

INDUSTRIA CREATIVA

Obiectiv pe termen mediu

Program de creștere a eficienței energetice și reducere a intensității energetice a economiei românești.

Acest obiectiv este în parte divergent cu obiectivul ce vizează reindustrializarea României (industria fiind, așa cum se știe mare consumatoare de energie).

Prin urmare, ar trebui dezvoltate industrii care nu sunt energofage. Astfel de industrii sunt industriile culturale și creative (IC) adică acele sectoare care utilizează cultura ca input și care au o dimensiune creativă, chiar dacă producțiile lor sunt în principal funcționale. Acestea includ arhitectura și designul, care integrează elemente creative în procese mai ample, precum și subsectoare precum grafica, moda publicitatea (Ministerul Culturii, Direcția de Management a Proiectului, document de lucru, aug. 2013), producția de software. Descrierea sectorului în ansamblu și realizarea de comparații între state sunt obiective dificil de realizat în prezent datorită lipsei utilizării instrumentelor de statistică economică și de clasificare a activităților economice de acest tip în manieră armonizată la nivelul UE.

Așa cum se menționează în studiul "Avantajele competitive ale României pe piața internă a UE", realizat de Institutul European din România, "(...) **industriile creative reprezintă 3,0% din totalul forței de muncă (2008) și 3,3% din PIB (2006) la nivelul UE.** Numărul de angajați în industriile creative din UE-27 a fost de 6,7 milioane în 2008. În ceea ce privește exporturile, produsele creative reprezintă 4,3% din exporturile externe ale UE-27.(...) Trei sferturi din totalul cifrei de afaceri a industriilor creative din Europa sunt generate de cinci mari state membre ale UE (Marea Britanie, Germania, Franța, Italia și Spania).".

"Datele statistice pentru România arată că în ultima perioadă aceste industrii au avut în general un trend ascendent și și-au câștigat un rol important la nivel macroeconomic. Dinamica lor este pozitivă, cu excepția anului 2009, când sectorul privat românesc a fost în declin puternic. Ponderea totală a IC în PIB pentru anul 2008 a fost una ridicată, de 7,24%, înregistrând o scădere în anul următor până la un procent de 5,93. În cadrul industriilor creative, de menționat este faptul că ramura cu cea mai mare contribuție din punct de vedere al contribuției la PIB, la ocuparea forței de muncă, la productivitatea muncii, este sectorul de software. O altă ramură care se remarcă este sectorul de carte. În cadrul sectoarelor core (așa-numitul „nucleu” al industriilor creative), aceasta ocupă o pondere de 17% din punct de vedere al ponderii valorii adăugate brute."

"La nivel național, principala caracteristică a sectoarelor creative este aceea că, spre deosebire de celelalte ramuri, acestea sunt concentrate preponderent la nivelul unei singure regiuni/unui singur județ, în acest caz fiind localizate în principal la nivelul Bucureștiului. Diferența între ponderea pe care acesta o deține și a celorlalte județe este semnificativă, 51,72% din totalul salariaților în sectoare creative fiind angajați la nivelul Bucureștiului. Poate fi observat, de asemenea, un decalaj existent (mult mai redus însă) și între județul Cluj, clasat pe locul 2 și județele aflate în continuarea listei. Raportându-ne la cifra de afaceri, concluzia este aceeași ca în cazul numărului de salariați. Cu un procent de 69,42% din totalul național al cifrei de afaceri realizată în cadrul acestei industrii, Bucureștiul ocupă detașat primul loc, fiind urmat de Cluj cu o pondere de doar 4,36%."

”Singurele locuri unde se poate vorbi despre aglomerări ale industriilor creative în România, atât în ceea ce privește mărimea, cât și concentrarea și specializarea, sunt Municipiul București și județul Cluj. Conform Cojanu 2010, au fost identificate la nivel de județ un număr de 18 aglomerări legate de activități cuprinse de industriile creative (8 de o stea și 10 de două stele): București grupează 16 aglomerări, dintre care clustere de 2 stele în 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. În județul Cluj pot fi observate doar două aglomerări, între care și concentrarea de 2 stele pentru nișa Activități de realizare a soft-ului la comandă.”

”Numărul total de angajați. La nivelul României, în anul 2009 se înregistrează un număr de peste 140.000 angajați, ceea ce reprezintă o creștere substanțială de cca. 40% comparativ cu anul 2002. Șase din cele opt regiuni de dezvoltare ale României se află în a două jumătate a clasamentului european, regiunile București-Ilfov și Sud-Muntenia aflându-se în prima jumătate a clasamentului, rivalizând cu regiunile Noord Brabant-Eindhoven (Olanda), respectiv Aragon-Zaragoza (Spania). București se situează pe locul 30 la nivel european, cu peste 50.000 salariați creativi în 2005, o performanță remarcabilă. Per ansamblu, deși vârful clasamentului este dominat de regiunile cele mai prospere și urbanizate ale Europei (Paris, Inner London, Lombardia-Milan), toate regiunile României se clasează mult mai bine în ierarhia ocupării în domenii creative decât într-o ierarhie a productivității.

Productivitatea muncii în România pentru total IC este net superioară celei naționale. De asemenea, valorile cele mai mari se înregistrează pentru industriile core, în 2009 aceasta a fost de 33,479 (mii RON/salariat).”

”Regiunile României se clasează și mai bine în ceea ce privește numărul de firme active din industriile creative. Astfel, București-Ilfov, cu peste 12.000 de întreprinderi creative urcă pe locul 24, următoarele 6 regiuni de dezvoltare se situează în prima jumătate a ierarhiei, în timp ce Sud-Vest Oltenia apare ușor sub mijlocul listei.

Totuși, în ceea ce privește ponderea ocupării din industrii creative în totalul salariaților la nivel de regiune, doar București-Ilfov înregistrează o performanță notabilă – locul 18 în UE-27, cu una dintre cele mai mari concentrări de „creativi”, reprezentând 5,46% din toți angajații din regiune.”

Concentrarea industriilor creative la nivelul a 1-2 județe (maxim 5, dacă avem în vedere și Iașul, Timișoara și Brașovul) lasă loc unui important potențial de dezvoltare, potențial ce poate fi transformat în ceva palpabil, prin creșterea calității învățământului de gen și a oportunităților de afaceri la nivel local. Spre exemplu, dezvoltarea acestor industrii creative poate fi foarte ușor legată de dezvoltarea turismului, domeniu care în cazul României are nevoie de promovare (prin acțiuni specifice de publicitate și marketing, prin realizarea de documentare – vezi de exemplu cel despre cascada Biger clasificată ca fiind cea mai frumoasă din lume sau cele despre ultimele păduri virgine din Europa etc. -, prin realizarea de pliante, CD-uri și website-uri cu informații culturale și de călătorie), de renovare a unor obiective cultural-istorice (castele, biserici etc.). Studiul Mapping the Cultural and Creative Sectors in the EU and China: A Working Paper in support to the development of an EU-China Cultural and Creative Industries' (CCIs) platform arată că ”The Guggenheim Museum in Bilbao is an example of how culture can contribute to local development and help a region to rehabilitate. In 2005, it registered € 26 million of direct revenues (mainly tickets and sponsorships) and € 139 million of indirect revenues

(restaurant, shopping, hotels, etc). Preservation is a priority for cultural policy in countries such as Italy, Greece or France, which invest significant resources in the preservation of cultural sites. A 2004 report from the Fundación Caja Madrid shows that European countries spend, on average, 45% of their cultural budget on conservation, restoration and rehabilitation of cultural heritage, an average of € 575 million per year. **In Europe, historic rehabilitation creates 16.5% more jobs than new construction, and every direct job in the cultural heritage sector creates 26.7 indirect jobs. Compare this to the auto industry, where the factor is only 6.3 to 1.**"

"Pentru a surprinde adevărata importanță a industriilor creative în economiile locale, o analiză comparată ne poate indica performanțele reale ale regiunilor României în fața echivalentelor statistice din UE-27, marea majoritate a acestora fiind mult mai bine plasate atunci când discutăm despre indicatori generici ai prosperității sau ai productivității."

"Numărul total de angajați. La nivelul României, în anul 2009 se înregistrau un număr de peste 140.000 angajați, ceea ce reprezintă o creștere substanțială de cca. 40% comparativ cu anul 2002. Șase din cele opt regiuni de dezvoltare ale României se află în a două jumătate a clasamentului european, regiunile București-Ilfov și Sud-Muntenia aflându-se în prima jumătate a clasamentului, rivalizând cu regiunile Noord Brabant-Eindhoven (Olanda), respectiv Aragon-Zaragoza (Spania). București se situează pe locul 30 la nivel european, cu peste 50.000 salariați creativi în 2005, o performanță remarcabilă. Per ansamblu, deși vârful clasamentului este dominat de regiunile cele mai prospere și urbanizate ale Europei (Paris, Inner London, Lombardia-Milan), toate regiunile României se clasează mult mai bine în ierarhia ocupării în domenii creative decât într-o ierarhie a productivității.

Productivitatea muncii în România pentru total IC este net superioară celei naționale. De asemenea, valorile cele mai mari se înregistrează pentru industriile core, în 2009 aceasta a fost de 33,479 (mii RON/salariat)."

"Regiunile României se clasează și mai bine în ceea ce privește numărul de firme active din industriile creative. Astfel, București-Ilfov, cu peste 12.000 de întreprinderi creative urcă pe locul 24, următoarele 6 regiuni de dezvoltare se situează în prima jumătate a ierarhiei, în timp ce Sud-Vest Oltenia apare ușor sub mijlocul listei.

Totuși, în ceea ce privește ponderea ocupării din industrii creative în totalul salariaților la nivel de regiune, doar București-Ilfov înregistrează o performanță notabilă – locul 18 în UE-27, cu una dintre cele mai mari concentrări de „creativi”, reprezentând 5,46% din toți angajații din regiune."

"Cele mai multe dintre firmele din aceste industrii sunt firme mici (cu mai puțin de 10 de angajați) și cea mai mare parte a lucrătorilor sunt profesioniști independenți cu înaltă calificare. În plus, mulți oameni în cadrul industriilor creative lucrează cu jumătate de normă și / sau au contracte temporare (Raportul privind competitivitatea europeană, 2010)". Această ultimă caracteristică arată o fragmentare foarte mare a sectorului, fragmentare care constituie punctul slab al domeniului, oferind însă și oportunitatea dezvoltării unor programe care să anuleze acest impediment. Astfel, se pot concepe **măsuri care să-i ajute să facă schimb de informații tehnice și/sau comerciale** (platforme IT prin care să poată fi promovată colaborarea, găsirea de clienți și proiecte etc.), **care să le ofere acces facil la finanțări** (identificarea de către bănci a acestui segment ca unul distinct, colectarea de informații despre acest segment și crearea unor pachete financiare croite pe caracteristicile acestora; crearea unor mecanisme de garantare a creditelor de dezvoltare ori pentru capitalul de lucru etc.). De asemenea, se pot concepe parteneriate public-privat pentru renovarea unor obiective cultural-istorice care să își propună

înlăturarea unor efecte ale birocrăției în astfel de cazuri sau înlăturarea corupției (monitorizarea procesului de derulare a licitațiilor și de atribuire a proiectelor.).