

**STRATEGIA CULTURALĂ A
MUNICIPIULUI TIMIȘOARA
2014 - 2024**

BENEFICIAR

Primăria Municipiului Timișoara

bd. C.D. Loga, nr. 1, cod poștal 300030 Timișoara, jud. Timiș
T: +40 -(0)256408300, F.: +40 -(0)256490635
E: primariatm@primariatm.ro
I: www.primariatm.ro

CONSORȚIU CONSULTANȚI

Asociația MetruCub - resurse pentru cultură

Calea Vitan nr. 201, bl.51, sc.1, et.8, ap.32, camera 2, cod poștal 031286, sector 3, București
T: +40 744399767
E: contact@m3culture.ro
I: www.m3culture.ro.

A.T.U. - Asociația pentru Tranziția Urbană

str. Voila nr, 10, bl. 21, sc. 2, parter, ap. 16, camera 2, sector 4, București
T: +40 213126272
E: atu@atu.org.ro
I: www.atu.org.ro

ECHIPA DE LUCRU

Consortiu contractat

Coordonare: Vera Marin, Raluca Pop
Planificare urbană și planificare participativă: Vera Marin
Politici culturale și management cultural: Raluca Pop, Ioana Tamaș
Arhitectură, patrimoniu, mediu construit: Vera Marin, Vlad Pată (cartare patrimoniu industrial)
Arte vizuale: Liviana Dan (consultant), Ioana Tamaș
Artele spectacolului: Cristina Modreanu
Cultură scrisă: Dragoș Neamu
Dezvoltarea publicului: Raluca Pop
Industrii culturale și creative: Dragoș Neamu
Muzeu: Dragoș Neamu
Muzică: Andreea Tako-lager (consultant), Raluca Pop

Primăria Municipiului Timișoara

Coordonator proiect: Lavinia Simion
Manager strategie: Alina Pintilie
Asistent proiect: Diana Paulescu

Institutul Intercultural Timișoara

Director Poli culturali: Dr.ec.Corina Răceanu
Coordonator proiect: Marcel Bajka
Director formare: Dr.soc.Călin Rus
Director cercetare: Conf. univ. dr. Bogdan Nadolu

Mulțumim tuturor celor care au contribuit la realizarea strategiei, acordând informații, timp și încredere demersului de planificare culturală. Activitățile nu se puteau realiza fără participarea organizațiilor și publicului interesat de viața culturală a orașului.

Mulțumiri speciale următoarelor instituții care au găzduit cu generozitate evenimente legate de elaborarea strategiei culturale: Facultatea de Arte și Design din cadrul Universității de Vest Timișoara și Casa Artelor - Direcția Județeană pentru Cultură Timiș.

Mulțumim organizatorilor de evenimente culturale și domnului Constantin Duma pentru fotografiile puse la dispoziție.

Traduceri în limbile engleză și sârbă: S.C. Top Languages SRL
Design grafic, layout, tipar: S.C. Jecza SRL

CUPRINS

1	Contextul elaborării strategiei / 7
2	Metodologie / 8
3	Analiza mediului extern / 11
4	Cultura - dimensiune transversală a politicilor publice / 16
5	Cartarea resurselor culturale / 18
6	Obiective generale și măsuri de acțiune / 44
7	Plan de acțiune / 50
8	Proceduri și indicatori de evaluare / 63
9	Instrumente de implementare / 68
10	Rezumat executiv / 76
	Executive Summary / 81
	Rezime / 86
	Bibliografie / 92
	Anexe / 95
	Anexes
	Anekse
	Cercetarea în Timișoara și Timiș / 96
	Research in Timisoara and Timis County / 110
	Istraživanje u Temišvaru i Županiji Timiș / 120



1

Contextul elaborării strategiei

Strategia culturală a Municipiului Timișoara 2014-2024 este un document de politică publică ce va fundamenta și ghida activitatea Primăriei Municipiului Timișoara în domeniul culturii formulând pașii necesari de urmat de sectorul cultural pentru realizarea viziunii comune propuse.

Strategia a fost formulată în cadrul proiectului transfrontalier *Poli culturali - Politica culturală, instrument de dezvoltare comunitară și regională*, realizat de Institutul Intercultural Timișoara, în calitate de partener lider, împreună cu Primăria Municipiului Timișoara, Primăria Orașului Zrenianin, Primăria Orașului Panciova și Parlamentul Civic Orașul Liber Vârșeț. Proiectul este finanțat de Uniunea Europeană prin Programul IPA de Cooperare Transfrontalieră România-Republica Serbia, axa prioritară 3 - Promovarea schimburilor între comunități (People-to-People), măsura 2 - Îmbunătățirea guvernării locale cu privire la furnizarea de servicii locale către comunitățile din zona de graniță.

Procesul de formulare a strategiei a fost implementat de o echipă de experți independenți, aparținând consorțiului format din două organizații neguvernamentale: Asociația MetruCub - resurse pentru cultură și Asociația pentru Tranziție Urbană (A.T.U.). Consorțiul a lucrat pentru Primăria Timișoara, în calitate de beneficiar, în cadrul contractului intitulat *Dezvoltarea strategiei culturale pentru Timișoara, organizarea a 3 dezbateri pe tema Capitală Europeană a Culturii*.

Strategia culturală a Municipiului Timișoara 2014-2024 a fost formulată în acord cu metodologia programului **Liverpool 08 Capitală Europeană a Culturii**, metodologie acceptată la nivel european ca model de bună practică în proiectarea, implementarea și evaluarea politicilor publice în cultură la nivel local, recomandată de Comisia Europeană. Demersul de fundamentare și de proiectare a strategiei a fost de asemenea ghidat de **Agenda 21 pentru cultură**, adoptată de autorități locale din întreaga lume ca document de referință în dezvoltarea culturală. Procesul de formulare a strategiei, care a durat opt luni, februarie-septembrie 2014, a urmărit principiile, responsabilitățile și recomandările **Agendei 21 pentru cultură**. Abordarea echipei de experți și a Primăriei Timișoara a fost una asumat **participativă** - prin consultările și atelierile de planificare participativă programate în acest interval, **transversală** - plasând cultura la intersecția cu alte sectoare de activitate și corelând-o cu documente de politici publice din alte zone profesionale și **sustenabilă** - prin planificarea măsurilor pe termen lung, pentru următorii zece ani, plecând de la potențialul și capacitatea operatorilor culturali din Timișoara, cu un sens de evoluție de jos în sus.

Deși nu se confundă cu Programul Capitală Europeană a Culturii în care Timișoara este înscris ca oraș candidat pentru anul 2021, *Strategia culturală a Municipiului Timișoara 2014-2024* sprijină candidatura Timișoarei prin viziunea și măsurile propuse pe termen lung. De altfel, strategia culturală a orașului este o condiție necesară dosarului de candidatură. Regulamentul pentru Programul Capitală Europeană a Culturii 2020-2033 prevede că „premiul titlului de Capitală Europeană a Culturii va continua să se bazeze pe un program cultural creat în mod special pentru Capitală Europeană a Culturii, care ar trebui să dețină o puternică dimensiune europeană. Programul ar trebui, de asemenea, să facă parte dintr-o strategie pe termen lung cu impact sustenabil asupra dezvoltării economice, culturale și sociale locale”. „Contribuția la strategia pe termen lung” este de asemenea unul dintre cele șase criterii în acordarea titlului. În procesul de formulare, echipa de experți, Primăria Municipiului Timișoara și Institutul Intercultural Timișoara au implicat Asociația Timișoara Capitală Europeană a Culturii.

Miza acestui document strategic rămâne, însă, dezvoltarea pe termen lung a orașului prin cultură și a sectorului cultural în sine, în cooperare cu alte orașe din țară, din regiune și din străinătate. *Strategia culturală a Municipiului Timișoara 2014-2024* va stimula dezvoltarea culturală a orașului pentru următorii zece ani, integrând momentul 2021, indiferent de rezultatul competiției. Sprijinind candidatura Timișoarei, strategia acționează ca viziune și planificare integratoare, înainte și după obținerea titlului de Capitală Europeană a Culturii 2021.

2 Metodologie

Principii

Planificarea culturală, ca acțiune distinctă a politicilor culturale, reprezintă o încercare pentru fiecare comunitate. Calitatea planificării poartă amprenta valorilor sale reprezentative și determină încrederea și implicarea în realizarea măsurilor propuse. Timișoara este un oraș pentru care valorile civice și drepturile democratice au fost și sunt esențiale. Oraș al Revoluției din 1989, în care inițiativa privată este încurajată și respectată, Timișoara a privit întotdeauna spre Europa ca spre un reper de modernizare și dezvoltare. Strategia culturală pentru perioada 2014-2024 susține valorile bunei guvernări și se bazează pe o largă consultare a operatorilor culturali și a populației.

Principii care au stat la baza elaborării strategiei culturale sunt:

- **Luarea în considerare a rolului culturii pentru dezvoltare.** Urmând recomandările Agendei 21 pentru cultură, cultura este al patrulea pilon al dezvoltării durabile și trebuie tratată cu atenție în documentele programatice și măsurile de dezvoltare urbană și teritorială. Formularea strategiei a îmbrățișat premisele proiectului *Poli culturali*, care consideră cultura ca fiind un important factor de dezvoltare individuală și comunitară.
- **Colectarea de date cantitative și calitative de încredere,** necesare analizei domeniului cultural. La nivel național, Timișoara are cea mai consistentă experiență de analiză a vieții culturale, bazată pe proiectele de cercetare sociologice și statistice realizate în anii 2000, 2005 și 2013 prin proiectele realizate de Institutului Intercultural Timișoara și Universitatea de Vest.
- **Cunoașterea și înțelegerea situației și a relațiilor dintre factorii interesați ai culturii timișorene.** Dincolo de analiza bugetelor și a tipurilor de proiecte realizate, este necesar să se urmărească schemele de colaborare și potențialul de conflict sau segregare în producția și promovarea culturii timișorene. Fără susținere operatorilor culturali, programele și deciziile de politică publică nu ar avea legitimitatea socială pentru a se realiza.
- **Considerarea planificării culturale drept un avantaj în sine pentru oraș.** Consultările și discuțiile din perioada planificării aduc împreună decidenții politici și administrativi, operatori culturali, decidenți politici și administrativi care construiesc oferta culturală a orașului și se adresează nevoilor și aspirațiilor cetățenilor orașului. O viziune comună pentru oraș se poate dezvolta doar prin deliberare și cunoaștere reciprocă.

- **Un plan de comunicare și de implicare a operatorilor culturali simplu și pragmatic.** Prin procesul de planificare s-a asigurat implicarea operatorilor culturali și participarea lor activă.
- **Construirea de punți de comunicare și colaborare între administrația publică, sectorul cultural și creativ și alți factori interesați.** Diferențele de status și de rol în viața culturală a orașului creează adesea bariere de comunicare. Prin facilitare, procesul de planificare construiește comunicare și transformă operatorii culturali și administrația publică în actanți interesați de comunitate.
- **Transformarea punctelor tari în avantaje competitive și în potențial pentru dezvoltare; adresarea nevoilor și a punctelor slabe ale sectorului cultural.** Dezvoltarea culturală și punerea în valoare a culturii pentru dezvoltare depind în egală măsură de o privire onestă asupra profilului și potențialului sectorului cultural din oraș, a lucrurilor pe care le face bine și a problemelor care există.
- **Interesul public ghidează toate acțiunile administrației publice locale și ale culturii publice.** Legătura dintre oraș și cetățeni trebuie să fie evidentă din felul în care orașul pregătește și comunică acțiunile culturale finanțate din bani publici. În acest context, strategia ține cont de nevoile culturale, de motivația de consum cultural a populației orașului Timișoara, identificate prin cercetarea din 2013. Orașul se va dezvolta prin cultură, doar printr-o viziune în care considerațiile sociale, economice și de mediu vor fi complementare priorităților culturale.
- **Viața culturală se bazează pe relațiile pe care aceasta le dezvoltă în regiune, la nivel național și internațional.** Într-o lume globalizată, orașul are nevoie să urmeze trasee istorice, firești, ale comunicării regionale și internaționale și să descopere drumuri noi pentru promovare și colaborare culturală.
- **Cultura publică este creată nu doar de instituții publice, ci și de organizații neguvernamentale, actori privați și creatori independenți.** Democratizarea culturii presupune legitimare și acordarea de șanse egale la accesarea fondurilor publice, în funcție de merit, indiferent de forma de organizare juridică, recunoscând potențialul creativ al fiecărui actor interesat.
- **Opiniile operatorilor culturali contează, la fel cum sunt importante nevoile și părerile altor factori interesați de viața culturală timișoreană.** Timișoara în 2024 este o construcție a tuturor cetățenilor săi în care viitorul este construit social prin interacțiunea motivațiilor, așteptărilor, simbolurilor și acțiunilor individuale și de grup.
- **Ideea de cultură cuprinde fenomene contemporane ale expresiilor culturale, cum ar fi street art și industriile creative.** Strategia culturală ține cont de aceste noi manifestări culturale și le integrează firesc în viața orașului.

Activități realizate pentru elaborarea strategiei

Procesul de elaborare a strategiei culturale a avut loc între februarie și august 2014 și a constat în mai multe tipuri de activități, care au debutat cu lansarea oficială a acestui proces în cadrul unei conferințe de presă.

Au urmat mai multe activități de documentare, analiză, consultare și formulare a strategiei culturale, ocazii cu care Consultantul a implicat direct aproximativ 450 de persoane prin focus-grupurile, interviurile, dezbaterile și prezentările pe care le-a organizat. Mai mult de 2.000 de persoane au fost implicate în total, direct și indirect, în procesul de formulare a strategiei și la dezbaterile susținute de invitați internaționali din Spania, Belgia, Italia, Ungaria, Olanda și Serbia.

Întâlnirile de tip focus-grup

Au participat 185 de persoane la cele 14 sesiuni de tip focus-grup, astfel: arte vizuale (34); arta tinerilor, educație culturală, arta amatorilor (35); artele spectacolului și film (26); arhitectură și patrimoniu (26); muzee (12); industrii culturale și creative (14); biblioteci, edituri, cultură scrisă (7); muzică (31). Focus-grupurile au fost proiectate pentru a răspunde unor întrebări care priveau trei paliere temporale (trecut, prezent și viitor) și ipoteze cu privire la situația respectivului domeniu cultural. Ipotezele s-au bazat pe interviuri prealabile cu operatori culturali din Timișoara și pe datele sociologice și statistice existente despre creația artistică și consumul cultural în oraș. Au fost analizate astfel elemente de calitate a ofertei culturale și a proceselor, vizibilitatea și mobilitatea, consumul și participarea culturală, deschiderea pentru multiculturalitate, educația culturală, guvernarea culturală și colaborarea cu mediul de afaceri.

Atelierul de planificare participativă

A reunit 42 de persoane în cele două zile ale evenimentului pentru: (1) a defini viziunea și de a identifica valorile împărtășite la nivelul comunității operatorilor culturali alături de alte organizații reprezentative din oraș; (2) a analiza situația existentă și a identifica probleme-cheie din sectorul cultural, urmate de stabilirea unor priorități de acțiune; (3) a formula posibile soluții pentru rezolvarea problemelor și a găsi idei de măsuri fezabile, sub forma unor programe, proiecte sau acțiuni. Rezultatele cercetării sociologice realizate la sfârșitul anului 2013 pentru identificarea nevoilor culturale, a motivației de consum cultural a populației orașului Timișoara au fost prezentate participanților iar Agenda 21 pentru cultură, a fost luată ca referință în etapa de proiectare și realizare a atelierului.

Cartarea resurselor culturale ale orașului

Cartarea a fost centrată pe trei tipuri de resurse: spații culturale (actuale și potențiale), *operatori culturali* (organizații și instituții publice de cultură) și *manifestări culturale* (evenimente și proiecte de anvergură, relevante pentru oraș). Eforturile comune de documentare au însemnat trimiterea a 12 cereri de informații către autorități și instituții publice, documentare specifică, mai mult de 40 de interviuri cu persoane-resursă din oraș, interviuri și trimiterea de chestionare către instituțiile religioase din oraș și Consiliile Consultative de Cartier.

Au fost astfel coroborate date obținute în urma cercetării sociologice realizate în cadrul proiectului Poli Culturali în 2013, dar și date mai generale despre economia socială a județului, date statistice culturale,

inclusiv despre vitalitatea culturală, și informații furnizate de operatorii culturali participanți la întâlnirile organizate. Cartarea oferă o imagine generală asupra profilului vieții culturale și operatorilor culturali din Timișoara, comparativ cu regiunea și restul țării, și scoate în evidență domeniile culturale cele mai performante (din punct de vedere al vitalității culturale) și cele care au nevoie de sprijin pentru a se dezvolta. **Rapoartele tematice** prezintă analize de potențial ale respectivelor domenii culturale și au rezultat în urma realizării mai multor interviuri individuale și a celor 14 sesiuni de tip focus-grup, coroborate cu un efort documentar semnificativ.

Pentru cartarea spațiilor culturale s-a operat o distincție între **spațiile culturale actuale** și cele **potențiale**. **Spațiile culturale actuale**, sunt acele spații unde au loc activități culturale cu public cu un caracter constant sau ocazional, au fost colectate pe baza documentării și a materialelor primite din partea Primăriei Timișoara și a Asociația Timișoara Capitală Culturală Europeană 2021. Informațiile au fost integrate într-o platformă grafică interactivă Google Maps. Harta culturală a orașului astfel realizată poate fi actualizată în continuare, rămânând un instrument util factorilor interesați. Spațiile culturale potențiale, reprezentate în primul rând de spații industriale dezafectate aflate în proprietate privată, au fost cartate datorită nevoii sectorului cultural de noi spații culturale și a efortului până în acest moment fragmentat de acțiune concretă în acest sens.

Pentru **asigurarea participării la realizarea strategiei**, Consultantul a realizat și actualizat site-ul www.polesofcultures.eu/timisoara, a elaborat și trimis 2 buletine informative (aprilie-mai, respectiv mai-iunie) și mai multe comunicate de presă pentru a anunța evenimentele din cadrul proiectului. Consultantul a invitat constant la toate activitățile publice ale proiectului membri și reprezentanți ai **Asociației Timișoara Capitală Culturală Europeană**, pentru a asigura corelarea cu activitățile de pregătire a candidaturii orașului la titlu în 2021, dar și pentru a asigura coerența de conținut și viziune. O prezentare a activităților și măsurilor propuse a avut loc în cadrul unei întâlniri la care au participat aproximativ 50 de persoane din cadrul operatorilor culturali și ai Asociației.

3 Analiza mediului extern

La acest subcapitol din Strategie sunt prezentați diferiți factori externi care influențează în mod direct sau indirect măsurile de politică publică culturală locală.

Analiza PESTLE se bazează pe observații coroborate cu informații din documentația de specialitate cu privire la starea economică și socială a orașului (realizate de Primăria Municipiului Timișoara), studii regionale (realizate de Agenția de Dezvoltare Regională Vest) și de fundament al Planului Urbanistic General al Timișoarei și al Programelor de cooperare transfrontalieră România-Ungaria și România-Serbia.

