea prototipurilor și a produselor de serie mică.	

Tabelul 2: Imagine sintetică asupra celor mai importante caracteristici ale domeniului Industriilor Creative și Culturale

Prezentul raport de analiză este menit a fi informativ pentru actorii din ecosistemul de inovare regional și a fundamenta procesul de descoperire antreprenorială, care vizează adâncirea cunoașterii privind domenii cu potențial de specializare inteligentă la nivel regional și național. Astfel, analiza oferă evidențe dialogului de descoperire antreprenorială (workshopuri, consultări online), facilitând identificarea unor subdomenii în acord cu interesele specifice ale stakeholderilor, în care există potențial de avans pe lanțurile globale de valoare adăugată și în care există perspective de colaborare, în special între agenții economici și cei din mediul de cercetare, dezvoltare și inovare.

Competența face diferență!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European

## Bibliografie

EC (European Commission) (2012), Guide for research and Innovation Strategies for Smart Specialisation (RIS3);

Foray D. (2013), The economic fundamentals of smart specialisation, *Ekonomiaz* 83 (2), 55-78;

Gheorghiu R. Andreescu L, Curaj A., (2016), A foresight toolkit for smart specialisation and entrepreneurial discovery, *Futures* 80, 33-44;

Radosevic S., Curaj A., Gheorghiu R., Andreescu L., Wade I. (eds.) (2017), *Advances in the Theory and Practice of Smart Specialisation*, Elsevier;

Rodrik D. (2004), *Industrial policy for twenty-first century*, UNIDO Working Paper.

I.N.C.F.C (2015). Studiul "Sectoarele culturale și creative în România. Importanța economică și contextul competitiv".

IER (2016), *Industria creative: potențial de creștere în România și în context european*.

Ernst&Young (2015), *Cultural Times*.

ARCUB (2016), *Strategia Culturală și Creativă a Bucureștiului 2015-2025*.

IER (2013), *Avantajele competitive ale României pe piața internă a UE*.

Ernst&Young (2016), *Barometrul afacerilor de tip startup din România*.

I.N.C.F.C (2014) *Barometrul de Consum Cultural*.

UniCredit Bank și Exact Cercetare și Consultanță (2017), *Barometrul Minților Creative*.

GEA Strategy & Consulting (2012), *Importanța economică a industriilor creative: o perspectivă teritorială*,

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



Ernst&Young (2015), Industriile culturale și creative.

Business Review (2013) Poate România să devină un centru cultural și creativ?.

Invest Romania (2016) Romania -towards being a creative hub.

Baciu, S. Dilema Veche (2014) Top 5 orașe creative în România.

ARCUB (2016) Studiu de consum cultural la nivelul orașului București.

Volintiru, C., Miron, D., Amfiteatru Economic (2014), Mediul de afaceri și industriile creative în România.

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII



UNITATEA EXECUTIVĂ  
PENTRU FINANȚAREA  
ÎNĂMĂNTULUI  
SUPERIOR, A CERCETĂRII  
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII





## Mulțumiri

Echipa de implementare a proiectului „Dezvoltarea capacității administrative a MCI de implementare a unor acțiuni stabilite în Strategia Națională de Cercetare, Dezvoltare tehnologică și Inovare 2014-2020.”, cod SIPOCA 27, finanțat prin Programul Operațional Capacitate Administrativă (POCA) mulțumește reprezentanților mediului antreprenorial care au susținut demersul de analiză regională și au alocat timp în cadrul interviurilor și vizitelor de lucru.

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII



UNITATEA EXECUTIVĂ  
PENTRU FINANȚAREA  
ÎNĂȚĂMANTULUI  
SUPERIOR, A CERCETĂRII  
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII





Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă.

Editorul materialului: Unitatea Executivă pentru Finanțarea Învățământului Superior a Cercetării Dezvoltării și Inovării

Data publicării: Decembrie 2017

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României

Competența face diferența!

Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă cofinanțat de Uniunea Europeană, din Fondul Social European



MINISTERUL CERCETĂRII ȘI INOVĂRII



UNITATEA EXECUTIVĂ  
PENTRU FINANȚAREA  
ÎNVĂȚĂMÂNTULUI  
SUPERIOR, A CERCETĂRII  
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII

