

# Strategia Culturală 2014-2020

## Cluj-Napoca: Oraș al excelenței artistice și al participării culturale. Cultura ca factor de transformare socială și regenerare urbană

### Introducere:

În 2013, are loc la nivelul orașului un proces de planificare strategică prin care urmează a fi elaborată, printr-un efort colectiv, Strategia Municipiului Cluj-Napoca pentru perioada 2014-2020. Catedra de Științe Politice a FSPAC, din cadrul Universității Babeș-Bolyai, a stabilit baza metodologică și coordonează procesul de elaborare a strategiei. Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană și-a asumat rolul coordonării componente culturale a acestui proces.

Documentul strategic a fost realizat conform metodologiei propuse de grupul de coordonare din cadrul FSPAC.

Analiza preliminară a fost realizată în primăvara anului 2013 prin cercetarea și sintetizarea informațiilor din multiple surse: studii și cercetări existente, documente de politici, baze de date și chestionare, și actualizată în noiembrie 2013.

Pentru realizarea analizelor SWOT, PEST și identificarea și prioritizarea problemelor strategice, precum și pentru identificarea măsurilor și proiectelor operaționale care pot conduce la rezolvarea acestor probleme au avut loc întâlniri și grupuri de lucru cu reprezentanți ai instituțiilor și organizațiilor culturale și a altor factori interesați.

Mulțumim tuturor operatorilor culturali pentru informațiile puse la dispoziție și contribuitorilor la realizarea acestui material (menționați la finalul documentului).

### CUPRINS

I. Definirea cadrului. Cultura ca factor de dezvoltare socială.....	2
II. Analiza Preliminară .....	3
Sectorul Cultural .....	3
Publicul clujean și consumul cultural. Percepția asupra culturii și nivelul de participare la activitățile culturale .....	7
Avantaje competitive/provocări .....	10
Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană .....	11
Politicile culturale .....	12
III. Analiza Sectorului Cultural din Cluj-Napoca.....	14
Analiza PEST - analiza contextului politic/cadrului legislativ și normativ, a contextului economic, social și tehnologic .....	14
Analiza SWOT – puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări.....	16
IV. Probleme strategice.....	19
V. Priorități Strategice .....	19
VI. Programe operaționale și măsuri strategice.....	29
VII. Sinergii cu alte domenii ale strategiei de dezvoltare .....	33
VIII. Mecanism de evaluare și actualizare a strategiei .....	33

## **I. Definirea cadrului. Cultura ca factor de dezvoltare socială**

Există multiple definiții ale culturii. În definirea strategiilor culturale ale orașelor, abordarea culturii s-a schimbat de-a lungul anilor. În prezent, cultura este un element esențial al dezvoltării sociale și al regenerării urbane. Ea reprezintă un indicator al calității vieții și bunăstării individuale și colective. De aceea în definirea strategiei municipiului Cluj-Napoca pentru 2014-2020, cultura – în special prin vitalitatea și potențialul demonstrate deja de sectorul cultural clujean - trebuie văzută ca unul dintre pilonii centrali ai dezvoltării orașului.

Prin cultură și prin procesele pe care cultura le catalizează, orașul poate oferi locuitorilor noi perspective de participare la viața publică, poate dezvolta noi mecanisme de solidaritate și incluziune, poate revitaliza și da culoare zonelor sale periferice, își poate dezvolta infrastructura, poate să primească o mai largă deschidere europeană și poate genera colaborări și parteneriate care să aducă beneficii economice și sociale întregii comunități.

Cultura include arta și toate formele de expresie artistică, și, mai mult, include modurile prin care ne definim identitatea ca indivizi și comunități. Conform UNESCO, definim cultura ca un set de trăsături spirituale, materiale, intelectuale și afective distincte ale unei societăți sau a unui grup social și cuprinde, pe lângă arte vizuale, muzică, teatru, dans, literatură etc și elemente definitorii pentru stilul de viață, sistemul de valori, tradițiile și credința respectivului grup.

În discuțiile și sesiunile de lucru care au condus la elaborarea acestui document, definirea și asumarea la nivelul orașului a unui nou rol al culturii a fost subliniată ca misiunea centrală a procesului de planificare strategică. Prin acest document, dorim să creăm cadrul pentru ca la Cluj cultura să poată acționa ca un catalist pentru transformarea socială și regenerarea urbană. Să fie un factor care generează incluziune, participare și un sentiment de împlinire prin apartenența la comunitate și prin co-participarea la crearea bunăstării ei.

## II. Analiza Preliminară

### Structura analizei preliminare

În realizarea analizei preliminare, am avut în vedere următoarele etape:

- monitorizarea și analiza principalilor indicatori cu privire la sectorul cultural (baza de date operatori culturali, chestionar, rapoarte de activitate etc.)
- analiza studiilor existente cu privire la sectorul cultural din Cluj și din România
- analiza tendințelor și contextului cultural național și internațional
- analiza Strategiei Culturale a municipiului Cluj-Napoca pentru perioada 2007-2013
- analiza politicilor și strategiilor relevante la nivel național și european
- analiza datelor legate de percepția comunității
- analiza avantajelor competitive ale orașului din perspectivă culturală.

În documentul de sinteză, aceste informații sunt prezentate sub următoarea structură:

1. Sectorul Cultural
2. Publicul
3. Avantaje competitive/provocări
4. Cluj 2021 Capitală Culturală Europeană
5. Politicile culturale

### Sectorul Cultural

Clujul are, după București, cea mai mare vitalitate culturală urbană din România, conform unui studiu al Centrului de Consultanță și Cercetare în Domeniul Culturii.

Studiul, realizat în 2007, 2008 și 2010, plasează în mod constant Clujul pe prima poziție (studiul nu include capitala), chiar dacă numărul și diversitatea indicatorilor a crescut de la o ediție la alta. Indicele de vitalitate al Clujului este de 1.09, ceea ce relevă că orașul are o viață culturală de circa două ori mai activă decât media orașelor din țară. Categoriile de indicatori avute în vedere în acest studiu și indicii obținuți de Cluj sunt: infrastructura sectorului cultural (1.08), resurse umane specializate (1.18), cheltuieli bugetare pentru cultură (-0,45), activități culturale – participare (1.10), economia creativă (3.15), sectorul non-profit (0.47).

Studiul arată că domeniile de excelență culturală la Cluj sunt infrastructura culturală, participarea la evenimente culturale și economia creativă.

Este important de reținut că „sustinerea bugetară a culturii continuă să fie redusă în Cluj, deși comparativ cu situația întâlnită în edițiile precedente ale studiului (când doar în 4-5 cazuri s-au întâlnit mai puțini bani alocați) orașul ocupă acum locul 29. Ponderea scăzută a cheltuielilor bugetare rezervate culturii nu se relaționează cu performanțele sectorului cultural din Cluj-Napoca care sunt ridicate.”<sup>1</sup>

În acest sens, participarea organizațiilor culturale clujene la competițiile de proiecte ale AFCN și ICR din ultimii ani este pe departe cea mai relevantă din România. Conform raportului de

---

<sup>1</sup> Centrul de Consultanță și Cercetare în Domeniul Culturii, Vitalitatea Culturală a Orașelor, 2010  
[http://www.culturadata.ro/index.php?option=com\\_content&view=article&id=145&Itemid=147](http://www.culturadata.ro/index.php?option=com_content&view=article&id=145&Itemid=147)

activitate pe 2012 al AFCN<sup>2</sup>, „cele mai multe proiecte au fost depuse de organizațiile din Municipiul București, acesta fiind urmat de Cluj...”. Din cele 17,3 milioane lei alocate de AFCN pentru proiecte culturale în 2012, nu mai puțin de 2,25 milioane au fost atrase la Cluj prin 55 de proiecte culturale. Aceste cifre sunt relevante în special în contextul în care în 2012 suma alocată proiectelor culturale de către Primăria și Consiliul Local Cluj-Napoca a fost de 2,31 milioane lei.

O cartografiere a sectorului cultural la Cluj ne oferă o imagine asupra dimensiunii instituționale. Funcționează la Cluj 19 instituții publice de cultură – muzee, teatre, filarmonica, între acestea fiind și patru instituții naționale: Teatrul Național Lucian Blaga, Teatrul Maghiar de Stat, Opera Maghiară și Opera Națională Română. Sunt active peste 60 de organizații neguvernamentale dedicate artei și culturii, pe lângă acestea numeroase alte organizații și grupuri informale derulând activități cu o componentă culturală. Mai sunt prezente șase uniuni de creație sau filiale ale uniunilor de creație naționale, alături de șase universități sau departamente cu profil artistic în universități clujene și trei licee de artă. Șapte centre culturale străine oferă programe culturale, iar 17 centre/biblioteci oferă cursuri de limbi străine și acces la fond de carte în alte limbi. În 2012 au avut loc la Cluj cca 90 de festivaluri, de mai mică sau mai mare dimensiune.

Pentru a contura o imagine mai clară a stării actuale a sectorului cultural din Cluj, am realizat un chestionar online<sup>3</sup> în perioada ianuarie-februarie 2013; 43 de operatori culturali au completat chestionarul. Câteva aspecte relevate de răspunsurile la chestionar:

- majoritatea operatorilor culturali se concentrează pe un singur domeniu de activitate, în special din domeniile culturale consacrate: artele spectacolului, arte vizuale, muzică, educație artistică (universități, școli de artă). Domenii reprezentate mai puțin, și în general îmbrățșate de organizațiile neguvernamentale, sunt advocacy/politici culturale, new media, teorie/cercetare.
- O mare parte din operatorii culturali activează preponderent la nivel local, există însă conexiuni cu scena internațională pentru circa ¼ din eșantion. Natura relațiilor internaționale este în prezent în special la nivel de mobilitate artistică (participare la evenimente culturale în străinătate sau prezența unor artiști străini la festivaluri locale), relații de lungă durată prin proiecte de cooperare/coproducții și participare la rețele internaționale sunt încă practicate la nivel mai redus.
- Accentul este pus pe realizarea de produse/evenimente culturale (spectacole, expoziții etc.) și pe prezentarea lor către public. Pondere publicului specializat în rândul audienței este foarte redusă, ceea ce indică un interes scăzut pentru programe educaționale adresate îmbunătățirii experienței și participării publicului.
- În perspectiva derulării unor programe complexe care necesită o coordonare a ofertelor culturale, cum este cel al Capitalei Culturale Europene, numărul actual de programatori culturali care dețin un sistem electronic de rezervare și/sau vânzare bilete este foarte redus (doar 6 instituții).
- O perspectivă longitudinală asupra numărului de beneficiari reflectă o creștere în perioada 2010-2012: de la 962720 în 2010, la 1.042.824 în 2011 și 1.132.633 în 2012. Astfel, dacă în 2010 25% dintre organizații aveau sub 1625 de beneficiari, în 2012 această cifră a crescut la 2525. În 2010, jumătate dintre organizații aveau sub 6500 de beneficiari, în timp ce în 2012 au ajuns la peste 8700 de beneficiari. O creștere semnificativă se poate observa și în cazul organizațiilor cu un număr mai mare de beneficiari, cele aflate la nivelul

---

<sup>2</sup> AFCN, Raport de activitate 2012,

<http://www.afcn.ro/media/RAPORT%20ACTIVITATE%20AFCN%20ANUL%202012%20ver.pdf>

<sup>3</sup> Chestionarul aplicat este disponibil la adresa:

<https://docs.google.com/spreadsheets/viewform?formkey=dHdKSnrFUjYtYXBvR2Q1Z111eENvVke6MA>

de 75% din total sporindu-și numărul de beneficiari de la 19000 în 2010 până la peste 33500 în 2012.

- În cazul bugetelor, în schimb, creșterea nu a fost la fel de semnificativă, bugetul de la jumătatea clasamentului (organizații medii) înregistrând chiar o ușoară scădere în 2011. Bugetele totalizate reprezintă: 85,42 mil. lei în 2010, 80,8 mil lei în 2011, 87,6 mil lei în 2012. Se poate observa că în 2010 un sfert dintre organizații aveau sub 60.000 de lei buget, sumă ce se dublează în 2012, ajungând la nivelul de 130.000. Organizațiile cu buget mediu au înregistrat o creștere de la 500.000 la 700.000, în ciuda scăderii din 2011. Organizațiile cu bugete mai consistente au crescut între 2010 și 2011, de la 3 milioane de lei la 3.6 milioane, dar s-au plafonat în jurul acestei valori și în 2012. Acest trend al bugetelor este oarecum surprinzător, dat fiind numărul în creștere al beneficiarilor, sugerând o optimizare a costurilor, necesară pentru adaptarea la condițiile economice curente.

Dacă nevoia spațiilor culturale era stringentă la momentul redactării strategiei culturale anterioare, ea este acum mai puțin acută, după cum arată sondajul efectuat în rândul operatorilor culturali clujeni.

Acest lucru este datorat maturizării operatorilor culturali care sunt acum mai în măsură să își „rezolve” necesitățile de spațiu prin închiriere. Relevantă este apariția unor spații independente cum sunt Fabrica de Pensule, Tranzit.ro.

În rândul instituțiilor publice de cultură spațiile și dotările reprezintă mai puțin o nevoie, acestea deținând în marea majoritate spații proprii. Filarmonica Transilvania rămâne în continuare într-o formulă provizorie. După ce mai mulți ani a activat în spații improprii, a revenit în prezent în Casa Universitarilor, proprietatea UBB, și își așteaptă intrarea în „propria casă” în Centrul Transilvania.

Municipalitatea a renovat și redat circuitului cultural Bastionul Croitorilor, Casinoul din Parcul Central și Cinematograful Măraști. Problematică este însă lipsa unei viziuni și programări culturale a acestor spații, ele fiind în prezent doar gazde ale unor evenimente propuse de diferite organizații sau instituții.

Rămâne de realizat o inventariere riguroasă a spațiilor cu potențial cultural din oraș, atât pentru o utilizare permanentă, cât și pentru activități temporare. În contextul în care numărul de festivaluri și evenimente este în continuă creștere, instituirea unui mecanism de utilizare temporară poate fi o soluție viabilă.

Numărul de evenimente culturale a crescut semnificativ în oraș, și acest lucru este, de asemenea, un indicator al dezvoltării organice a scenei culturale locale. Din cele 800 de evenimente din 2012 analizate, 31 % au loc exclusiv la nivel local, iar aproximativ 38% au un caracter național. Cele mai multe dintre acestea se derulează în relație cu actori culturali din București și Târgu Mureș. Cele mai multe proiecte de colaborare au loc în zona Transilvaniei.

Festivaluri naționale și mai ales festivaluri care și-au dezvoltat o tot mai accentuată componentă internațională au loc la Cluj.

Festivalul Internațional de Film Transilvania (TIFF) a devenit în cei 12 ani de existență unul dintre festivalurile majore ale filmului european și un reper în ceea ce privește mobilizarea și participarea comunității locale la activități culturale.

Festivalul Toamna Muzicală Clujeană, Festivalul de teatru „Interferențe”, Festivalul „Temps d’Images”, Festivalul Internațional de Film Comedy Cluj, Festivalul Mozart, „Jazz in the Park”, Primăvara Cafenelelor, Festivalul de Muzică de Cameră „SonoRo”, Festivalul Internațional de poezie Lucian Blaga sau Transilvania Jazz Festival completează imaginea de oraș al festivalurilor pe care și-a creat-o deja Clujul.

Din 2013 cel mai mare festival open-air de muzică din țară, „Peninsula/Felsziget”, s-a mutat la Cluj. Festival „Delahoya” și mai noi inițiative precum ”18+”, ”Electric Castle” contribuie la crearea la Cluj a unei oferte generoase pentru iubitorii muzicii electronice.

În ceea ce privește relațiile internaționale, în urma analizei unui eșantion de 800 de evenimente culturale derulate la Cluj în 2012, remarcăm că 45% dintre acțiuni au și o dimensiune internațională. 294 (37%) sunt evenimente derulate la Cluj, cu participanți internaționali; 5% reprezintă participări la evenimente din străinătate; proiectele de cooperare internațională, materializate în schimburi de lungă durată și coproducția de spectacole și lucrări de artă sunt doar 4% din totalul acțiunilor. De asemenea, participarea la rețele locale și internaționale este destul de limitată. O contribuție majoră la creșterea prezenței internaționale în proiectele culturale din Cluj o au centrele culturale străine, în special Centrul Cultural German și Institutul Francez. Țările cu care Clujul are cele mai intense relații de colaborare sunt: Germania, Franța, Ungaria, Marea Britanie și SUA, iar la nivel de orașe se detașează Budapesta, Berlinul și Parisul.

Odată cu renovarea Pieței Unirii, se resimte o deschidere a municipalității către evenimente în spațiul public și parteneriate care să crească efervescența urbană – concerte, un întreg program de proiecții în aer liber în cadrul TIFF, proiectul de artă în spațiul public Orașul Vizibil etc.

Au apărut inițiative publice culturale – Zilele Clujului și Zilele Culturii Maghiare – care își direcționează o mare parte a atenției către spațiul public și evenimente cu participare largă.

Este remarcabil impactul pe care aceste evenimente îl generează, în special la nivelul cooperării dintre diferiți operatori culturali și dintre cultură și alte domenii de activitate. Festivaluri precum TIFF sau Peninsula au, pe lângă focusul lor principal asupra filmului, respectiv muzicii, numeroase componente dedicate altor sfere artistice – teatru, dans, arte vizuale – ceea ce crește experiența de colaborare între creatorii din Cluj, și nu numai.

De asemenea, se poate vorbi despre începutul unui turism cultural la Cluj în relație cu acest tip de eveniment, operatorii economici care oferă servicii hoteliere, bar-restaurant, transport etc. înregistrând creșteri relevante asociate acestor evenimente.

Ca tendințe putem remarca o festivalizare accentuată a culturii și o concentrare a evenimentelor și investițiilor în zona centrală. Aceste tendințe trebuie evaluate din perspectivă strategică, date fiind discrepanțele pe care le creează: o distribuție neechilibrată a resurselor între producția culturală de tip festival în raport cu producătorii culturii constante/continue pe parcursul anului, o accentuare a experienței culturale „spectaculoase” și de scurtă durată, în defavoarea unei participări calitative pentru public (participare constantă/frecventă la actul cultural, dezvoltarea publicului prin experiențe educative etc.), oferta culturală încă redusă în afara centrului orașului și o polarizare puternică centru-periferie, sursă inevitabilă de excluziune.

Municipalitatea organizează începând din 2011 Zilele Clujului, alături de alte evenimente care își propun să animeze orașul și să ofere un program cultural divers pentru toate categoriile de public.

Conform studiului "A world of events: How can cities anchor the advantage?"<sup>4</sup> publicat în 2013 de Erasmus University Rotterdam și care realizează un studiu de caz asupra Zilelor Clujului, impactul potențial al acestor evenimente asupra dezvoltării comunității este notabil, însă pentru ca efectele generate să fie pozitive și durabile este recomandată o schimbare de abordare. Această schimbare include asumarea unui concept cultural, o raportare strategică la publicurile țintă și la spațiile de desfășurare, implicarea actorilor culturali locali în gestionarea și organizarea programului cultural și consolidarea parteneriatelor cu sectorul privat pentru a încuraja implicarea companiilor în susținerea culturii la Cluj dincolo de evenimentele organizate de administrația locală.

## **Publicul clujean și consumul cultural. Percepția asupra culturii și nivelul de participare la activitățile culturale**

Atât numărul oportunităților de petrecere a timpului liber cât și nivelul de acces la evenimente culturale se află printre principalii indicatori de calitate ai vieții la nivelul comunității. În ciuda acestui fapt, în Cluj avem prea puține informații despre participarea culturală și mai ales despre percepția comunității clujene asupra activităților culturale și a domeniului culturii în general.

Chiar dacă operatorii culturali își cunosc destul de bine publicul și au canale specifice de a comunica cu el, această comunicare nu este una bidirecțională. Considerăm că există o lipsă de resurse de informație: documente, studii, cercetări referitoare la consumul cultural și la atitudinea, nevoile publicului față de sectorul cultural. Mai mult, statisticile, studiile și cercetările naționale sau/și europene existente în domeniu nu sunt sau sunt foarte rar interpretate și puse în context la nivel local.

În efectuarea unei analize relevante asupra situației actuale a municipiului din perspectiva consumului cultural putem să folosim ca resurse importante două studii efectuate recent la nivel european, dar și datele relevate de un chestionar online<sup>5</sup> efectuat în perioada ianuarie-februarie 2013 cu participarea a 43 de operatori culturali și primul barometru de consum cultural local în Cluj, realizat de Institutul Român pentru Evaluare și Strategie - IRES în luna mai 2013<sup>6</sup>.

1. Studiul intitulat „Calitatea vieții în orașele europene”<sup>7</sup>, a fost realizat de Comisia Europeană, prin Eurostat pe 79 de orașe și 4 aglomerări urbane din UE, Islanda, Norvegia, Elveția și Turcia, pe un eșantion de 41.000 de persoane. Din România au participat la studiu orașele Cluj-Napoca, București și Piatra Neamț, ai căror locuitori au răspuns la

---

<sup>4</sup> Erasmus University Rotterdam, Dutch Initiative for Sustainable Cities (DISC), "A world of events: How can cities anchor the advantage?", 2013

<sup>5</sup> Chestionarul aplicat este disponibil la adresa:

<https://docs.google.com/spreadsheet/viewform?formkey=dHdKSnrFUjtYXBvR2Q1Z11eENvVkeE6MA>

<sup>6</sup> Atitudini și percepții cu privire la Cluj Capitală Culturală Europeană în 2021:

[http://www.clujnapoca2021.ro/fileadmin/user\\_upload/Atitudini\\_si\\_perceptii\\_cu\\_privire\\_la\\_Cluj\\_Capitala\\_Culturala\\_Europeana\\_2021.pdf](http://www.clujnapoca2021.ro/fileadmin/user_upload/Atitudini_si_perceptii_cu_privire_la_Cluj_Capitala_Culturala_Europeana_2021.pdf)

<sup>7</sup> Quality of life in cities, Regional and Urban Policy, October 2013,

[http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/studies/pdf/urban/survey2013\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/urban/survey2013_en.pdf)

întrebări ce au variat de la calitatea vieții personale, până la condițiile de transport, infrastructură culturală, nivelul siguranței, a încrederii și a calității serviciilor medicale.

Deși studiul relevă existența unei corelări strânse între satisfacția generală de a trăi într-un oraș și aprecierea calității spațiilor publice, a condițiilor de transport și a infrastructurii culturale, Clujul se află pe **locul 15 din cele 83 de zone urbane vizate în ceea ce privește satisfacția generală a locuitorilor**, dar în același îl găsim în jumătatea de jos a tabelului în ceea ce privește nivelul lor de satisfacție legat de **starea clădirilor și a străzilor (locul 55), calitatea spațiilor publice (locul 52), a infrastructurii culturale (locul 52), a facilităților școlare și de educație (locul 51) și a sistemului de transport în comun (locul 42)**. În ceea ce privește procentele, întrebați dacă sunt **mulțumiți să trăiască în orașul lor, 75% dintre clujeni** au spus că sunt total de acord, comparativ cu București, unde 40% dintre locuitori au spus că sunt total de acord cu afirmația.

Clasându-se pe **primul loc în topul orașelor celor mai primitive din Europa, peste 91% dintre clujeni au o percepție pozitivă față de străini** și orașul se situează pe primul loc (76%) și în ceea ce privește percepția asupra bunei integrări a cetățenilor străini în orașul lor.

2. În luna noiembrie 2013 Comisia Europeană a dat publicității și cel mai recent Eurobarometru<sup>8</sup> privind accesul și participarea cetățenilor Uniunii Europene în activitățile culturale. Din Eurobarometrul 399 reiese că România se află pe ultimele locuri în privința consumului cultural (doar 51% dintre români declarând că au citit cel puțin o carte în ultimii 12 luni), dar și în ceea ce privește participarea la activități culturale (cu un punctaj de doar 7% la indexul cultural, față de cei 34% din Suedia, țara cu cel mai mare procent de participare la activități culturale).

Comparat cu cifrele relevate de barometrul de consum cultural al Clujului, putem afirma că orașul este peste media națională și chiar peste media europeană la multe dintre datele statistice care privesc nivelul consumului cultural și cel al nivelului de satisfacție privind funcționarea sectorului cultural.

3. Pentru a contura o imagine mai clară a stării actuale a sectorului cultural din Cluj, în perioada ianuarie-februarie 2013 am realizat un chestionar online cu participarea a 43 de operatori culturali. Rezultatele chestionarului arată că în ceea ce privește activitățile operatorilor culturali din Cluj, accentul este pus pe realizarea de produse/evenimente culturale (spectacole, expoziții etc.) și pe prezentarea lor către public. Pondere publicului specializat în rândul audienței este foarte redusă, ceea ce indică un interes scăzut pentru programe educaționale adresate îmbunătățirii experienței și participării publicului. Astfel, o perspectivă longitudinală asupra numărului de beneficiari reflectă o creștere în perioada 2010-2012: de la 962720 în 2010, la 1.042.824 în 2011 și 1.132.633 în 2012. Astfel, dacă în 2010 25% dintre organizații aveau sub 1625 de beneficiari, în 2012 această cifră a crescut la 2525. În 2010, jumătate dintre organizații aveau sub 6500 de beneficiari, în timp ce în 2012 au ajuns la peste 8700 de beneficiari. O creștere semnificativă se poate observa și în cazul organizațiilor cu un număr mai mare de beneficiari, cele aflate la nivelul de 75% din total sporindu-și numărul de beneficiari de la 19000 în 2010 până la peste 33500 în 2012.

---

<sup>8</sup> Special Eurobarometer 399 - Cultural access and participation, European Commission, Directorate-General for Communication (DG COMM "Research and Speechwriting" Unit), [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_399\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf)

4. Primul barometru de consum cultural local în Cluj a fost realizat de Institutul Român pentru Evaluare și Strategie - IRES în luna mai 2013, pe un eșantion de 1098 de respondenți cu vârsta mai mare de 18 ani.

Concluziile generale ce se pot trage în urma studiului efectuat de IRES privind activitățile culturale cu cele mai mari și cele mai mici procente de participare sunt în mare parte aceleași cu cele trase în urma cercetărilor efectuate la nivel european dar și cu cele ale Barometrului de Consum Cultural realizat în 2010 de Centrul de Cercetare și Consultanță în Domeniul Culturii<sup>9</sup> (CCCDC), cu scopul de a descrie și a analiza „peisajul cultural” din România. Vedem astfel că orașul Cluj-Napoca se aliniază tendințelor europene și naționale în ceea ce privește un consum cultural public relativ constant, dar în același timp putem observa și o dinamică pozitivă în participarea la evenimente culturale (spectacolele de cinema și teatru) a publicului clujean. Mai mult, sondajul realizat de IRES nu i-a inclus și pe poate cei mai activi consumatori culturali ai orașului, studenții. Cei aproape 100.000 de studenți prezenți în oraș aduc o schimbare semnificativă atât a peisajului, consumului cultural clujean cât și economiei acestuia.

#### **Date privind participarea la cultură**

- Cele mai frecventate activități culturale<sup>10</sup> sunt vizionarea programelor de televiziune, ascultarea muzicii și vizionarea filmelor. De cealaltă parte, cele mai puțin frecventate activități sunt lectura cărților de specialitate, a celor de literatură și folosirea internetului. 59% dintre clujenii care au fost chestionați în luna mai în cadrul sondajului realizat de IRES au spus că în ultimele 12 luni a citit măcar o carte. La nivel european, 68% dintre respondenți se pot lăuda că au dechis cel puțin o carte în ultimul an, în timp ce la nivel național 51% dintre români alocă timp acestei activități.
- Cei mai mulți respondenți participă la sărbători și evenimente locale (60% IRES 2013) această activitate fiind urmată de frecventarea spectacolelor de divertisment și muzică (50% IRES 2013). La nivel european se înregistrează un procent de 38% de participare la acest tip de evenimente. Potrivit sondajului IRES, spectacolele de operă și operetă sunt cele mai puțin frecventate activități ai clujenilor (75% declarând că nu au fost în ultimele 12 luni la operă sau operetă), urmate de expozițiile de artă și cinema (64%, respectiv 62%), spectacolele de teatru clasându-se pe cea de a patra poziție a celor mai puțin frecventate activități în Cluj, cu un procent de 61%. Considerând faptul că și la nivel European doar 28% dintre respondenți frecventează sălile de teatru, clujenii sunt sensibil peste media europeană. Opera de altfel este o necunoscută și pentru mai bine de trei sferturi dintre europeni, doar 18% dintre aceștia participând în ultimul an la un astfel de spectacol.
- În timp ce media europeană a celor care vizitează sălile de cinema este de 52%, doar 38% dintre clujeni spun că au fost la cinematograful în ultimii 12 luni, iar non-participarea la spectacole cinematografice la nivelul României este de 70%.

---

<sup>9</sup> Barometrul de Consum Cultural,

[http://www.culturadata.ro/index.php?option=com\\_content&view=article&id=144&Itemid=142](http://www.culturadata.ro/index.php?option=com_content&view=article&id=144&Itemid=142)

<sup>10</sup> Termenul de „consum cultural” trebuie privit în sensul de frecvență a lecturii, de vizionare a unor programe de televiziune sau a unor spectacole, de preferință pentru anumite produse sau servicii culturale. Utilizarea acestui termen este adecvată în contextul existenței unei economii a culturii, bazată pe o cerere și o ofertă a acesteia. (Barometrul de Consum Cultural 2010 – prima parte)

- Instituțiile culturale sunt spațiile cele mai atractive pentru desfășurarea activităților culturale, totuși se poate observa o creștere semnificativă a preferinței față de activitățile culturale desfășurate în parcuri la nivelul întregii țări. În Cluj atractivitatea instituțiilor culturale este egalată de cea a parcurilor, același procent de 28% dintre clujeni întrebați numind instituțiile culturale și parcurile ca și spațiu preferat pentru a participa la activități culturale, 23% dintre ei preferând piața/centrul orașului și 11% spațiile neconvenționale. Creșterea preferinței pentru parcuri și spații alternative poate fi explicată de gradul ridicat de accesibilitate al parcurilor dar și de creșterea numărului de evenimente desfășurate în spații alternative în ultimii ani (Jazz in the Park, Fabrica de Pensule. Electric Castle etc.)
- În ceea ce privește frecvența participării la evenimente desfășurate în spațiul public, 57% dintre clujeni declară că participă la activități culturale/concerte/piese de teatru sau proiecție cinematografică în spațiul public și 41% dintre respondenți au participat în ultimul an la sărbătorile organizate în piețele publice din Cluj.
- Potrivit sondajului 25% dintre clujeni nu știu să identifice cel mai reprezentativ simbol cultural al orașului. 21% dintre ei au ales Teatrul Național, 8% statuia regelui Matei Corvin, iar pentru 5% dintre clujeni, biserica Sfântul Mihail este cel mai reprezentativ simbol cultural al orașului. Evenimentele precum TIFF sau Zilele Clujului au fost nominalizate de clujeni drept simboluri culturale în proporție de 3%, respectiv 1%, iar Universitatea Babeș-Bolyai este considerat cel mai reprezentativ de 3% dintre respondenți.
- Dintre obiectivele culturale ale orașului, cel mai căutat este Grădina Botanică, peste 91% dintre clujeni vizitând cel puțin o dată acest loc. Dintre muzeele Clujului, cel mai apreciat este Muzeul Etnografic al Transilvaniei, care a fost văzut de 78% dintre locuitorii orașului.

## Avantaje competitive/provocări

Din perspectivă culturală, Clujul are în prezent câteva atuuri față de alte orașe:

- orașul cu cea mai mare vitalitate culturală din țară (în afara capitalei)
- oraș candidat la titlul de Capitală Culturală Europeană
- a câștigat titlul de Capitală Europeană a Tineretului pentru 2015
- noul val/Școala de pictură de la Cluj care a adus orașului nominalizarea ca oraș al artei viitorului – Art Cities of the Future/Phaidon 2013 (Cluj este menționat pe locul trei între 12 orașe care definesc avangarda artistică a secolului XXI)
- 2 teatre naționale, 2 opere naționale
- diversitate culturală și lingvistică
- spațiu de inovație socială – un mediu civic dinamic și experimental
- cea mai dezvoltată economie creativă
- studii superioare în domeniul artistic – Universitatea de Artă și Design, Academia de Muzică Gheorghe Dima, Universitatea Babeș-Bolyai – Facultatea de Teatru și Televiziune, Universitatea Sapientia – Facultatea de Film și Media
- TIFF cel mai important festival internațional de film din România
- Fabrica de Pensule – spațiu colectiv și independent de artă contemporană, primul și cel mai mare spațiu de acest fel din România

- cel mai mare festival de muzică rock/electro Peninsula s-a mutat la Cluj de la Târgu Mureș

Există însă și o serie de aspecte care reprezintă provocări pentru cultura clujeană și care sunt relevante în procesul de planificare strategică:

- ponderea scăzută a cheltuielilor bugetare rezervate culturii nu se relaționează cu performanțele sectorului cultural din Cluj-Napoca care sunt ridicate.
- limitările bugetare ale operatorilor culturali – scăderi sau creșteri foarte mici de bugete – în contextul creșterii notabile a publicului și a numărului de activități
- festivalizarea culturii locale – presiunea publică pentru evenimente „vizibile” – determinată de abordarea autorităților publice sau interesul sponsorilor pentru evenimente cu un număr mare de participanți – generează o discrepanță între festivaluri (în creștere rapidă) și activitățile culturale care se derulează continuu de-a lungul anului
- nivelul încă redus de cooperare dintre instituțiile culturale locale, în special între operatorii culturali publici și cei independenți
- deschiderea limitată a autorităților față de procesele sociale codate cultural
- colaborarea redusă – parteneriate, finanțări – dintre mediul de afaceri și operatorii culturali

### **Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană**

Începând cu 2009 a prins viață la Cluj ideea de a obține pentru oraș titlul de Capitală Culturală Europeană.

În 2010 a fost constituită Asociația Cluj – Capitală Culturală Europeană, care are ca membri autoritățile locale și județene, și circa 90 de instituții de cultură, organizații, companii și persoane fizice (martie 2013). Asociația și-a asumat pregătirea candidaturii orașului pentru acest titlu, urmând ca în 2015-2016 să aibă loc o competiție între toate orașele din România care aspiră să devină CCE în 2021.

Obținerea titlului pentru Cluj a devenit, oficial, proiectul cultural prioritar al orașului și pregătirile în acest sens vor avea un rol determinant în planificarea și managementul strategic al culturii în perioada 2014-2020.

Pregătirile pentru CCE 2021 creează cadrul pentru a fi elaborate și puse în practică măsuri și mecanisme de dezvoltare socială și urbană bazate pe cultură, măsuri care vor fi definite și încadrate în primul rând în strategia municipiului aflată în curs de dezvoltare.

Efectele deja vizibile ale acestui proiect sunt la nivelul creșterii cooperării dintre diferiții actori culturali, îmbunătățirii interacțiunii dintre operatorii culturali și autoritățile locale, creșterii treptate a susținerii publice pentru cultură și creșterii numărului de evenimente culturale.

Competiția conjuncturală creată între orașele din țară care s-au angajat în competiția pentru titlul de capitală culturală pune însă în pericol stabilitatea rețelelor de colaborări culturale, oricum fragile, dintre orașe. Mai mult, o serie de declarații și situații politice tensionate s-au ivit deja la nivel național datorită alianțelor sau declarațiilor de sprijin făcute de persoane publice în relație cu unul sau altul dintre orașele candidate.

O miză importantă în dezvoltarea strategiei culturale este includerea măsurilor care contribuie la o dezvoltare culturală sustenabilă la Cluj și care totodată facilitează implementarea proiectului Cluj Capitală Culturală Europeană. În egală măsură, participarea la Programul Cluj CCE creează premisele punerii în valoare a potențialului culturii pentru comunitate și în relații cu alte domenii, precum educația, coeziunea socială, urbanismul și regenerarea urbană, tehnologia, industriile creative etc.

## **Politicile culturale**

Analizând strategia perioadei anterioare, câteva aspecte se detașează ca importanță. Trebuie remarcat că, din 2006, conceptul de cultură a evoluat în direcția creșterii relevanței sociale. Din această perspectivă, noua strategie trebuie să identifice mai clar relația culturii cu creșterea nivelului de trai, a coeziunii sociale, educației, regenerării urbane și bunăstării în general.

Putem remarca faptul că din prioritățile identificate prin strategia culturală 2007-2013, municipalitatea și-a asumat în special tema infrastructurii. Proiectul major asumat este cel al construirii unui centru cultural multifuncțional – Centrul Cultural Transilvania. Prioritar și la nivelul investiției financiare – în raport cu alte proiecte din sfera culturală, nu însă și în raport cu alte proiecte ale orașului – Centrul Transilvania este încă în fază incipientă de construcție și va rămâne, cel mai probabil, o prioritate la capitolul infrastructură culturală.

În general, problematică este corelarea scăzută între prioritățile identificate prin strategia culturală și acțiunile municipalității în acest domeniu. Acest lucru este foarte vizibil analizând lista de proiecte culturale finanțate de la bugetul local de-a lungul anilor de implementare a strategiei. În acest sens, o prioritate a perioadei următoare este reconsiderarea sistemului și a regulamentului de finanțare locală, astfel încât prioritățile relevate prin strategie, precum și o serie de priorități anuale să fie în mod necesar operaționalizate prin sistemul de finanțări.

Lipsa unor indicatori și mecanisme de evaluare în strategia 2007-2013, dar și a unui plan/calendar de acțiune concret face monitorizarea și analiza strategiei anterioare dificilă.

Necesitatea profesionalizării domeniului cultural – prin creșterea pregătirii în management cultural a persoanelor cheie în coordonarea activităților instituțiilor culturale, a instrumentelor de management etc., o atenție crescută către nevoia de dezvoltare a publicului și mai ales o profesionalizare a modului de distribuție a resurselor pentru cultură – printr-un acces mai larg al ONG-urilor la fonduri și spații/dotări publice și introducerea unor comisii de specialitate în selecția proiectelor finanțate, precum și externalizarea de servicii publice culturale către ONG-uri sunt câteva dintre concluziile subliniate de „Carta pentru cultura vie”, un document realizat în 2012 de Coaliția Sectorului Cultural Independent.

Conform informațiilor din Cartă, în prezent raportul dintre fondurile alocate direct instituțiilor publice din bugetul Ministerului Culturii și fondurile alocate pe bază de concurs (MC, AFCN, ICR), singurele resurse publice la care ONG-urile au acces, este de 95,5% față de 0,05%.<sup>11</sup>

La nivel european există un curent în creștere legat de poziționarea culturii ca factor de dezvoltare socială și economică. Acest curent este consolidat prin adoptarea, în 2007, de către instituțiile Uniunii Europene a unui document strategic „O agendă europeană pentru cultură într-o lume în curs de globalizare”. Documentul atribuie culturii o misiune cheie în dezvoltarea

---

<sup>11</sup> Coaliția Sectorului Cultural Independent, Carta pentru Cultura Vie, 2012, [www.culturavie.ro](http://www.culturavie.ro)

europă și recunoaște în special rolul diversității culturale și dialogului intercultural, al culturii drept catalizator al creativității și inovării, și al culturii ca o componentă importantă a relațiilor externe ale UE. Operaționalizarea principiilor acestui document este realizată prin metoda de coordonare deschisă (*open method of coordination*), fiind create trei platforme de colaborare între instituțiile europene și operatorii culturali. Teme majore în care aceste platforme oferă recomandări sunt: Europa interculturală, acces la cultură și industrii culturale și creative.

Analizând tendințele dezvoltării politicilor culturale la nivel național, o observație este necesară. În spiritul Agendei 21, Uniunea Europeană pune accent în programele sale (ex. Europa Creativă) pe stimularea creativității și competitivității prin cultură, aspecte preluate în documente strategice naționale prin măsuri de încurajare și sprijinire a industriilor creative sau priorități în cadrul programelor de finanțare AFCN. În lipsa unor strategii pentru domeniul culturii în sine, acest tip de preluare ridică probleme, deoarece direcționează resursele deja limitate ale sectorului cultural către zona economică adiacentă. Sursa erorii în acest caz este că nu se are în vedere că dezvoltarea culturii este tratată la nivel european pe baza principiului subsidiarității – autoritățile naționale, regionale și locale fiind responsabile de crearea de strategii și alocarea de resurse în sfera artei și culturii. Politicile și programele europene au doar rol complementar și vin să accentueze dimensiunea cooperării internaționale, a mobilității artiștilor și a produselor culturale la nivel comunitar și să promoveze industriile culturale ca unul dintre avantajele competitive europene.

Ca o concluzie, este de dorit o abordare comprehensivă a culturii într-o strategie culturală în care să fie potențat atât domeniul artistic – arta în toate formele ei de expresie, contemporane și tradiționale, excelența și experimentul –, cât și cultura ca element integrator la nivel social și potențator la nivel de dezvoltare urbană. În plus, devine important să fie integrată și transversal în celelalte domenii ale strategiei orașului (educație, tineret, IT, infrastructură, sănătate, relații internaționale, economie etc.) o dimensiune culturală.

### III. Analiza Sectorului Cultural din Cluj-Napoca

#### Analiza PEST - analiza contextului politic/cadrului legisativ și normativ, a contextului economic, social și tehnologic

Context politic/normativ	Context economic
<ul style="list-style-type: none"><li>- local – în ciuda existenței unui document strategic, se simte lipsa unei politici culturale locale, reflectată în:<ul style="list-style-type: none"><li>- modul de gestionare a finanțării (ex. sume mici la mulți operatori)</li><li>- lipsa priorităților în alocarea fondurilor</li><li>- modul de planificare financiară – aprobarea cu întârziere a fondurilor</li></ul></li><li>- procesul de planificare a fondurilor europene 2014-2020 – cultura nu este inclusă ca prioritate de finanțare, dar dată fiind necesitatea dezvoltării de programe integrate, există potențial pentru acțiuni culturale care facilitează dezvoltarea socială, economică, teritorială etc</li><li>- strategia Ministerului Culturii – priorități naționale vs priorități europene</li><li>- definirea sectorului cultural: domeniul artistic, completat de întregul set de activități care definesc modul în care comunitatea se identifică, funcționează, relaționează etc (cultura în sens antropologic)</li><li>- există la nivelul orașului atât un sector artistic dezvoltat, cât și organizații/producători care mobilizează cultura pentru a genera transformare socială și dezbateri</li><li>- nivelul micropolitic – cetățeanul este încă văzut ca un "consumator", este necesară o deplasare spre empowerment/participare/activare</li><li>- nu există un mecanism de finanțare directă a activităților care contribuie la proiectul Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană și la prioritățile orașului din punct de vedere cultural</li><li>- în contextul politic național, Clujul este în prezent "izolat", ceea ce poate avea repercusiuni la nivelul alocărilor de la bugetul central (ex. pentru proiecte de restaurare)</li><li>- candidatura orașului la proiectul Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană creează în</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- precaritatea operatorilor culturali dată de instabilitatea surselor financiare</li><li>- lipsa unor fonduri de garantare a contribuției la proiectele cu finanțare europeană</li><li>- criza economică și deciziile politice (ex. retragerea fondurilor de la loterie dintre sursele AFCN) au generat o reducere a fondurilor pentru proiecte culturale, în contextul creșterii numărului de operatori culturali și de inițiative</li><li>- sprijin redus din partea mediului economic pentru activitățile culturale</li><li>- festivalizarea – sprijinirea de către companii și autorități cu predilecție a festivalurilor produce un dezechilibru în relația cu alte tipuri de manifestări culturale</li><li>- capacitatea redusă a operatorilor culturali de a atrage fonduri europene, de a genera venituri proprii, de a atrage fonduri din comunitate și de a imagina sisteme de funcționare alternative (ex. sharing)</li><li>- cultura beneficiază foarte puțin de sistemul 2%</li><li>- există resurse latente în comunitate care încă nu au fost mobilizate (companii, contribuții individuale etc)</li><li>- lipsa accesului la credite pentru operatori culturali</li><li>- sezonabilitatea actului cultural și fluctuația consumului cultural - apetit mare de consum cultural la început de stagiune, descrescător pe parcursul stagiunii (în cazul instituțiilor de artele spectacolului)</li><li>- disponibilitatea redusă a publicului de a plăti pentru actul cultural – cotă redusă de cheltuieli pentru consum cultural</li><li>- programele de finanțare și distribuția fondurilor sunt vulnerabile jocului politic</li></ul>

<p>premieră cadrul local pentru sprijinirea dezvoltării sectorului cultural – din domeniu periferic în domeniu de interes (la nivel politic, administrativ, economic etc)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- doar puține dintre instituțiile și organizațiile culturale funcționează în baza unor strategii/planuri strategice</li> <li>- procesul de regionalizare – va avea un impact imediat asupra instituțiilor etc</li> <li>- colaborările culturale cu orașele înfrățite nu urmează o linie strategică</li> <li>- constrângeri legislative pentru funcționarea sistemelor de vânzare online a билетelor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- există diferențe mari de abordare de la o instituție la alta, de la un producător cultural la altul cu privire la accesul publicului la evenimente – gratuit/cu plată, tarife practicate</li> <li>- nu există o politică de ticketing coerentă la nivelul orașului</li> <li>- producția de spectacole dependente de box office suferă din cauza concurenței evenimentelor sprijinite public</li> </ul>
<p><b>Context social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Clujul este un centru regional/pol de cultură</li> <li>- publicul evenimentelor culturale – deși audența este în creștere și se diversifică treptat în ultimii ani, viața culturală este încă strâns legată de prezența/participarea studenților</li> <li>- cultura este un purtător de valori, are un rol important în activarea civică și dezvoltarea coeziunii sociale</li> <li>- cultura (tradiție/contemporaneitate) contribuie la imaginea orașului – imaginea orașului continuă să fie prezentată anacronic și nearticulat - este necesară o înnoire iconografică a orașului</li> <li>- la Cluj-Napoca cultura este un factor care definește calitatea vieții – în special în raport cu alte orașe din țară</li> <li>- oferta culturală este încă prezentă predilect în centru</li> <li>- accesul la cultură pentru grupuri sociale dezavantajate este limitat</li> <li>- foarte puține evenimente culturale care oferă opțiuni de participare pentru persoane cu dizabilități</li> <li>- un cadru multicultural și multilingvistic</li> </ul>	<p><b>Context tehnologic</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Infrastructura – aproape toți operatorii culturali au probleme cu infrastructura și cu dotările</li> <li>- digital divide – există diferențe mari de acces și consum între generații, între cultura clasică/recentă</li> <li>- sistemele de rezervare/vânzare online într-o fază incipientă (și datorită limitărilor legislative)</li> <li>- un sistem avansat de digitizare - Proiectul Biblionet</li> <li>- sisteme de crowdfunding disponibile</li> <li>- carența culturii tehnologice – la nivelul producătorilor (new media puțin dezvoltată), la nivelul populației (în special categorii specifice)</li> <li>- precaritatea (numeric și calitativ) a televiziunilor locale</li> <li>- insuficiente puncte publice de acces wireless gratuit</li> <li>- tehnologia schimbă atitudinile și percepțiile</li> <li>- tehnologiile noi facilitează participarea și co-crearea -- participarea ca tehnologie socială</li> </ul>

## Analiza SWOT – puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări

Puncte tari (S)	Puncte slabe (W)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- viața culturală intensă, activă               <ul style="list-style-type: none"> <li>- număr mare de operatori culturali</li> <li>- densitate și diversitate mare de evenimente culturale</li> <li>- atât scena instituțională, cât și cea independentă este bine dezvoltată</li> <li>- public receptiv, interesat</li> <li>- imigrația unor evenimente din alte orașe la Cluj</li> </ul> </li> <li>- tradiția culturală a Clujului ca bază pentru a fi considerat capitala Ardealului</li> <li>- mediu multicultural și intercultural</li> <li>- vitalitatea culturală (definită și măsurată prin studii comparative naționale) crescută - cea mai crescută vitalitate culturală urbană în afara capitalei</li> <li>- imaginea pozitivă a producătorilor culturali clujeni la nivel național și internațional</li> <li>- prezența universităților clujene contribuie la creșterea profilului cultural al orașului – generează creatori și public</li> <li>- tendință crescătoare de prezență a evenimentelor culturale și pe perioada verii (oferta culturală crește; o nouă dinamică a publicului)</li> <li>- operatori culturali cu tradiție și/sau continuitate</li> <li>- evenimente de calitate/talie mare – Toamna Muzicală, TIFF etc</li> <li>- în ciuda crizei economice, sectorul cultural este în creștere - mai multe evenimente, un public mai mare</li> <li>- Cluj Arena – a creat precedente de evenimente de talie mare</li> <li>- deschiderea autorităților locale și județene – față de operatori culturali</li> <li>- creșterea interesului pentru educația artistică (ex numărul elevilor Liceului de muzică a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- lipsa unui calendar de evenimente și a unui sistem integrat de management al spațiilor/infrastructurii (ocuparea pe parcursul anului a unui spațiu ex. Cluj Arena)</li> <li>- capacitatea scăzută de cofinanțare pentru accesarea fondurilor europene</li> <li>- slabă comunicare inter- și intra- instituțională</li> <li>- lipsa de cooperare/cooperarea scăzută între instituții și operatorii independenți</li> <li>- lipsa unei politici culturale locale coerente și asumate de toți factorii interesați – administrație, instituții șo organizații culturale, mediul academic etc</li> <li>- modul de socializare și educare a tinerelor generații pentru cultură – nivelul scăzut de educație culturală, preferința pentru cultura de masă</li> <li>- preocuparea redusă a producătorilor culturali pentru dezvoltarea publicului – creșterea accesului la cultură, educație culturală etc</li> <li>- insuficientă competență managerială</li> <li>- cultura partenerială – nu se regăsește la nivel decizional - asumarea politică redusă</li> <li>- o cultură participativă redusă – cultură civică, nevoia și interesul pentru implicare și contribuție socială și culturală la un stadiu incipient</li> <li>- zgârcenia clujenilor</li> <li>- participarea la evenimente culturale este nișată – un public restâns cu interes în zone artistice de nișă, mobilitate redusă între publicul diferitelor tipuri de forme artistice (public de teatru, public de expoziții),</li> <li>- cultura este încă privită ca fudulie, nu ca temelia trăirii</li> <li>- accesul la cultură este limitat atât fizic (centru-periferie, mobilitate urbană), cât și social (grupuri dezavantajate)</li> <li>- nivelul de cultură generală redus – ca efect al stării educației preuniversitare</li> <li>- concentrarea evenimentelor culturale în centrul orașului/în oraș (accesibilitate redusă din zone</li> </ul>

<p>crescut în 2 ani de la 500 la 850)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prezența unui spirit colaborativ crescut/a culturii parteneriale</li> <li>- industriile creative ca domeniu competitiv la Cluj</li> <li>- aeroportul ca resursă importantă pentru evenimente internaționale</li> </ul>	<p>limitrofe)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- practicile de cercetare culturală și critică de artă sunt foarte puține</li> <li>- cultura în capătul listei de priorități politice</li> <li>- lipsa sustenabilității sectorului</li> <li>- probleme legate de infrastructură și utilizarea acesteia – subdotare, starea precară a clădirilor (instituții finanțate de MC), lipsa spațiilor proprii pentru operatori independenți, accesul restrâns la infrastructura publică</li> <li>- neasumarea finanțării de la bugetul local a unor instituții/organizații</li> <li>- sistemul de afișaj cultural – subsumarea RADP – taxe mari, sistem complicat, număr redus de spații de afișaj, lipsa unui sistem centralizat de gestionare a posibilităților de afișaj/comunicare publică</li> <li>- turism cultural scăzut</li> <li>- starea centrului orașului – preponderență magazine second hand, gambling/săli de jocuri</li> <li>- cadrul legislativ și normativ defectuos</li> <li>- comunicare operatorilor culturali către public nu este suficient de profesionistă</li> <li>- iconografie veche - dispariția unor simbolurilor culturale ale orașului</li> <li>- lipsa culturii spațiului public și a bunului comun - vandalizarea orașului în timpul evenimentelor</li> </ul>
<p><b>Oportunități (O)</b></p>	<p><b>Amenințări (T)</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- fondurile europene – 2014-2020 – Europa Creativă și fondurile structurale</li> <li>- Cluj Arena – pentru evenimente de anvergură</li> <li>- în cultură se lucrează din pasiune, motivația financiară fiind secundară</li> <li>- interesul și practicile de inovație socială/creativitatea socială</li> <li>- activarea spațiilor publice (manual de utilizare a spațiului public)</li> <li>- cultura voluntariatului este în creștere – implicarea mai multor generații</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- lipsa de sustenabilitate a sectorului/ precaritatea operatorilor culturali –resurselor financiare limitate, discontinuitatea sprijinului, capacitatea scăzută de angajare a sistemului, tendința de autoexploatare, lipsa unui sistem de protecție socială pentru artiștii independenți etc</li> <li>- fragilitatea sectorului în fața deciziei politice</li> <li>- incoerența în implementarea politicilor culturale</li> <li>- adâncirea izolării sectorului cultural față de cel politic și economic</li> <li>- abordările preponderent tactice din sector – conturarea dificilă a unei direcții strategice</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- viața de noapte activă a orașului</li> <li>- dezvoltarea/punerea în valoare a pivnițelor din centrul orașului</li> <li>- existența specialiștilor IT pentru proiecte de cultură digitală</li> <li>- dezvoltarea turismului cultural</li> <li>- candidatura orașului pentru titlul Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană și mobilizarea pe care o produce în jurul culturii, în jurul orașului</li> <li>- pregătirea și derularea programului Cluj-Napoca 2015 Capitală Europeană a Tineretului</li> <li>- prezența aeroportului și a conexiunilor aeriene internaționale</li> <li>Candidatura Cluj CCE 2021</li> <li>- siturile naturale și de patrimoniu din împrejurimile Clujului (Catelul Bontida, Salina Turda, Cheile Turzii etc.)</li> <li>- tineretea orașului - 50% din populație este sub 35 de ani, numărul mare de studenți</li> <li>- mediul de afaceri clujean - redeschiderea apetitului privat pentru implicare în actul cultural</li> <li>- universurile paralele – găsirea puncte de contact</li> <li>- creșterea numărului de inițiative culturale la Cluj</li> <li>- atitudinea de participare și responsabilitate civică</li> <li>- Centrul Cultural Transilvania</li> <li>- pregătirea Centrului pentru Industrii Creative (Lomb)</li> <li>- proiectul Cluj Innovation City</li> <li>- oportunitatea de a redefini viziunea pe termen lung a orașului și rolul culturii în creșterea calității vieții și poziționării internaționale a orașului</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ondurile europene – cofinanțare</li> <li>- potențialul dezechilibru la nivelul folosirii expertizei externe față de cea locală/nefolosirea resurselor existente în pregătirea și administrarea proiectului Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană</li> <li>- capacitatea/sistemul de management și programare a spațiilor nou construite – pericolul ca noile megaproiecte (Centrul Cultural Transilvania, Cluj Innovation City, Centrul pentru Industrii Creative etc) să canalizeze toate resursele fără a aduce un beneficiu întregului spectru cultural</li> <li>- festivalizarea și megaevenimentizarea agendei culturale a orașului</li> <li>- infrastructura de acces terestră subdezvoltată - autostrada nefinalizată, calea ferată nemodernizată</li> <li>- pierderea oportunităților de a valorifica pentru comunitate spații (publice sau construite) reprezentive pentru experiența colectivă – ex. Continental, Boema, Parcul Feroviarilor etc</li> <li>- deriva și devierea ideologică – alunecarea în identități separatiste</li> <li>- epuizarea zelului constructiv (post-funar) și rămânerea/fragmentarea în grupuri de interes disparate</li> </ul>
---	--

## **IV. Probleme strategice**

1. Accesul inegal la cultură (centru-periferie, apartenență socială) și interesul scăzut pentru participarea culturală
  2. Precaritatea și lipsa de sustenabilitate a sectorului cultural
  3. Necesitatea încurajării creației și a creativității, a menținerii și dezvoltării diversității culturale (la nivel de conținut, forme de expresie, abordări etc)
  4. Nivelul modest de cooperare internațională, conectarea și participarea limitată a sectorului cultural clujean la scena internațională, lipsa unui public european
  5. Cooperarea limitată în interiorul sectorului cultural, în special între instituții și organizații și dintre sectorul cultural și alte sectoare
- 
6. Percepția învechită asupra sectorului cultural ca un domeniu lateral, lipsa asumării publice a culturii ca factor de dezvoltare și regenerare
  7. Infrastructura subdezvoltată în relație cu nevoile existente
  8. Calitatea actului de cultură și capacitatea profesională a operatorilor culturali variază mult în cadrul sectorului, actualizarea metodelor și dezvoltarea abilităților de lucru fiind necesare
  9. Lipsa unei culturi a utilizării spațiului public
  10. Nivelul scăzut de profesionalism al comunicării culturale, lipsa unor sisteme integrate de comunicare culturală

## **V. Priorități strategice**

1. Creșterea accesului la cultură și dezvoltarea publicului
  2. Sustenabilitatea sectorului cultural
  3. Încurajarea creației – producția de noi conținuturi și forme culturale
  4. Dezvoltarea cooperării internaționale și a dimensiunii europene a sectorului cultural clujean
  5. Creșterea cooperării intra și intersectoriale
- 
6. Necesitatea unei noi abordări a culturii, ca facilitator al transformării sociale

7. Dezvoltarea infrastructurii
8. Creșterea calității actului de cultură și a profesionalismului operatorilor culturali
9. Dezvoltarea culturii utilizării spațiului public
10. Îmbunătățirea comunicării culturale

\*\*\*

## 1. Creșterea accesului la cultură și dezvoltarea publicului

### Probleme identificate/nevoi:

- concentrarea ofertei culturale în centrul orașului
- posibilitățile reduse de participare culturală pentru locuitorii din cartiere, populația defavorizată, grupurile de persoane cu deficiențe motorii, de vedere de auz etc
- educația culturală deficitară
- tehnologiile noi oferă posibilități de acces la informație și dezvoltare de conținuturi de către orice persoană, însă în lipsa educației culturale generează un consum necritic, expunere/vulnerabilizare în spațiul virtual, incapacitatea de filtrare a informației, irosirea potențialului creativ etc
- preocuparea redusă a producătorilor culturali pentru a genera programe pentru audiențe specifice, pentru dezvoltarea publicului etc
- publicul evenimentelor artistice este în mare parte din aceeași categorie socială
- consumul cultural și cheltuielile alocate de indivizi/familii pentru cultură reduse
- necesitatea unei baze de informații/studiu cu privire la participarea culturală în oraș

### Măsuri/recomandări:

- programe de formare pentru operatorii culturali în tehnici de dezvoltare a publicului
- programe interinstituționale de schimb de public/încurajarea publicului pentru a participa și la alte tipuri de venimente culturale
- city card – sistem de acces la cultură și alte facilități din oraș
  - toursit card
  - city card – acces la mai multe servicii, voucher cultural
- vouchere pentru persoane defavorizate (sau simpli cetățeni)
- sistem de afișaj: prezența afișelor evenimentelor culturale în locuri cheie/cu vizibilitate mare (stații) – să genereze un sentiment de normalitate al mersului la evenimente
- transportul public ca mediu de afișaj
- sistem informatic – intranet urban – cu informații despre programul cultural, accesibil de pe telefoane mobile, web etc
- transport public de noapte din periferie la evenimente
- un program de colectare de date și studii anuale cu privire la nevoile culturale și participarea la cultură
- dezvoltarea de programe de educație artistică pentru cultivarea interesului pentru cultură, stimularea creativității și participării, creșterea cererii culturale
- parteneriate și programe speciale în școli

## 2. Sustenabilitatea sectorului cultural

### Probleme identificate/nevoi:

- precaritatea operatorilor culturali dată de instabilitatea surselor finanțare, de resursele limitate din sector
- lipsa asumării culturii ca un sector cu potențial pentru dezvoltarea orașului
- modul de alocare al fondurilor pentru cultură de la bugetul local – nu reflectă nevoile, prioritățile sectorului, calitatea proiectelor, vulnerabilitatea politică a distribuției fondurilor etc
- actul cultural este în continuare centralizat/instituționalizat
- creșterea numărului de practici culturale interdisciplinare, intersecția cu alte domenii, schimbarea metodelor și a zonei de intervenție impun o redefinire a culturii și la nivel strategic
- necesitatea asumării responsabilității de către operatorii culturali pentru sustenabilitatea modului de viață contemporan și față de sustenabilitatea practicilor culturale
- participarea scăzută la actul cultural și accesul limitat la cultură
- lipsa unor fonduri de garantare a contribuției la proiectele cu finanțare europeană
- sprijin redus din partea mediului economic pentru activitățile culturale
- capacitatea redusă a operatorilor culturali de a atrage fonduri europene, de a genera venituri proprii, de a atrage fonduri din comunitate și de a imagina sisteme de funcționare alternative (ex. sharing)
- lipsa accesului la credite pentru operatori culturali
- disponibilitatea redusă a publicului de a plăti pentru actul cultural – cotă redusă de cheltuieli pentru consum cultural

### Măsuri/recomandări:

- creșterea alocării pentru cultură în bugetul local
- îmbunătățirea sistemului de finanțare a proiectelor culturale de la bugetul local:
  - stabilirea unor criterii clare de selecție
  - stabilirea unor priorități de finanțare în acord cu strategia
  - selecția să fie făcută de un juriu de experți
  - crearea unui cadru pentru finanțări multianuale
- asumarea rolului culturii în dezvoltarea sustenabilă a comunității, includerea culturii ca prioritate transversală în politicile locale
- indicatori/ghid de comportament organizațional responsabil (preluat de exemplu din ghidul SOCIETAL) - care să fie treptat preluat ca bună practică și ca indicatori de valoare adăugată pentru proiectele finanțate din bugetul local
- înființarea unui fond pentru cofinanțarea proiectelor susținute prin fonduri europene (având ca beneficiari în special ONG-uri și instituții culturale)
- mecanism de susținere financiară a proiectelor culturale din taxe locale/impozite: sistemul "percent for art"
- încurajarea implicării mediului privat în cultură prin susținere financiară și parteneriate – prin facilități fiscale, premii etc
- atragerea investitorilor externi prin parteneriate internaționale
- campanie de comunicare pentru încurajarea sprijinirii culturii (care apelează la mândria locală) - de către indivizi prin mecanismul 2%, platforme de crowdfunding, voluntariat etc, de către companii prin acțiuni CSR
- crearea/facilitatea unor platforme de crowdfunding

- înființarea unei fundații de utilitate publică pentru colectarea și gestionarea fondurilor pentru proiectele comunității (fonduri publice și din mediul privat) și/sau gestionarea fondurilor comunitare de către operatori independenți (ex. ARC/Fundația Comunitară)
- facilitarea accesului la spații pentru evenimente/pentru activitățile curente ale operatorilor culturali prin:
  - reamenajarea și dotarea spațiilor în proprietate publică
  - dezvoltarea unui sistem de planificare online pentru accesul la aceste resurse (Casino, Bastionul Croitorilor, spații publice, pavilioane pentru evenimente în spațiul public, echipamente etc)
  - platformă online (în același sistem sau separat) pentru ca operatorii culturali să poată împărtăși resurse
- dezvoltarea de incubatoare finanțate de către administrația publică
- sprijinirea antreprenoriatului în cultură și industrii creative – prin facilități fiscale,
- utilizarea unor instrumente financiare – credite, obligațiunile de stat, etc

### **3. Încurajarea creației – producția de noi conținuturi și forme culturale**

#### **Probleme identificate/nevoi:**

- festivalizarea culturii locale – sprijinirea doar a unor tipuri de activități și a unor părți ale actului cultural
- superficialitatea contactelor și cooperării
- nevoia de a sprijini constant creatorii
- nevoia de mobilitate artistică
- lipsa cercetări și arhivării artei recente

#### **Măsuri/recomandări:**

- promovarea producțiilor culturale participative
- asumarea unor direcții noi și a priorităților strategice definite la nivelul orașului de către instituțiile publice din Cluj
- dezvoltarea unui program/proiecte de cercetare cu privire la istoria artei recente din Cluj/Romania
- dezvoltarea unui calendar cultural al orașului – care să permită o imagine de ansamblu asupra programului cultural anual, corelarea activităților diferiților operatori culturali, arhivarea publică a evenimentelor trecute
- muzeele să fie mai bine promovate, programul mai dinamic și atractiv (ex expoziții temporare) – tematizare, perioade etc
- reducerea rolului de organizator de evenimente culturale al primăriei – asumarea unui rol de facilitator; finanțator;
- evenimentele culturale organizate direct de municipalitate - comitet curatorial, direcționarea către operatorii culturali locali a programului cultural și a managementului diferitelor componente ale acestor evenimente
- fond de sprijinire a mobilității artiștilor și a produselor culturale
- încurajarea practicilor de co-producție internațională – pentru consolidarea unor relații durabile cu scena internațională și dezvoltarea unor practici profesionale bazate pe colaborare (nu doar importul de evenimente)
- dezvoltarea unui program de rezidență internațională la Cluj
- recunoașterea excelenței în domeniul artistic/cultural – premii

- asumarea de către administrație și companii a necesității sprijinirii proiectelor din întregul ciclu cultural (creație, producție, diseminare/prezentare, recepție/consum, reflecție/educație) – sprijinirea dezvoltării unei agende culturale diverse și echilibrate, care să încurajeze și creația, educația, producția, nu doar difuzarea și consumul cultural (cum se întâmplă curent datorită trendului de festivalizare)

#### **4. Dezvoltarea cooperării internaționale și a dimensiunii europene a sectorului cultural clujean**

##### **Probleme identificate/nevoi:**

- nivelul redus de cooperare internațională – dimensiunea internațională se reflectă în invitarea de artiști străini
- mobilitatea internațională redusă a artiștilor și a lucrărilor
- participarea la rețelele internaționale redusă
- importul de evenimente

##### **Măsuri/recomandări:**

- dezvoltarea dimensiunii europene/internaționale a sectorului cultural prin asumarea acesteia ca prioritate a programului de finanțare
- dezvoltarea unui fond de mobilitate
- susținerea/încurajarea participării la rețele europene
- dezvoltarea unui fond de co-finanțare care să încurajeze participarea actorilor locali la proiecte europene – cooperare europeană, creșterea vizibilității scenei locale pe plan internațional, atragerea de fonduri europene
- dezvoltarea unui program de rezidență internațională
- încurajarea co-producției internaționale
- promovarea turismului cultural – pachete turistice legate de agenda culturală - atragerea publicului internațional
- city marketing – focalizat pe profilul cultural (artă, stil de viață, ospitalitate, spații alternative, spirit liber etc)

#### **5. Creșterea cooperării intra- și inter- sectoriale**

##### **Probleme identificate/nevoi:**

- cooperare redusă între diferitele tipuri de actori culturali – în special între instituții publice și ONGuri
- numărul redus de parteneriate
- cooperarea deficitară dintre sectorul cultural și mediul de afaceri
- participare/cooperare europeană modestă
- oportunitate: creșterea relevanței culturii pentru alte domenii: regenerare urbană, educație, relații externe, incluziune socială etc

##### **Măsuri/recomandări:**

- încurajarea practicilor parteneriale/colaborative și a celor interdisciplinare în cadrul programului de finanțări de la bugetul local
  - facilitarea participării instituțiilor/organizațiilor locale la proiecte europene (fond de mobilitate, fond de cofinanțare a proiectelor europene)
  - crearea unei platforme de cooperare între autorități, mediul cultural și mediul de afaceri
  - încurajarea – prin sistemul de alocare de fonduri pentru proiectele instituțiilor publice de cultură – a deschiderii sectorului public pentru cooperarea cu sectorul independent
  - încurajarea practicilor de co-producție
- 

## **6. Necesitatea unei noi abordări a culturii, ca facilitator al transformării sociale**

### **Probleme identificate/nevoi:**

- înțelegerea și percepția sectorului cultural este încă în vechea paradigmă, a unui domeniu periferic, adresat elitelor
- în lipsa unei redefiniri/actualizări a înțelesului culturii ca act social, potențialul culturii pentru dezvoltarea și bunăstarea comunității este irosit
- nevoia identificării unui mod propriu și specific de abordare a culturii
- actul cultural este în continuare centralizat/instituționalizat
- creșterea numărului de practici culturale interdisciplinare, intersecția cu alte domenii, schimbarea metodelor și a zonei de intervenție impun o redefinire a culturii și la nivel strategic
- necesitatea asumării responsabilității de către operatorii culturali pentru sustenabilitatea modului de viață contemporan și față de sustenabilitatea practicilor culturale
- nevoia unei susțineri largi și a asumării publice a noului concept al culturii

### **Măsuri/recomandări:**

- un document strategic (manifest) care să redefinească cultura, rolul ei în societate, valorile pe care le promovează
- asumarea publică a acestei abordări
- studiu cu privire la potențialul de asimilare a acestei abordări de către producătorii culturali, administrație, public etc
- cultura ca și prioritate transversală în politicile locale
- indicatori/ghid de comportament organizațional responsabil (preluat de exemplu din ghidul SOCIETAL) - care să fie treptat preluat ca bună practică și ca indicatori de valoare adăugată pentru proiectele finanțate din bugetul local
- crearea unui sistem de colectare de informații și date despre cultură – producție, operatori, participarea publicului etc – care să permită realizarea de studii și analize longitudinale cu privire la dezvoltarea sectorului cultural și participarea la actul cultural
- crearea unei platforme de cooperare între operatorii culturali
- mecanism permanent de colaborare și comunicare între operatorii culturali și administrația locală
- campanii de comunicare/conștientizare

## **7. Dezvoltarea infrastructurii**

### **Probleme identificate/nevoi:**

- majoritatea organizațiilor culturale independente închiriază spații, în timp ce instituțiile dețin spații și dotări fără condiționări legate de programul cultural/relația cu publicul și comunitatea
- degradarea clădirilor de patrimoniu
- degradarea și neutilizarea potențialului cultural al unor spații
- degradarea și neglijarea patrimoniului recent
- modul de acces și programare a spațiilor publice – spații pentru evenimente, spații de comunicare etc
- megaproiectele de infrastructură – modul de planificare și administrare al acestora pentru a satisface cât mai just nevoile a câtor mai mulți actori culturali; costurile mari de construcție și mentinere să nu acapareze bugetul public pentru cultură, în defavoarea programelor culturale și a restului actorilor culturali
- infrastructura de comunicare culturală inadecvată
- pierderea accesului public la unele spații

### **Măsuri/recomandări:**

- sistem de management al spațiilor orientat către conținut: modul de programare culturală a spațiilor administrate de primărie (centrele de cultură urbană Casino, Bastionul Croitorilor, Cinema Mărăști) – pe baza unui sistem de programare coerent, un juriu care să dea o direcție/viziune culturală programării, accesul pe bază de proiecte (sistemul poate fi pilotat pe unul dintre spații)
- crearea unui mecanism prin care operatorilor/artiștilor independenți să li se faciliteze accesul la resursele publice (ex. 10 zile pe an spațiul/infrastructura/asistența tehnică să fie puse la dispoziția unor proiecte independente sau unor proiecte de colaborare între instituție și organizații independente)
- facilitarea accesului la spații pentru evenimente/pentru activitățile curente ale operatorilor culturali prin:
  - reamenajarea și dotarea spațiilor în proprietate publică, crearea unei infrastructuri mobile
  - dezvoltarea unui sistem de planificare online pentru accesul la aceste resurse (Casino, Bastionul Croitorilor, spații publice, pavilioane pentru evenimente în spațiul public, echipamente etc)
  - platformă online (în același sistem sau separat) pentru ca operatorii culturali să poată împărtăși resurse
- program de achiziție, reamenajare a unui fond construit pentru nevoile culturale ale orașului - recuperarea pentru comunitate a unor spații simbol ex. Boema, Continental, Flacara, Croco
- un sistem de apartamente (regim hotelier) pentru artiști în rezidență sau artiști aflați la Cluj în cadrul unor coproducții cu organizații și instituții locale
- crearea unui acord de colaborare între administrație și proprietarii principali de spații (UBB, Biserica, comunitatea evreiască etc) pentru facilitarea utilizării temporare a unor spații pe care le dețin pentru programele culturale publice
- cercetarea și valorizarea patrimoniului recent, împiedicarea distrugerii lui (prin reamenajări care nu respectă proiectul inițial) – ex. perioada modernă, perioada comunistă (ex. Palatul telefoanelor)
- maparea spațiilor (publice sau cu potențial de utilizare publică) cu potențial cultural – foste spații industriale, centrale/foste centrale termice sau electrice din cartiere, spații publice etc; realizarea unui studiu cu privire la potențialul lor utilizare

culturală/comunitar; implementarea unui proiect-pilot pentru activarea 1-4 spații de acest fel; după evaluarea fazei pilot dezvoltarea unui program de regenerare urbană pe baza acestor spații (fonduri europene)

- mecanisme de facilitare a utilizării temporare a unor spații (ex. până la demararea unor proiecte finale de reconstrucții etc)
- dezvoltarea unui sistem în parteneriat cu RATUC pentru facilitarea transportului special/prelungit în zonele unde au loc evenimentele culturale
- evaluarea sistemului curent de afișaj, dezvoltarea de noi spații de afișaj/comunicare culturală și dezvoltarea unui sistem integrat de planificare a accesului la aceste spații afișaj, eliminarea sau subvenționarea taxei de afișaj (solicitată de RADP) pentru evenimente culturale

## **8. Creșterea calității actului de cultură și a profesionalismului operatorilor culturali**

### **Probleme identificate/nevoi:**

- nevoia de profesionalizare în sectorul cultural, în special în management cultural, comunicare, fundraising etc
- necesitatea creșterii calității actului cultural, de a atinge excelența în mai multe domenii artistice
- nivelul de cooperare națională și internațională redus
- lipsa exercițiului consultării specialiștilor din domeniul cultural în situații strategice – ex. decizii cu privire la investiții, megaproiecte ale orașului, selecția proiectelor cu finanțare publică, pregătirea evenimentelor culturale ale orașului (Zilele Clujului, Seri de Vară etc)
- numărul redus de colaborări cu mediul academic și alte domenii
- lipsa unei practici coerente de studiere a fenomenului cultural și de cercetare și arhivare a artei recente
- domeniul criticii și teoriei culturale subdezvoltat

### **Măsuri/recomandări:**

- programe de dezvoltare profesională pentru manageri culturali – formări, schimburi de experiență, încurajarea mobilității internaționale
- distincție/premiere a excelenței în domeniul artistic
- formarea unui corp de experți culturali – pentru monitorizarea anuală a implementării strategiei și stabilirea priorităților anuale pentru domeniul cultural, inițierea unor programe de cooperare/sinergice etc
- un program de cercetare în domeniul cultural – o platformă de colaboare între universități și sectorul cultural
- un program de cercetare și arhivare în ceea ce privește arta modernă și contemporană de la Cluj
- 

## **9. Dezvoltarea culturii utilizării spațiului public**

### **Probleme identificate/nevoi:**

- lipsa unei culturi a utilizării spațiului public

- prezența evenimentelor culturale în spațiul public predominant în centru

#### **Măsuri/recomandări:**

- încurajarea folosirii spațiului public pentru proiecte culturale, în special în cartiere
- definirea unui ghid de utilizare a spațiului public pentru cei care organizează evenimentele
- cartografiere spațiului public și definirea modului de utilizare (ex. Piața Mihai Vitezu – ca spațiu pentru târguri)
- crearea unui fond de dotări pentru evenimente publice – pavilioane, scenă mobilă, echipament etc
- reglementarea locală (autorizarea temporară/gratuită) a artiștilor stradali
- programe educaționale în școli
- accesibilizare/deschidere socială spațiilor - decizie a comisiei de urbanism pentru restricționarea anumitor categorii de activități (care "limitează" utilizarea socială a spațiilor publice) în piețele principale, cu rol important pentru socializare, activare urbană
- pietonalizarea mai multor spații centrale
- reactivarea și revitalizarea Zonei Gării, reamenajarea Pieței Mihai Viteazu – ca loc pentru piețe, târguri de producători, colecționari etc

## **10. Îmbunătățirea comunicării culturale**

#### **Probleme identificate/nevoi:**

- sistemul de afișaj insuficient, costurile de afișaj
- comunicarea culturală a operatorilor deficitară

#### **Măsuri/recomandări:**

- dezvoltarea unei platforme online/calendar cultural
  - portal cultural
  - sistem online de postat evenimente culturale de către operatori culturali
  - newsletter – pentru utilizatori
  - sistem de sondare a gustului publicului pentru evenimente
  - sistem de programare a spațiilor și dotărilor, inclusiv a utilizării spațiilor publice
  - agenda evenimentelor de interes internațional – pachete turistice, serviciile conexe, booking spaces
- sistem intranet – niveluri de informație despre oraș (ex evenimente culturale, spații culturale, date despre patrimoniul construit etc) accesibile pe baza tehnologiei geolocaționale (smartphone)
- dezvoltarea unei rețele de internet gratis în tot orașul
- multilingvism – corelare cu strategia interculturală – publicarea programelor evenimentelor internaționale în mai multe limbi (RO, HU, EN)
- încurajarea educației/excelenței în presă – premiu pentru presă, cursuri, campanii de informare în parteneriat cu presa
- nevoi de comunicare /marketing
  - operatorii turistici, etc
  - definirea profilului cultural al orașului și promovarea lui în oraș și în afară

- management concertat al promovării evenimentelor – platforma online, ghid afișaj
- instituirea unei practici legată de documentarea evenimentelor culturale – cel puțin pentru proiectele finanțate public și raportarea/publicarea online
- încurajarea metodelor alternative de popularizare a evenimentelor (mediul virtual)
- pachete turistice – bazate pe agenda culturală anuală – aprobată în consiliul local
- conștientizarea resurselor specifice/identificare simboluri/autenticitate
  - particularități: etnic, cultural, educațional – de inclus în profilul cultural
- creșterea calității sistemului de afișaj public/comunicare mai eficientă cu publicul
  - sistem de afișaj/
  - regulament de afișaj – reglementarea firmamentelor, tăblițelor de monument (ex cu aplicare în următorii 3-5 ani)
    - curțile de intrare – cu mai multe companii
    - sistem de gratuitate la afișaj
    - crearea unor sisteme suficiente de afișaj
    - reglementarea afișajului ilegal
    - sisteme alternative de afișaj – biciclete, BTL de promovare culturală
    - urban screens

## VI. Programe operaționale și măsuri strategice

### 1. Plan de creștere a bugetului pentru cultură până la min 4% din bugetul local până în 2020

Responsabili: Consiliul Local și Primăria Cluj-Napoca

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2016	2%
2018	3%
2020	4%

### 2. Program de colectare de date din sectorul cultural și de realizare de studii și cercetări longitudinale despre sectorul cultural și participarea culturală

Responsabili: Primăria Cluj-Napoca, Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană, universități

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului Dezvoltarea parteneriatului Inițierea colectării de date din sector Sondaj cu privire la percepția publică și participarea culturală
2015	Raport de analiză a sectorului cultural 2014 Sondaj cu privire la percepția publică și participarea culturală
2016-2020	Rapoarte și sondaje anuale, alte cercetări în funcție de nevoi

### 3. Program de îmbunătățire a educației culturale – formale, non-formale, informale

Responsabili: operatori culturali, Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană, Primăria Cluj-Napoca

Parteneri: Inspectoratul Școlar, școli, instituții educaționale, companii

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului
2016	Cel puțin 20 de actori instituționali implicați în activități curente de educație culturală

### 4. Program de activare a unor spații periferice pentru activități culturale și comunitare – cartografiere etc

Responsabili: Primăria Cluj-Napoca, Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană, Parteneri: OAR, operatori culturali, companii

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului Cartografierea și analiza potențialului spațiilor din cartiere Selectarea unui spațiu și dezvoltarea unui proiect pilot
------	--

2015	Inițierea unui program de reconversie și activare a cel puțin unui spațiu comunitar
2017	Minim 4 spații activate
2020	Minim un spațiu pe cartier/vecinătate

#### **5. Mecanism fiscal "percent for art" și program de susținere a artei publice/comunitare**

Responsabili: Primăria Cluj-Napoca, Consiliul Local, Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană, Parteneri: OAR, operatori culturali, companii  
Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului
2015	Aprobarea proiectului în Consiliul Local
2016	Faza pilot
2017-2020	Funcționarea continuă a programului

#### **6. Program de sprijin a excelenței în arta contemporană (vizuală): cercetarea și arhivarea artei recente, spații/kunsthalle**

Responsabili: Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală, Primăria Cluj-Napoca, Consiliul Local, Culturală Europeană

Parteneri: Fabrica de Pensule, UAD, Muzeul de Artă, operatori culturali din zona artelor vizuale  
Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului
2015-2020	Implementarea planului dezvoltat în parteneriat

#### **7. Program integrat de facilitare a accesului la actul cultural pentru persoane cu dizabilități și creșterea participării culturale pentru grupuri defavorizate**

Responsabili: Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană, operatori culturali, Primăria Cluj-Napoca

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2015	Dezvoltarea cadrului programului
2016	Semnarea unui protocol la nivelul sectorului cultural
2017-2020	Programe speciale de largire a accesului la cultură

#### **8. Program de sprijinire a rezidențelor artistice**

Responsabili: operatori culturali, Primăria Cluj-Napoca, Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană

Parteneri: cluster IT, companii

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului
2015	Alocarea unor spații de locuire pentru găzduirea artiștilor în rezidență Faza pilot a programului de rezidență
2016	Evaluarea fazei pilot și dezvoltarea programului (burse)
2017-2020	Funcționarea continuă a programului

**9. Program de sprijin a cooperării și coproducției la nivel european – fond de mobilitate, fond de cofinanțare pentru proiecte cu finanțare europeană, program internațional de voluntariat și placement**

Responsabili: operatori culturali, Primăria Cluj-Napoca, Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului
2015	Fond de mobilitate Fond de co-finanțare pentru proiecte cu finanțare europeană
2016	Program internațional de voluntariat și placement
2017-2020	Funcționarea continuă a programului

**10. Program de optimizare a sistemului de afișaj și comunicare culturală în oraș**

Responsabili: Primăria Cluj-Napoca, Consiliul Local

Parteneri: RADP, Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului
2015	Sistem de facilitare a afișajului cultural (subvenție etc)
2016	Extinderea spațiilor de afișaj Sistem integrat de programare și gestionare a spațiilor, online
2017-2020	Funcționarea continuă a programului

**12. Platformă online pentru sectorul cultural – calendarul evenimentelor culturale, organizare resurse (spații, echipamente etc) la nivelul orașului**

Responsabili: Primăria Cluj-Napoca, Consiliul Local

Parteneri: cluster IT, Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană, operatori culturali etc

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului Platforma calendar (permite operatorilor și alor servicii la nivelul orașului să cunoască agenda culturală)
2015	Platforma de management resurse publice – echipament, spații
2016	Platforma 2.0
2017-2020	Funcționarea continuă a programului

**13. Platformă de cooperare între operatorii culturali și între operatorii culturali și administrație, mediul academic, mediul conomic etc**

Responsabili: Primăria Cluj-Napoca, Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană, Consiliul Local

Parteneri: operatori culturali, companii, mediul academic

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului Întâlniri periodice între operatorii culturali și administrație – min 4 întâlniri pe an Întâlniri periodice între operatorii culturali, administrație și operatori economici – min o întâlnire pe an
2015- 2020	Implementare conform planului dezvoltat

**15. Campanie de comunicare și promovare a noii abordări a culturii – manifest, discursuri inspiraționale despre cultură, etc**

Responsabili: Asociația Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană, Primăria Cluj-Napoca, Consiliul Local

Parteneri: operatori culturali, companii, mediul academic

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului Manifest despre cultură/cultura vie Campanie de comunicare și promovare – discursuri inspiraționale – conferințe, social media etc
2015	Evaluare campanie

**16. Program de reabilitare, renovare, revitalizare a spațiilor culturale și/sau cu valoare de patrimoniu**

Responsabili: Primăria Cluj-Napoca, Consiliul Local

Parteneri: operatori culturali, Consiliul Județean,

Surse finanțare: fonduri europene

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului Includerea în portofoliul de proiecte pentru Programarea fondurilor regionale/Pol creștere
2015-2020	Implementare conform plan dezvoltat

**17. Program de dotări pentru evenimente culturale publice – scenă mobilă, pavilioane mobile, etc**

Responsabili: Primăria Cluj-Napoca, Consiliul Local

Parteneri: operatori culturali

Surse finanțare: fonduri europene

Perioada de implementare: 2014-2020

Indicatori intermediari:

2014	Dezvoltarea cadrului programului Evaluarea necesarului de dotări
2015	Achiziții Sistem de planificare online a dotărilor
2016	Achiziții Evaluare program

## VII. Sinergii cu alte domenii ale strategiei de dezvoltare

Filantropie	Fondul Enjoy Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană
Marketing teritorial	promovarea ca oraș cultural
Tineret	sinergii cu programul Cluj-Napoca 2015 Capitală Europeană a Tineretului Program de educație culturală
Educație preuniversitară	Program de educație culturală
Turism	Turism cultural
Relații europene	Cultura ca element de dezvoltare a relațiilor externe Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană
Urbanism, mediu construit	Program de reabilitare spații culturale Program de reconversie spații culturale/comunitare în cartiere
Diversitate culturală	Menținerea și promovarea diversității culturale Cluj-Napoca 2021 Capitală Culturală Europeană
Educație universitară	Program de cercetare și studii în domeniul culturii Programe de cooperare cu sectorul cultural
IT	Dezvoltarea de platforme digitale Rezidențe și programe interdisciplinare

## VIII. Mecanism de evaluare și actualizare a strategiei

**Grup de experți**, cu rol în:

- monitorizarea și evaluarea anuală a strategiei
- formularea de recomandări de îmbunătățire a implementării, de modificare/actualizare/revizuire
- dezvoltarea unui sistem de evaluare

formularea priorităților anuale pentru sectorul cultural – care vor fi preluate pentru

---

**Coordonare grup de lucru:** Florin Moroșanu, István Szakáts, Hanna Ugron, Rarița Zbranca  
Asociația Cluj Capitală Culturală Europeană  
Bd1 21 Decembrie nr. 58, 400094 Cluj-Napoca  
Tel: +40-(0)372 773603, office@clujnapoca2021.ro  
www.clujnapoca2021.ro

**Contributori analiză preliminară:**

Horea Avram, Corina Bucea, Miki Braniște, Mihai Brusturean, Rareș Crăiuț, Miana Domide, Florin Moroșanu, Irina Petraș, István Szakáts, Florentina Tătar, Hanna Ugron, Rarița Zbranca (coordonator)