Factori politici

- În ianuarie 2014, la inițiativa primarului, partidele politice din Timișoara au semnat un acord de susținere a candidaturii orașului la titlul de Capitală Europeană a Culturii. Aceștia au fost cooptați în Board-ul Președinților Partidelor Politice, un organism cu rol consultativ.
- În anul 2011, Municipiul Timișoara a aderat la Asociația

Localităților și Zonelor Istorice și de Artă din România - ALZIAR, o organizație neguvernamentală având ca obiectiv principal conservarea, protejarea și valorificarea patrimoniului cultural (conform HCL 360/25.10.2011);

- Municipiul Timișoara este înfrățit cu 14 orașe din Europa și de pe alte continente: Mulhouse și Rueil-Malmaison din Franța, Karlsruhe și Gera din Germania, Faenza, Treviso și Palermo din Italia, Szeged din Ungaria, Novi Sad din Serbia, Graz din Austria, Nottingham din Marea Britanie, Cernăuți din Ucraina, Trujillo din Peru, Da Nang din Vietnam;
- De asemenea, Municipiul Timișoara a încheiat înțelegeri de cooperare cu orașele Lublin din Polonia, Taizhou din China, Zrenjanin din Serbia, München din Germania, Gwangju din Coreea de Sud și Banja Luka din Bosnia-Herțegovina;
- Municipiul Timișoara este membru în următoarele rețele și asociații europene: Eurocities, Rețeaua Orașelor Balcanice - BALCINET, „Clubul de la Strasbourg”, „Alianța orașelor care au în componență un cartier Iosefin”, „European Cities Marketing”, „Les Rencontres - Asociația orașelor și regiunilor europene pentru cultură”, „CITIES FOR SPORTS”, EU CORE CITIES;
- Timișoara face parte din EUROREGIUNEA DUNĂRE - CRIȘ - MUREȘ -TISA (DKMT), regiune transfrontalieră care include Regiunea Câmpia de Sud din Ungaria, Regiunea Voivodina din Serbia și Regiunea Vest din România.
- Începând cu ianuarie 2014, Serbia este stat candidat la statutul de membru al Uniunii Europene;
- Programele de cooperare transfrontalieră România-Ungaria și România-Serbia, care facilitează schimburile culturale vor continua și în perioada 2014-2020;

Factori economici

- Structura pieței în Regiunea Vest este relativ favorabilă creșterii randamentului într-un set de industrii ce includ, printre altele, calculatoare și electronice și echipamente electrice;
- Regiunea Vest este a doua regiune după București-Ilfov în termeni de PIB/cap de locuitor;
- Turismul balnear și de wellness, ecoturismul și turismul activ, turismul urban și MICE reprezintă avantaje competitive pentru Regiunea Vest;
- Nivelul de calificare a forței de muncă din sectorul turismului din Regiunea Vest este destul de scăzut;
- Sectorul turismului din Regiunea Vest nu este conectat la rețelele globale, iar oferta nu este comercializată în afara țării sau pe piața locală;
- Dacă până în anul 2011 numărul anual de pasageri care au utilizat aeroportul a crescut constant ajungând la 1.200.672 pasageri, din anul 2011 numărul de pasageri înregistrează o scădere semnificativă, respectiv în anul 2012 s-a înregistrat o scădere de 13% față de anul 2012, iar în anul 2013 o scădere de 27% față de anul 2012;

- Clasamentul primelor 10 țări după numărul de firme cu participare străină la capital arată că pe primul lor se situează Italia (191), urmată de Germania (46) și Austria (27);
- Clasamentul primelor 10 țări după valoarea capitalului străin investit în Timișoara, în anul 2013 plasează pe primul loc Elveția, urmată de Ungaria și de Italia.

Factori sociali

- Ponderea tinerilor este de 37% din total populația, pe fondul scăderii ratei natalității, specific zonei Banatului;
- Gradul de utilizare a infrastructurii școlare va scădea în unitățile școlare aferente unor cartiere sau zone cu trend demografic descrescător;
- Oamenii sunt reticenți să accepte un loc de muncă în altă localitate din Regiunea Vest decât cea de domiciliu;
- Regiunea Vest are dificultăți în păstrarea angajaților cu un nivel ridicat al competențelor profesionale;
- Se intenționează crearea unui observator regional al forței de muncă la Timișoara;
- În 2006 bilanțul migratoriu pentru municipiul Timișoara era unul negativ (-1,4%), justificat prin migrația transfrontalieră a populației autohtone;
- Rata șomajului în județul Timiș este, după Ilfov, cea mai mică din țară (1,51%);
- Față de recensământul din 2002, se remarcă în Timișoara o creștere a populației de etnie română, pe fondul scăderii cu 20% a populației de etnie maghiară și germană și cu 5% a celei de etnie romă;
- Timișoara are o structură socială complexă având un specific multi-transcultural bazat pe un spirit tolerant și de conviețuire multietnică exemplară;
- În Timișoara coexistă pașnic cetățeni grupați în peste 21 de etnii și 18 religii, reflectând două trăsături majore ale populației din zonă și anume interculturalitatea și gradul ridicat de toleranță;
- Creșterea gradului de infracționalitate și de violență a unor grupuri;
- Municipiul Timișoara s-a manifestat, aproape în permanență, ca important polarizator al forței de muncă pentru alte regiuni ale țării, cu excedent demografic, îndeosebi pentru județele din nordul Moldovei, nord-vestul Transilvaniei (Apuseni, Maramureș) și Oltenia.

Factori tehnologici

- Municipiul Timișoara a participat în anul 2011 la constituirea asociației „Cluster Regional Tehnologia Informației și a Comunicațiilor Regiunea Vest, România”;
- Tehnologia informației și comunicațiilor reprezintă un avantaj competitiv pentru Regiunea Vest;
- Se are în vedere îmbunătățirea accesibilității informaționale pentru toate categoriile de public și creșterea transparenței actului decizional prin implementarea de sisteme informatice pentru prelucrarea datelor;

- Insuficienta folosire a rezultatelor cercetării nu contribuie la consolidarea unei economii locale inovative și creative;
- Asociația pentru Cercetare Multidisciplinară din Zona de Vest a României (ACM-V) se înființează în Municipiul Timișoara;
- După București, Timișul este primul județ din România în domeniul activităților de consultanță în tehnologia informației, cu 103 firme care angajau în 2009 407 persoane și aveau o cifră de afaceri de 55.949.755 de lei;
- 69% din cifra de afaceri în industrii creative era realizată de operatori economici din București, urmați de Cluj (4,36%) și de Timiș (2,30%). În ceea ce privește numărul de salariați, Bucureștiul angajează 51,72%, în timp ce Clujul are 6,42%, iar Timișul 4,12% din totalul național.

Factori legali

- La nivel național, Timișoara a fost recunoscută ca cel mai mare centru polarizator în Regiunea Vest (prin H.G nr. 998/27.08.2008 pentru desemnarea polilor naționali de creștere în care se realizează cu prioritate investiții din programele cu finanțare comunitară și națională);
 - Timișoara este oraș de rangul 2 la nivel național, alături de Iași, Constanța, Cluj - Napoca și Brașov, cu funcții macroteritoriale și având cea mai întinsă zonă de influență directă (cu excepția capitalei), de circa 5.000 km²;
 - Legea-cadru nr. 330/2009 privind salarizarea unitară a personalului plătit din fonduri publice afectează funcționarea instituțiilor publice de cultură prin remunerarea extrem de scăzută a angajaților;
 - Managementul instituțiilor publice de cultură funcționează în baza Ordonanței de Urgență nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor de spectacole sau concerte, muzeelor și colecțiilor publice, bibliotecilor și al așezămintelor culturale de drept public, aprobată prin Legea 269/2009, modificată și completată prin OUG 68/2013. Această lege, împreună cu normele de aplicare permit introducerea în caietul de obiective a unor măsuri importante prevăzute în Strategia culturală a municipiului Timișoara legate de actul managerial al instituțiilor existente ori al celor care se dorește a fi nou înființate;
 - Legea drepturilor de autor și Codul Civil permit angajarea profesioniștilor din domeniul culturii pe termen limitat, în condiții de remunerație adaptate volumului de muncă și profilului profesional impus de respectivele sarcini;
 - Instituțiile publice de spectacole funcționează în baza Ordonanței nr. 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic, aprobată prin Legea nr. 353/2007;
 - Muzeele publice funcționează în baza Legii nr. 311/2003 muzeelor și a colecțiilor publice, modificată prin Legea nr. 12/2006;
- Patrimoniul național mobil și patrimoniul imaterial este protejat în baza Legii nr. 182/2000 și a Legii 26/2008, cu modificările și completările ulterioare;

- Conform legislației în vigoare în România (Legea nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice) beneficiază de protecție în sens juridic imobilele cu statut juridic de „monument istoric” (clădiri, ansambluri, situri prevăzute în lege, precum și cele existente în Anexa 3 la Legea 5/2000, secțiunea III zone protejate din PATN - Planul de Amenajare a Teritoriului Național);
- Clădirile de patrimoniu care nu sunt clasate, chiar dacă sunt componente ale unei zone protejate, pot fi modificate sau chiar eliminate fără sancțiuni juridice, dar cu consecințe grave asupra monumentelor istorice și asupra mediului construit. Legislația privind protecția patrimoniului cultural se va modifica în viitorul apropiat, Codul Patrimoniului Cultural a fost trecut ca prioritate de guvernare de mai multe ori în ultimii ani;
- În programul Guvernului adoptat în 2014, printre obiectivele Executivului se află și constituirea Fondului Patrimoniului Național, instituție ce va prelua în administrare, va restaura și va conserva monumentele istorice și de arhitectură cu statut incert al proprietății sau aflate în proprietate privată ori în administrarea autorităților locale. Aceasta prevedere ar susține propunerile prezentei strategii, care pun mare accent pe clarificarea statutului juridic și pe constituirea unor parteneriate pentru reabilitarea și refuncționalizarea clădirilor de patrimoniu;
- La nivel local, asumarea responsabilității privind patrimoniul construit - analiză, planificare, intervenție demonstrativă - acțiuni susținute prin hotărâri de consiliu local sunt reglementate prin HCL 21/2006 privind aprobarea implementării proiectului *Reabilitarea Prudentă și Revitalizarea Economică a Cartierelor Istorice din Timișoara* de către Primăria Municipiului Timișoara în colaborare cu Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) și orașele înfrățite Gera și Karlsruhe; HCL 39/2007 privind aprobarea Contractului de Finanțare între Societatea Germană pentru Colaborare Tehnică (GTZ) și Municipiul Timișoara, privind realizarea proiectului *Reabilitarea Prudentă și Revitalizarea Economică a Cartierelor Istorice din Timișoara* - măsuri demonstrative; HCL 3/2007 privind aprobarea Conceptului Integrat de Măsuri pentru Reabilitarea Prudentă și Revitalizarea Economică a Cartierelor Istorice din Timișoara; HCL 224/2008 privind aprobarea Îndrumarului pentru Regulamentul Local de Urbanism al cartierului Cetate și al altor zone istorice protejate din Timișoara;

Factori de mediu

- Promovarea ecoinovării va fi o prioritate pentru 2014-2020 în Regiunea Vest;
- Curățarea suprafețelor siturilor industriale poluate și neutilizate și îmbunătățirea terenurilor va fi o prioritate pentru 2014-2020 în Regiunea Vest;
- În perioada 2014-2020 se vor desfășura programe de instruire a instituțiilor publice în domeniul ecoinovării și al achizițiilor publice verzi;
- Există o suprafață redusă a spațiilor verzi în interiorul orașelor din Regiunea Vest;
- Se urmărește reabilitarea infrastructurii publice urbane a malurilor canalului Bega din Timișoara;

- Starea mediului este încă satisfăcătoare, neexistând probleme mari, ireversibile, în ceea ce privește calitatea factorilor apă, aer, sol, biodiversitate;
- Dezvoltarea spațiilor verzi trebuie să aibă loc nu doar pe orizontală, ci și în ceea ce privește biodiversitatea, adaptarea de noi specii;
- Timișoara poate valoriza pozitiv existența Pădurii Verzi în vecinătatea unor cartiere ale orașului;
- Perceperea Timișoarei ca un oraș verde provine în primul rând din impresia creată de malurile râului Bega și de parcurile din zona centrală veche, dar zonele rezidențiale au un deficit de astfel de spații;
- Tramvaiele sunt cele mai populare și mai eficiente mijloace de transport din municipiu. Rețeaua de tramvaie este una dintre cele mai extinse din țară, având o lungime de 90 km de cale simplă;
- În data de 1 iunie 2009 și-a început activitatea Asociația Societatea Metropolitană de Transport Timișoara, prima autoritate de transport metropolitan din România;
- Ponderea pasagerilor care utilizează transportul feroviar a scăzut de la 16,3% în anul 2000 la 5,9% în anul 2010;
- Canalul Bega face parte din sistemul Rhin - Main - Dunăre (coridorul de transport paneuropean VII Constanța - Canalul Dunăre Marea Neagră - Dunăre - Main - Rhin - Portul Rotterdam), făcând posibilă legătura între Marea Nordului și Marea Neagră)

4 Cultura - dimensiune transversală a politicilor publice

Recunoscând rolul culturii pentru dezvoltarea și calitatea vieții, politicile culturale contemporane atrag atenția asupra nevoii de a integra firesc sectorul cultural în alte domenii ale vieții publice. Preocuparea pentru viața culturală a orașului Timișoara presupune o relație vie între cultură și urbanism, arhitectură, mediu, educație, și contribuie la dezvoltarea locală și regională. Prin documentele de politică publică și studiile importante elaborate de administrația publică în ultimii ani, Timișoara arată că acordă culturii rolul pe care îl merită datorită beneficiilor multiple pe care le aduce indivizilor, comunității și economiei locale.

Orașul s-a pregătit atât să investească în patrimoniul de care dispune, cât și să încurajeze fenomenele culturale vii. Potențialul oferit de euroregiuna Banatului istoric este important și sunt prevăzute proiecte și inițiative care să sprijine dezvoltarea concretă a unei identități comune, bazate pe o colaborare firească între oameni și între organizații. În plus, cultura reprezintă o investiție pentru economia locală, care, prin dezvoltarea turismului bazat pe patrimoniu și pe evenimente culturale majore, dorește să atragă vizitatori și să transforme orașul și regiunea într-un pol cultural cu largă deschidere internațională. Capitolul prezintă o analiză a măsurilor propuse pentru atingerea acestor obiective în perioada următoare.

Majoritatea documentelor strategice de politică publică, relevante pentru cultura timișoreană, ancorează viziunea pentru oraș de principii

unei dezvoltări durabile, din care cultura face parte. Este recunoscută multiculturalitatea, ca trăsătură specifică, iar cultura este relaționată atât cu bunăstarea și un nivel crescut al calității vieții, cât și cu istoria care trebuie respectată pentru a avea un viitor pe care comunitatea și-l dorește.

Documentele cu rol strategic care contribuie la ancorarea culturii ca factor de dezvoltare în Timișoara, județ și (euro)regiune în orizontul de timp 2014-2024 sunt:

- Primăria Municipiului Timișoara, 2010, *Planului Integrat de Dezvoltare al Polului de Creștere Timișoara*
- *Viziunea pentru Sistemul Urban Timișoara-Arad în 2020: locul unde inteligența și afacerile sustenabile întâlnesc cultura și bunăstarea*
- Primăria Municipiului Timișoara, 2012, *Plan Integrat de Dezvoltare al Municipiului Timișoara*
- Primăria Municipiului Timișoara, 2012, *Concept general de dezvoltare urbană (masterplan) - parte a Planului Urbanistic General*
- Consiliul Județean Timiș - ADETIM, 2009, *Strategia de dezvoltare socio-economică a județului Timiș pentru 2009-2015*
- *Programul de cooperare transfrontalieră IPA 2014-2020 România-Republica Serbia, iulie 2014*
- *Programul de Cooperare Transfrontalieră România-Ungaria 2014-2020*
- MEGAKOM Development Consultants, KPMG Advisory Ltd., ICG Ex Ante, iunie 2014, *Common Territorial Strategy - 4th draft Strategic planning based on the analysis of the the analysis of the eligible programme area of CBC Programme between Romania and Hungary (Strategia de dezvoltare teritorială comună între zonele eligibile pentru programul de cooperare transfrontalieră România-Ungaria 2014-2020)*
- Agenția pentru Dezvoltare Regională Vest, 2013, *Studiul de potențial privind dezvoltarea la nivelul municipiilor Timișoara și Arad*
- Agenția pentru Dezvoltare Regională Vest, *Strategia pentru Dezvoltare Regională a Regiunii Vest 2014-2020*
- Primăria Municipiului Timișoara, *Strategia pentru spații verzi a Timișoarei*
- Primăria Municipiului Timișoara, *Studiu de fundamentare istorică ZONE CONSTRUITE PROTEJATE - TIMISOARA 2011*
- Primăria Municipiului Timișoara, *Vision Timișoara 2030 - suport la dezvoltarea unui concept durabil pentru infrastructura orașului Timișoara*

5

Cartarea resurselor culturale

Arte vizuale

Energia și interesul pentru experiment și interdisciplinaritate dinamizează viața culturală a orașului și îi conferă unicitate. Timișoara dispune de forță creativă valoroasă în domeniul artelor vizuale și de expertiză privată importantă în gestionarea resurselor culturale. Pe parcursul următorilor 10 ani, orașul nu trebuie decât să pună în valoare aceste resurse.

Artele vizuale prezintă un extraordinar potențial pentru dezvoltarea orașului prin cultură. Timișoara coagulează energii creative direcționate spre experiment și interdisciplinaritate, care poziționează scena locală distinct față de alte orașe din țară. Tradiția avangardei în Timișoara conferă intereselor actuale din arta contemporană longevitate, plasându-le într-un puternic spirit identitar local. Nevoile semnalate de comunitatea artistică și entuziasmul manifestat pentru înființarea unui Centru Multidisciplinar, ca demers ancorat în inițiativele operatorilor culturali publici și privați deopotrivă, denotă o viziune comună pentru domeniul artelor vizuale din Timișoara.

Artiști din generația tânără se remarcă pe plan național și internațional, punând Timișoara în poziția ideală de a dispune de resurse creative valoroase. Zona privată avansează cu o rară expertiză în management cultural și politici culturale, adaptate specificităților artelor vizuale, ca un atu al orașului pe termen lung.

Timișoara poate surprinde capacitatea de dezvoltare a artelor contemporane din oraș, oferindu-le dinamica creativă și expunerea de care au nevoie. Răspunzând necesităților de spații, inclusiv a prezenței în spații publice, de mobilitate artistică, de burse de atelier și de creație sau rezidențe, dar și de educație vizuală a publicului, orașul are potențialul de a dezvolta un sector amplu, receptiv la interesele publicului și conectat la centre culturale relevante din țară și din străinătate.

Domeniul artelor vizuale în prezent

Domeniul artelor vizuale contemporane se coagulează în jurul unor organizații-cheie în Timișoara, care și-au definit un rol distinct în oraș și conturează potențialul de dezvoltare al domeniului pentru următorii ani.

Liceul de Arte Plastice oferă două specializări, „Arhitectură, Arte ambientale și Design” și „Arte plastice și decorative”, cu 30 de locuri alocate anual fiecăreia. Instituția funcționează în prezent în interiorul unui alt liceu cu profil industrial, ceea ce reprezintă un inconvenient pentru elevi și pentru corpul profesoral.

Facultatea de Arte și Design din cadrul Universității de Vest Timișoara este recunoscută ca una dintre cele mai bune instituții de învățământ superior vocațional din România, oferind o varietate de specializări. Instituția se remarcă prin varietatea și calitatea proiectelor desfășurate, prin galeria pe care o deține în mansardă, dar și prin relațiile dezvoltate cu universități de artă din țară și din străinătate prin Programul Erasmus.

Dintre cele mai vizibile 8 galerii de artă contemporană care activează în prezent în Timișoara, 5 sunt **galerii publice**: Galeria Pygmalion (Casa Artelor), Galeria „geamMAT” a Muzeului de Artă din Timișoara, Galeria Helios (Uniunea Artiștilor Plastici), Galeria Mansarda (Facultatea de Arte și Design) și Galeria Primăriei Timișoara.

Prin programul curatorial și dinamica de dezbateri și de evenimente





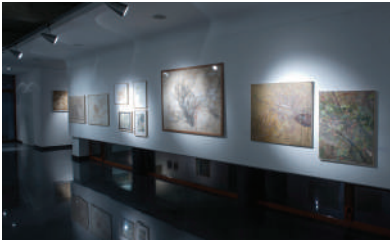
construite în jurul său, **Galeria Pygmalion** s-a impus ca una dintre cele mai animate destinații pentru artele vizuale din Timișoara.

Galeria „geamMAT” funcționează ca un important spațiu de expunere în Timișoara și de racordare a discursului vizual la tendințele actuale din arta tânără românească.

Galeria Helios este galeria Uniunii Artiștilor Plastici, filiala Timiș. Galeria a fost și continuă să fie spațiul prin excelență dedicat performanței artiștilor membri ai UAP, care își păstrează, la rândul său, aura de spațiu de confirmare în România.

Galeria Mansarda este situată chiar în mansarda Facultății de Arte și Design din cadrul Universității de Vest. Galeria beneficiază de un spațiu generos, adaptat ca amenajare pentru activități expoziționale, conferințe, mese rotunde etc.

Galeria Primăriei Timișoara este un spațiu care funcționează din august 2012 în apropierea sediului Primăriei. Galeria se pune la dispoziția artiștilor, cu precădere tineri, în mod gratuit.



3 galerii private se remarcă în peisajul artelor vizuale contemporane din Timișoara: Galeria Jecza - acompaniată în misiunea sa de Fundația Triade, ambele fiind conduse de aceeași echipă managerială, Galeria Calina și Galeria Calpe. Alături de Galeria Pygmalion, cele trei galerii sunt receptate la nivel local ca cele mai dinamice și profesionist amenajate spații expoziționale, cu programe manageriale bine articulate și cu o practică curatorială actuală.

Galeria Jecza este apreciată ca cea mai importantă galerie din oraș, diferențiindu-se prin calitatea și unicitatea programelor dezvoltate. O dimensiune importantă și singulară în Timișoara este deschiderea internațională pe care galeria o deține. Fundația Triade susține activitatea Galeriei Jecza prin proiecte educaționale, proiecții de film, construind în jurul spațiului de expoziție o efervescentă intelectuală, consistentă și accesibilă, ceea ce îi oferă locului un caracter distinct nu numai în Timișoara, dar și în țară.



Galeria Calina, înființată în anul 2007, s-a remarcat prin nivelul curatorial practicat, invitând apreciați istorici și critici de artă, care i-au construit identitatea de „galerie de elită”, racordată la tonurile actuale din arta contemporană din Timișoara, din țară și din străinătate. Fundația Calina cuprinde și o componentă educativă și umanitară.

Galeria Calpe este poziționată ca cea mai tânără galerie timișoreană, înființată în aprilie 2012, cu un profil consistent artistic.



Inițiativa privată este completată în Timișoara și prin **organizațiile neguvernamentale**, care derulează în mod constant proiecte culturale, unele dintre ele deja cu tradiție și relevante pentru domeniul artelor vizuale: Fundația Triade, Grupul h.arta, Fundația Rubin, Asociația Simultan, Asociația „Am o idee mai Artfel”, Asociația Culturală „Arte - Factum”, Fundația Herczeg, Asociația Artiștilor Plastici Amatori „Romul Ladea”, Fundația First, „Tam Tam”, „Arta în Nori” etc.

În ceea ce privește **spațiile**, Timișoara se confruntă cu o problemă care afectează atât creația artistică - prin *insuficiența atelierelor disponibile* -, cât și expunerea artiștilor - prin *numărul redus al spațiilor expoziționale profesionist amenajate*. Deși Timișoara se poate lăuda cu 3 galerii de artă contemporană performante, acest lucru este insuficient pentru potențialul de creație prezent în oraș și pentru nevoile de formare a culturii vizuale a locuitorilor Timișoarei. Multe dintre spațiile actuale au nevoie de o reamenajare, de un discurs curatorial distinct și de o activitate managerială performantă pentru a se ridica la standarde practicate internațional în domeniu.

Lipsa spațiilor este dublată de lipsa unor programe care să sprijine și să motiveze creația contemporană de tipul rezidențelor, premiilor ori burselor de atelier sau de creație.

În Timișoara există o serie de **evenimente** ușor recognoscibile, care s-au evidențiat la nivel de concept și au câștigat deja în tradiție. Lipsesc, în schimb, evenimentele de anvergură, de tip bienală sau târg de artă, care să pună în valoare numele de forță la nivel local, tinere și consacrate deopotrivă, și să expună atât artistul, cât și consumatorul de cultură la discursul contemporan național și internațional. În realitate, arta vizuală este modest frecventată de timișoreni, vizitatorii constanți reprezentând numai 20% din populația Timișoarei. Jumătate dintre locuitorii Timișoarei nu au intrat niciodată într-o galerie de artă.

Evenimentele dedicate artei în spațiul public și arta în spațiul public *per se* reprezintă un subiect aparte pentru diversitatea culturală a Timișoarei. Artă este puțin prezentă în spațiul public timișorean și ca eveniment și ca obiect de sine stătător, instalație ori *performance*. Grație unui festival dedicat, *street art*-ul s-a remarcat începând cu 2011 ca o formă de artă cu potențial de dezvoltare și unicitate față de alte orașe din țară.

Resursele umane constituie un alt aspect delicat pentru Timișoara în domeniul artelor vizuale. Pe de o parte, una dintre cele mai valoroase resurse la nivel local constă în expertiza în management cultural și politici culturale pe care organizații private o dețin în Timișoara.

Piața de artă este relevantă pentru vitalitatea artelor vizuale contemporane. Timișoara deține câteva nume de artiști cu expunere internațională, vehiculați pe piața operelor de artă.

Strâns legată de piața de artă este **prezența la evenimente de profil din țară și internaționale**. Timișoara, prin galerii private și publice, dar și prin artiști individuali, este prezentă la evenimente de gen relevante. Interesul internațional pentru arta est-europeană crează, însă, un potențial ridicat în această direcție.

Sub aspectul **finanțării**, galeriile publice de artă sunt în principal finanțate din venituri publice, asumându-și o funcție strict de expunere și educațională în raport cu publicul, în timp ce galeriile private sunt prin excelență dependente de veniturile proprii, generate din vânzare sau accesare de fonduri publice pe bază de proiect, ori private. Achiziția de artă în Timișoara, în schimb, nu este o practică răpândită. Numai 6,5% dintre timișoreni câștigă peste 2.000 de lei lunar, putând fi considerați potențiali colecționari de artă. Galerii cu greu pot supraviețui din tranzacționarea operelor de artă.

Mass-media sunt acuzate în Timișoara de interes spre cancan mai degrabă decât de actul artistic. În mod special s-a punctat prezența firavă a scriiturii de specialitate și a personalităților care să propună o înțelegere mai nuanțată a fenomenului artelor vizuale în Timișoara. În realitate, o parte importantă din locuitorii Timișoarei nu se informează deloc în privința evenimentelor propuse de galerii sau muzee (aproximativ 60%).

Publicațiile de artă contemporană, deși restrânse ca număr și circulație, se regăsesc totuși ca practică consistentă la câteva dintre organizațiile publice și private din Timișoara.

Sinergii cu alte domenii culturale

În rândul artiștilor din Timișoara există un interes crescut și o înclinație spre interdisciplinaritate și experiment. Este o zonă deja explorată în trecut de Grupul Sigma, care a lăsat amprente în tipul de atitudine și de interes al artiștilor prezenți în oraș. În cadrul comunității artistice există așteptări crescute și nevoi puternic susținute în direcția înființării unui Centrul Multidisciplinar, adresat atât artelor vizuale, cât și altor zone artistice, care

să adreseze și să coaguleze domeniile pe diagonală, inclusiv cu sectorul tehnologic și cu o latură educațională înglobată. Necesitatea unui spațiu polivalent de arte vizuale, teatru și dans, experiment artistic și interacțiune cu vizitatorii s-a remarcat ca o prioritate pentru strategia culturală pe termen lung a orașului.

Artele spectacolului

Oraș cu un potențial extraordinar în domeniul artelor spectacolului, axat pe multiculturalitate și multidisciplinaritate, Timișoara are toate șansele ca în decada următoare, prin măsuri concrete legate de diversificarea spațiilor de joc și a ofertei, de încurajarea sectorului independent și de o și mai bună conectare la scena internațională, să crească consumul cultural și să facă din spectacolul viu o componentă vitală a vieții cotidiene a orașului și o sursă constantă de creștere a calității vieții cetățenilor săi.

Timișoara se află din punct de vedere al artelor spectacolului într-o situație avantajoasă, fără echivalent în Europa: patru dintre instituțiile ce reprezintă acest domeniu - Opera Națională Română Timișoara, Teatrul Național „Mihai Eminescu” din Timișoara, Teatrul Maghiar „Csiky Gergely” și Teatrul German de Stat - conviețuiesc în aceeași clădire monument istoric și edificiu-cheie în istoria nu doar a orașului, ci și a țării, din balconul căreia a fost proclamată Revoluția din 1989.



Timișoara are un patrimoniu arhitectural care o transformă într-o scenă pentru evenimente în spațiile publice și un public interesat deopotrivă de actul cultural tradițional, dar și de noi întreprinderi artistice. Fiind un centru universitar important, aici se găsește un public tânăr disponibil pentru oferta culturală produsă de instituțiile de spectacol. Energia artistică în artele spectacolului în Timișoara vine și din sectorul public, și din sectorul cultural independent aflat în creștere, precum și din schimburile culturale internaționale, tot mai intense.



Operatorii culturali reprezentativi pentru viața culturală a orașului în domeniul artelor spectacolului sunt:

Opera Națională Română Timișoara - instituție inaugurată în 1947 și aflată în subordinea Ministerului Culturii din România. Realizează împreună cu Filarmonica Banatul Festivalul „Timișoara muzicală”, ajuns în 2014 la cea de a 38-a ediție, și organizează anual Festivalul de Operă și Operetă, ajuns la ediția a 10-a în 2014.



Teatrul Național Timișoara - instituție publică de cultură, aflată în subordinea Ministerului Culturii din România, prima instituție de teatru profesionist din Timișoara, înființată în 1945. Este producător al Festivalului European al Spectacolului - Festival al Dramaturgiei Românești (FEST-FDR), festival care a luat ființă în 1980, iar din 2011 s-a reconfigurat ca FEST-FDR.

Teatrul German de Stat - instituție publică de cultură, aflată în subordinea Consiliului Local al Municipiului Timișoara, înființat în 1953 ca secție germană a Teatrului de Stat Timișoara, a devenit teatru de sine stătător în 1957, sub denumirea Teatrul German de Stat. Produce Festivalul EUROTHALIA (a 3-a ediție în 2014).



Teatrul Maghiar de Stat „Csiky Gergely” - Instituție publică de cultură, aflată în subordinea Consiliului Local al Municipiului Timișoara, care din 1957 se constituie ca teatru de sine stătător, urmând ca din 1990 să ia numele cunoscutului dramaturg Csiky Gergely. Organizează anual TESZT - Festivalul Euroregional de Teatru, care a ajuns în 2014 la cea de-a VIII-a ediție.

Teatrul pentru Copii și Tineret „Merlin” - Instituție publică de cultură, aflată în subordinea Consiliului Județean Timiș, singurul teatru de păpuși cu personalitate juridică din vestul țării.

Auăleu Teatru - instituție independentă producătoare de spectacole. Înființat în 2005 cu supratitlul „teatru de garaj și curte”, Auăleu Teatru produce din 2014 Festivalul de teatru independent Antagon.

Timișoara are o șansă în plus față de alte orașe de a fi direct conectată la circuitul european al valorilor culturale, ceea ce în domeniul artelor spectacolului se materializează prin intermediul festivalurilor de gen produse de instituțiile locale. Acestor manifestări cu o dimensiune internațională li se adaugă o serie de festivaluri și evenimente. Derivă de aici posibilitatea sporită de schimburi culturale cu țările din jur, precum și un potențial turistic deloc de neglijat, deja exploatat de agențiile de turism. Instituțiile de artele spectacolului din Timișoara dezvoltă bune legături internaționale, prin turnee și participări la evenimente de gen din străinătate. Teatrele timișorene invită sistematic companii din străinătate și regizori care să lucreze cu actorii locali.

De-a lungul timpului, actorii timișoreni au fost de mai multe ori nominalizați la Premiile UNITER, premiile recunoscute ale breslei teatrale. Teatrele timișorene au dezvoltat proiecte care au dus la dezvoltarea trupelor lor de actori și grație colaborării cu unii dintre cei mai importanți creatori.

În ultimii ani, un alt punct forte al orașului a început să fie sistematic exploatat de instituțiile organizatoare de evenimente performative, parcurile și piețele orașului, precum și faleza râului Bega devenind o scenă naturală pentru spectacole incluse în festivalurile de gen, fie de teatru, fie de operă, fie muzicale în sens mai larg. Festivalului European al Artelor Spectacolului i s-a adăugat secțiunea Spectacole Outdoor, ce prezintă trupe specializate în teatru de stradă (Piața Victoriei și Parcul Civic), iar Opera folosește, de asemenea, Teatrul de vară din Parcul Rozelor pentru Festivalul anual de operă și operetă pe care îl organizează. La rândul lui, Festivalul Plai continuă să valorifice anual spațiul Muzeului Satului, transformându-l într-o „scenă naturală” a orașului. Evenimentul Bega Boulevard, „un proiect de responsabilizare ecologică prin scoaterea în evidență a potențialului turistic și cultural al Canalului Bega”, organizat de Primăria Timișoara, transformă faleza râului Bega în scenă outdoor. Numărul spectatorilor a crescut semnificativ prin ieșirea teatrului în stradă, astfel fiind atinse noi categorii de public, până atunci străine de artele spectacolului. 62% dintre timișoreni declară că participă la festivalurile organizate în Municipiul Timișoara.

Statistic, Timișoara se află într-o situație bună și din punctul de vedere al numărului de locuri în sală de care dispune în instituțiile de spectacol, fiind pe locul al doilea după București - cu peste 2.900 de locuri în sală, față de 1.300 cât are Sibiu, de exemplu, conform datelor Institutului Național de Statistică.

În Timișoara a fost inaugurată în ianuarie 2010 Sala 2, fosta sală de sport nr. 2, o nouă sală dedicată artelor spectacolului, cu scenă modulară și cu o capacitate de până la 250 de locuri, în funcție de plasarea decorului, care a devenit cea de a doua sală a Teatrului Național Timișoara. Aceași instituție a repus în funcțiune *Studio 5*, o fostă sală de repetiții identificată în clădirea Palatului Culturii, la ultimul etaj. Acest spațiu are o capacitate maximă de 50 de locuri și a fost numit Sala Studio „Uțu Strugari”. În urma solicitării Teatrului Național, Comunitatea Evreilor din Timișoara a cedat acestei instituții Sinagoga desacralizată din cartierul Fabric, cu drept de folosință pe 35 de ani. Obținerea de către teatru a acestui spațiu înseamnă nu doar un nou amplasament de spectacole, ci și recuperarea culturală a unui monument arhitectonic și reintegrarea sa în circuitul cultural al orașului.

Teatrul Național Timișoara, finanțat de Ministerul Culturii, a construit și a dat în funcțiune Atelierul de producție Fabrica de decoruri, prima linie de producție profesională de decoruri de teatru din România. Fabrica de



decoruri, ale cărei hale de producție ocupă o suprafață de 2.500 m.p., a fost inaugurată oficial în mai 2012.

Cu toate acestea, atât reprezentanții instituțiilor publice, cât și cei ai operatorilor culturali independenți consideră că nu există suficiente spații de desfășurare a activităților culturale în oraș. Primăria a făcut deja eforturi pentru rezolvarea acestei situații în ceea ce privește instituțiile de artele spectacolului care depind de ea (Teatrul Maghiar și Teatrul German). Operatorii culturali independenți au mai puține șanse de rezolvare a problemei, în lipsa susținerii oficiale și în lipsa fondurilor necesare închirierii spațiilor disponibile. Orașul dispune însă de o serie de clădiri - fie istorice, fie industriale - care s-ar preta la o refacere și transformare în centre culturale.

Atât Opera Națională Română Timișoara, cât și Teatrul Național Timișoara dezvoltă o serie de parteneriate cu alți operatori culturali locali, cărora le pune la dispoziție scena pentru evenimente punctuale.

Timișoara beneficiază și de o zonă independentă în creștere în toate domeniile, inclusiv în materie de artele spectacolului. Un număr de ONG-uri culturale active și-a exprimat disponibilitatea de a contribui activ la crearea unei agende culturale pentru eventuale noi spații recuperate pentru artele spectacolului, ceea ce constituie o bună premiză de reintegrare în viitor a acestor clădiri în circuitul cultural care are mare nevoie de ele pentru a se dezvolta.

În ceea ce privește comunicarea ofertei culturale, domeniul artelor spectacolului suferă de dificultăți în promovarea evenimentelor culturale. Situația este comună și în rândul altor domenii artistice iar unul dintre motive este accesul dificil la afișajul stradal, dar și absența mass-media specializate în cultură și a unor platforme online funcționale.

În Timișoara există programe de licență și de masterat pentru cei interesați de actorie, în limbile română și germană, însă lipsa specialiștilor în plan tehnic și a firmelor care să furnizeze echipamente de scenă performante, însă infrastructura de săli de spectacol e aceeași ca în 1953, cu excepția Sălii 2 și a dotărilor cu echipamente performante de sunet ale Sălii Mari a Teatrul Național Timișoara. Profesioniștii din domeniu remarcă că există tendința unei migrații din Timișoara a artiștilor pe fondul lipsei de motivare, atât financiară, cât și profesională.

Se remarcă dependența de finanțare publică a instituțiilor publice de spectacol, pe fondul unui interes extrem de scăzut al mediului de afaceri pentru finanțarea proiectelor culturale. Procentele din buget provenind din venituri proprii nu depășesc aproximativ 5%, la fel ca în cazul tuturor instituțiilor publice de profil din țară, restul de până la 95% fiind suportat din bugetul de stat sau local, fondurile provenind din sponsorizări, granturi sau donații fiind nesemnificative. Bugetele de producție ale instituțiilor publice finanțate de Primăria Timișoara au crescut în ultimii ani.

Consumul cultural se află la cote scăzute, în privința instituțiilor de spectacole un procent foarte mare din locuitorii orașului declarând că nu le frecventează deloc: 74%, respectiv 75% dintre repondenți nu merg niciodată la Teatrul German de Stat, respectiv la Teatrul Maghiar de Stat Csiky Gergely, 39% nu merg niciodată la Operă, același procent la Teatrul Național, 47% la Filarmonica și 61% declară că nu merg niciodată la Teatrul pentru copii și tineret "Merlin". Un element încurajator este consumul cultural în creștere în locațiile outdoor, chiar dacă acesta pare deocamdată legat de faptul că este vorba despre evenimente gratuite. În mare măsură timișorenii consideră că scena culturală ar trebui extinsă și în alte spații neconvenționale ca: parcuri 36%, stradă 30% și în cartiere 25,9%.

Tipul de spectacol de teatru preferat de 43% dintre timișoreni este cel de

divertisment, de revistă, urmat de cel clasic în proporție de 34% și de cel experimental cu 6%. Primele trei genuri de teatru preferate de respondenți, în ordinea importanței sunt: comediile în proporție de 35%, dramele - 19%, urmate de cele romantice și tragediile cu 9% fiecare.

Mediul de afaceri din oraș - deși consistent, alcătuit din numeroși investitori, inclusiv străini, cu afaceri prospere - este mai degrabă închis față de domeniul cultural, dar nici nu elaborează strategii pentru a se implica material în viața culturală a orașului. Este probabil că nu criza economică limitează posibilitatea de atragere de fonduri prin donații și sponsorizări, ci mai ales lipsa unei culturi filantropice care ar trebui stimulată de instituțiile culturale și de Primăria Timișoara, prin măsuri speciale de taxare.

Prin unele dintre instituțiile sale culturale și operatorii culturali independenți, scena performativă a Timișoarei a devenit în ultimii ani tot mai deschisă pentru proiecte interdisciplinare. Timișoara își propune de asemenea să își diversifice oferta de artele spectacolului prin sprijinirea unor proiecte de dans contemporan, a unor structuri instituționale în domeniul dansului contemporan în următorii zece ani. Acest obiectiv are nevoie să fie integrat firesc în programul cultural al instituțiilor culturale existente, pentru a-și câștiga organic un public interesat de propunerea sa artistică specifică.

Biblioteci, edituri și cultură scrisă

Întocmai precum în muzică, din Timișoara multă scriitură inovatoare a dat ritmul avangardei literare românești, iar instituții de cultură publice și private au inspirat modele de calitate în promovarea lecturii și a literaturii ca act fundamental de educație, patrimoniu imaterial și exercitare a libertății de expresie.

Se citește și se recită des în Timișoara, pentru că aici avem cafenele literare sau care găzduiesc literatura servită în meniu, avem terase, avem parcuri, avem Biblioteca Județeană, bibliotecile institutelor culturale străine, ale Universității de Vest, ale Universității Tibiscus. Avem edituri precum Brumar, Excelsior Art și Editura Universității de Vest, reviste precum Orizont, proiecte literare și platforme de promovare a creației literare tinere precum Kratima și K.R.U.G, avem literatură furnizată online - ARCANA -, avem asociații precum Ariergarda și Prietenii lui Ioana Rauschan, avem librării cu stil, muzică bună și lectură relaxantă precum Cărturești și Cartea de Nisip, avem cenacluri literare de forță precum Cenaclul Studentesc „Pavel Dan”, Cenaclul literar „Pavel Belu” sau Cenaclul Național Literar *Text* din cadrul programului Café Text al Bibliotecii Județene Timiș, avem un Festival Internațional de Literatură care așează Timișoara pe harta literară a Europei. Avem literatură **deschisă, creativă, conectată** la fenomen, **implicată** în experiment și cotidian, **responsabilă** față de cititorii ei, și avem Uniunea Scriitorilor, filiala Timișoara.

Toată această creație livrată liber sau instituțional a obișnuit publicul local cu o literatură fină, inovatoare, solicitantă sau revelatoare, dar pentru ca ea să își mențină ritmul și calitatea, are nevoie de o infuzie serioasă de capital și de un susținut sprijin administrativ și comunitar. Acum când literaturii nu-i mai este suficient să producă pentru a exista, este absolut necesar ca aceasta să învețe să se vândă mai bine și să se facă înțeleasă inclusiv de masa deloc neglijabilă de non-cititori sau cititori de conjunctură. În Timișoara, este nevoie ca producția literară să se adune în jurul scriitorilor lansați, cu imagine marketată, formatori, dar și în jurul proiectelor care înțeleg și demonstrează că o creație literară are forme și instrumente diverse de lectură/receptare/manifestare.

O problemă rezolvabilă a sectorului definit de cultura scrisă în general din Timișoara este cum să transforme producția scrisă în proiecte care să atragă



publicul către lectură și către interesul de a cunoaște actorii ei, scriitorii, cu viața și istoriile lor subiective, cum să-și înțeleagă nevoia de lectură și preferințele în acest sens ale cititorilor. Marea majoritate a editurilor din Timișoara nu își asumă riscul financiar pentru cărțile publicate, publicând în regia autorilor (ceea ce înseamnă că sunt mai degrabă tipografii și nu edituri). Din această cauză, o mare parte din scriitorii timișoreni nu au vizibilitatea națională și internațională pe care ar merita-o. Trebuie pus accentul pe faptul că vânzarea literaturii depinde foarte mult de edituri și de librari. Ei trebuie să știe cum să vândă cărțile, și asta pentru că fiecare carte publicată de un editor trebuie promovată în sine, iar promovarea depinde de la o carte la alta în funcție de subiect și de autor. Editorii trebuie să știe să îndrepte cartea pe care o publică spre publicul potrivit. Tot editorii sunt cei care-i fac interesați și pe librari de cărțile lor, iar aceștia, la rândul lor, trebuie să cunoască foarte bine piața de carte pentru a facilita întâlnirea dintre carte și cititor.

O ruptură există însă la nivelul educației literare, a introducerii în curricula oficială a programelor de gen consumate în afara școlii sau cu ajutorul bibliotecilor, a proiectelor culturale, a editurilor etc., printr-o abordare vocațională, cu metode de descoperire a talentelor și de finisare a lor. Pentru a ajunge la acele platforme de promovare și de exprimare creativă, printr-o traducere naturală, este nevoie ca procesul de acumulare și investiție în resursa talentată să înceapă din școală pentru a fi ușor condusă și direcționată către etapa de oficializare și de prezentare publică - *o direcție prioritară de acțiune ar fi tocmai investiția în proiecte educative/pedagogice cu caracter vocațional, prin colaborarea dintre școală și mediul literar local.*

Procesul se încheie firesc cu dezvoltarea unei oferte și a unei infrastructuri culturale atractive, fertile, care să motiveze decizia de asumare a unei cariere literare din partea tinerilor - îmbunătățirea și/sau înființarea a cât mai multe spații de creație literară, pentru de-construcție de text și prezentare publică, spații neconvenționale care să pună în scenă creația dramaturgică contemporană, animarea cartierelor ce pot fi transformate în decupaje urbane creative, trasee literare urbane compuse din elemente cu valoare culturală, istorică și memorialistică, unele reconvertite la funcțiunile inițiale - de spații inspiraționale, de contact literar.

Din perspectiva unei Timișoare conectate, editurile, bibliotecile și cultura scrisă ar putea fi unul dintre cele mai dinamice contribuatoare la mobilitatea creației literare naționale și internaționale, la cuplajul cu literatura contemporană europeană. Momentan însă, nu putem vorbi despre o rețea de colaborare externă semnificativă, care să fi generat proiecte literare de mare anvergură. Colaborările sunt însă mai mult interne. Un element de cuplaj cu literatura internațională se realizează la Timișoara prin ***Festivalului Internațional de Literatură de la Timișoara (FILTM)***.

Literatura trebuie finanțată pentru ca evenimentelor literare să crească în valoare și reprezentativitate, dar pe baza unui proces riguros de selecție a calității, a valorilor literare promovate și capacitate pentru transferul de cunoaștere și a sustenabilității producției scrise. Colaborările cu artiști și organizații din Serbia, Ungaria și Austria au deja o tradiție în oraș și pe baza lor s-ar putea dezvolta viața culturală literară a orașului.

Managementul organizațional și de proiect trebuie să intervină profund și în viața literară, deoarece pentru a supraviețui, literatura nu poate produce doar capital spiritual, ci și financiar. Un oraș precum Timișoara are un randament foarte scăzut în privința accesării de finanțări din cadrul Fondului Cultural Național - doar 9 proiecte editoriale pentru intervalul 2011-2013, prin Editura Brumar, Excelsior Art, Kratima, DAVID Press Print, Arhitekt Studio A, Teatrul Național Timișoara. Primăria Municipiului Timișoara și Consiliul Județean Timiș oferă subvenții pentru publicarea cărților. Editurile

care beneficiază de aceste subvenții, nu au voie să pună în vânzare cărțile, ci să le distribuie gratuit, conform regulamentului. În acest fel, editorul nu își asumă nici un risc și nici o responsabilitate, deoarece cărțile publicate pe baza acestor subvenții nu pot fi vândute și nu există nici un câștig financiar nici pentru editură, nici pentru autor.

În ultimii ani, unul dintre cei mai importanți actori locali în promovarea lecturii a devenit **Biblioteca Județeană Timiș**. Aceasta a participat în ultimii 3 ani la o serie de proiecte naționale și internaționale culturale, de digitizare și de dotare/tehnologizare pentru îmbunătățirea infrastructurii de funcționare. *Café Text* este un program literar de succes și premiat al bibliotecii care implică diverse intervenții și acțiuni culturale multidisciplinare. O organizație foarte activă și interesantă, cu reușite în accesarea de fonduri AFCN, este **Asociația Kratima**. ONG-ul are ca principal obiectiv reîntoarcerea la adevăratele valori - lectură, muzică de calitate, mediu înconjurător, tradiții etc., prin proiecte de înalt nivel. **Editura Brumar**, un alt actor important în viața literară locală, dă viață textului și imaginii de aproape 20 de ani. Principala valoare prin care această editură se recomandă este calitatea, indiferent că vorbim despre literatură, autori contemporani, cărți de specialitate, de artă, de produse și servicii de tipar profesionale. **Editura Universității de Vest (EUV)** are un profil academic și este una dintre cele mai importante edituri universitare din România. EUV pune accent pe valoarea științifică a cărților care aduc un plus în cercetarea românească și internațională, își propune să lanseze pe piață autori care să devină repere în domeniile de cercetare abordate, atât pentru comunitățile academice, cât și pentru cele profesionale. **Cenaclul „Pavel Dan” al Casei Studenților din Timișoara** este unul dintre cele mai longevive cenacluri studențești - probabil cel mai longeviv - din România, având cu o activitate neîntreruptă de 55 de ani. Timișorenii îl recunosc ca adevăratul element iconic al literaturii locale, un spațiu al debutului literar, un brand cultural al orașului, de unde s-au lansat marile personalități literare locale. Acest Cenaclu trebuie asumat de municipalitate ca unul dintre acele elemente de forță care să construiască brandul cultural al orașului și care trebuie readaptat și stimulat financiar. **Cenaclul și platforma literară K.R.U.G.**, una dintre cele mai originale și mai active, care propune proiecte inovatoare de descoperire a talenetelor literare sau de dezinhibare a scrierii, cu proiecte istețe precum *NaNoWriMo*, o tentativă de spargere a blocajului și crizei de inspirație pentru oricine peste 13 ani. **Librăria Cartea de nisip** este prima librărie a grupului Librarium, amenajată pe ideea unui loc care să găzduiască în același timp o librărie, o cafenea, un spațiu pentru educație a copiilor, un loc al evenimentelor culturale. A câștigat premiul pentru Cea mai bună librărie la Gala Industriei de Carte din România, ediția a III-a, 2014. Cercetarea sistematică a Europei Centrale a fost în Timișoara unul dintre obiectivele **Revistei Orizont**, dar și a **Fundației „A Treia Europă”** care au demarat un susținut program literar de traduceri din literatura central-europeană, alături de invitația la o reflecție asupra a ce este spațiul central european și în ce măsură Banatul aparține acestui spațiu. Cartea, muzica și dichisul se regăsesc bine armonizate, ca niște ingrediente ale unui ceai savuros servit la **Librăria Cărturești**, care a conectat orașul la rețeaua evenimentelor *Street Delivery* (pe Str. Mercy din Timișoara), inițiate prima oară la București, pe strada Arthur Verona. **Revista Orizont a Uniunii Scriitorilor din România - filiala Timiș** este un alt actor local valoros care trebuie integrat strategiei culturale a orașului.

Analiza consumului cultural local arată că 39% din populația orașului nu frecventează niciodată bibliotecile și doar 0,8% merge săptămânal și 8,3% lunar. 30,7% din populația Timișoarei nu intră niciodată într-o librărie, doar 1,8% având acest obicei săptămânal. *Actorii literari trebuie să dezvolte studii serioase și profesionale de public cu sprijinul Universității de Vest Timișoara, pentru a înțelege motivele și nevoile acestuia și conversa în*



soluții livrabile sub formă de proiecte, intervenții și evenimente.

Cartierele sunt foarte bine privite ca spații pentru intervenții culturale, element ce confirmă deja un curent european în acest sens, la care Occidentul și nu numai răspunde cu soluții foarte inovative și prizate de comunitate - străzile (Timișoara a preluat din fericire modelul *Street Delivery* lansat în București, pe Str. Arthur Verona). Aceste sondaje locale au adresat o întrebare pe care fiecare operator cultural din orice domeniu ar trebui să o adreseze la rândul lui propriului public, și anume: *Ce ar îmbunătăți din oferta culturală?* Răspunsurile sunt teme de casă pentru că ating esența problemelor pe care și bibliotecile, editurile, comercianții de carte și promotorii de literatură le întâmpină. Astfel, timișorenii ar îmbunătăți în ordinea priorităților promovarea (26%), calitatea (22%) și diversitatea (20%).

O concluzie de moral, dar și de meditație ar mai fi că, în cazul *lecturii publice*, s-a înregistrat o creștere a mediilor anuale față de 2010 în cazul unităților de bibliotecă, a numărului de cărți, a numărului de cititori înregistrați, a lansărilor de carte și a târgurilor realizate, dar și o scădere în cazul mediei numărului de abonamente periodice curente și a numărului de cărți împrumutate la domiciliu de către adulți etc.

Puncte cu adevărat tari ale culturii scrise din Timișoara le reprezintă buna acoperire a tuturor domeniilor de referință pentru cultura scrisă și pentru critica literară; existența unor medii fertile și vii de promovare a culturii scrise, a literaturii și a tinerelor talente literare; bazinul de manifestare literară, de cultivare și de creștere a talentelor artistice și literare important dat de mediul universitar al orașului și de numărul însemnat de cafenele, cluburi și spații neconvenționale unde există ocazional acțiuni și intervenții din zona artelor spectacolului, a filmului, artei vizuale și a literaturii; existența unor oameni-resursă în zona culturii scrise, a unor vârfuri literare de valoare națională și internațională, care pot stimula creația literară locală; o bună reprezentare a literaturii minorităților în cultura scrisă locală și în operele de traducere (cu precădere literatura maghiară și sârbă).

Dintre **punctele slabe** cele mai evidente sunt cele care țin de incapacitatea de a genera suficiente resurse extra-bugetare pentru cultura scrisă și gradul foarte scăzut de absorbție a fondurilor alocate proiectelor editoriale sau literare/culturale în orașul Timișoara; lipsa mobilității resursei literare la marile târguri de carte și festivaluri literare internaționale; sub-finanțarea evenimentelor literare importante ale orașului; antreprenoriatul cultural, cu relevanță asupra industriei de carte și a editurilor foarte puțin performant; scăderea dramatică a numărului de cititori din anul 2000 până în anul 2013; lipsa editurilor care să își asume riscul financiar pentru publicarea cărților; lipsa unui sistem de distribuție național al editurilor timișorene; Târgul de carte Gaudeamus nu mai are loc în Timișoara.

Dezvoltarea publicului și diversitatea expresiilor culturale

Nu doar oferta culturală, ci societatea însăși trebuie să se dezvolte durabil, cu grija generațiilor viitoare, conservând resurse și creând abilități pozitive în rândul celor tineri. Pentru ca arta și cultura să fie cu adevărat un motor de dezvoltare personală și a societății, ea devine un element viu din viața cât mai multor cetățeni, iar organizațiile culturale au nevoie să fie receptive și atractive la pulsațiile sociale și la situațiile de viață ale publicului actual și potențial pentru cultură. Timișoara integrează diversitatea multiculturală și a situațiilor socio-economice a locuitorilor săi într-o ofertă complexă și interesantă, accesibilă și expresivă, care pune în centrul său valoric înțelegerea, respectarea drepturilor omului, inclusiv a drepturilor sale culturale.

Studiile arată că Timișoara are o structură socială complexă, un specific multicultural bazat pe un spirit tolerant și de conviețuire multiethnică. În oraș coexistă cetățeni ai peste 21 de etnii și 18 religii, reflectând două trăsături majore ale populației din zonă și anume interculturalitatea și gradul ridicat de toleranță. Structura socială a orașului este în continuă schimbare. Multiculturalitatea de esență a comunității timișorene, populația relativ îmbătrânită, tentația migrației și structura socială dinamică a orașului determină concentrarea strategiei culturale pe aspectul dezvoltării publicului pentru cultură, în special în ceea ce privește educația culturală și arta de amatori, dar și expresiile culturale specifice diversității multiculturale, inclusiv noile grupuri de migranți.

Educația culturală

Conform opiniilor exprimate de operatori culturali, oferta de educație culturală dedicată copiilor și tinerilor a devenit în ultimii ani mai variată și mai de calitate, însă se adresează în primul rând copiilor și tinerilor din familii cu venit mediu și peste medie și este concentrată în centru și foarte puțin în cartiere, la periferie. Educația culturală este considerată de o importanță foarte mare pentru copii de către 61% dintre respondenți și de mare importanță de către 21% dintre aceștia. Cu toate acestea, frecvența participării la cercurile cu profil cultural este relativ redusă, cel mai des copiii sau nepoții persoanelor intervievate participând la cercurile de dans (9,6%), la cercurile de desen (6,2%) și la cele de muzică (5%).

Teatrul de copii și tineret „Merlin” este singura instituție de cultură care, conform misiunii, se adresează exclusiv acestei categorii de vârstă prin proiecte artistice și educative. Mai multe instituții publice de cultură iau în considerare publicul tânăr și foarte tânăr în dezvoltarea programului managerial, fie ca o categorie distinctă de public, fie prin prisma funcției educative culturale și de dezvoltare a publicului a instituției: Teatrul Național „Mihai Eminescu”, Teatrul German de Stat, Teatrul Maghiar de Stat „Csiky Gergely”, Filarmonica Banatul, Biblioteca Județeană Timiș, Opera Națională Română Timișoara.

Liceele timișorene cu profil vocațional sau teoretic dezvoltă nu doar viitorul public pentru actul cultural, dar și profesioniștii ai domeniului artistic. În Timișoara funcționează Liceul de Arte Plastice și Colegiul Național de Artă „Ion Vidu”, care oferă servicii educaționale de profil. Din păcate însă, interesul pentru urmarea unei specializări vocaționale de tip artistic la nivel preuniversitar este în declin pentru unele specializări, cum ar fi secția de coregrafie „Ștefan Gheorghe” a Colegiului Național de Artă „Ion Vidu” din Timișoara, care în trecut reprezenta o adevărată pepinieră de viitori balerini. De asemenea, este nevoie de investiții în instrumente noi pentru muzică, iar Liceul de Arte Plastice are nevoie de un sediu potrivit activității sale. Din fericire, oferta vocațională artistică publică este completată de inițiative private promițătoare pentru copii și tinerii cu aptitudini artistice, și nu numai, cum ar fi Studioul de dans Ana Valkay, Școala de Balet Rodica Murgu, școală de educație muzicală și arte plastice Artsoma, AT4T (ONG înființat la inițiativa unui grup de studenți, elevi și profesori din mai multe licee timișorene în 2001 cu sprijinul Fundației pentru Teatrul Național Timișoara) sau trupele de teatru NIL.

Un rol aparte în ceea ce privește producția și educația culturală dedicată copiilor și tinerilor îl joacă și Palatul Copiilor Timișoara, Casa de Cultură a Studenților din Timișoara, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara și Centrul de Cultură și Artă al Județului Timiș. **Palatul Copiilor Timișoara** este o instituție de tip extrașcolar care oferă în 2014 peste 40 de cercuri de activități pe teme circumscrise culturii, tehnicii, științei și funcționează în incinta Liceului de Chimie Azur. **Casa de Cultură a Studenților din**



Timișoara este o instituție în subordinea Ministerului Educației Naționale care găzduiește activități de artă fotografică, muzică, teatru, folclor, dans modern, literatură și sporturi montane. Dintre acestea, Teatrul Thespis are o îndelungată activitate, reprezentând mai ales înainte de 1989 un reper pentru arta studentescă, un loc unde libertatea de expresie a fost întotdeauna pe primul plan și unde s-au format actori cunoscuți ai scenei românești. **Casa de Cultură a Municipiului Timișoara** realizează, în virtutea misiunii sale care derivă și din statutul de așezământ cultural cu funcții cultural-educative, „cursuri de inițiere și perfecționare în arta cântecului și dansului popular, a dansului sportiv și de societate, prin instruirea săptămânală a copiilor/tinerilor/aduților”. **Centrul de Cultură și Artă al județului Timiș** are în componență Școala Populară de Arte, înființată în 1962, care oferă servicii de „pregătire și perfecționare în domeniul artei pentru neprofesioniști, menită să preia o parte a tradițiilor învățământului artistic din această zonă a țării”. Se organizează cursuri de muzică, arte plastice, cine-foto, dans, design vestimentar, artele spectacolului, canto. **Fundația Județeană pentru Tineret Timiș** administrează Casa Tineretului și derulează programe pentru creșterea capacității organizațiilor de tineret care sunt interesate, prin altele, și de realizarea de activități culturale și de educație culturală. De asemenea, **Facultatea de Arte și Design** din cadrul Universității de Vest, dezvoltă proiecte care își propun atragerea publicului tânăr către artă și cultură. Evenimente de tip festival care își propun să aducă arta în viața oamenilor au o dimensiune care vizează publicul tânăr și foarte tânăr, în primul rând prin ateliere și performance-uri adaptate profilurilor de vârstă tinere (Festivalul Plai, AccesArt, Support Art).

Dezvoltarea publicului

Perspectiva asupra publicului de cultură este definită în primul rând de felul în care instituțiile publice de cultură și organizațiile culturale își înțeleg categoriile de public, grupurile-țintă predilecte. În Timișoara, cu excepția Teatrului Merlin, instituțiile publice de cultură sunt programatic generaliste, aceasta însemnând că își propun să se adreseze tuturor categoriilor de vârstă și încearcă să crească accesul la cultură pentru o largă varietate de profiluri socio-economice. De pildă, cu scopul de a dezvolta publicul și de a crește accesul la actul cultural, **Teatrul Național Timișoara** dezvoltă programul ORA DE TEATRU, care are ca scop formarea publicului de teatru prin clase de teatru cu amatori, pe categorii de vârstă (copii, adulți, pensionari) și programul ÎMPREUNĂ dedicat legăturii cu societatea civilă, cu organizațiile și cu instituțiile ce reprezintă diferitele structuri etnice, religioase, sociale etc. din Timișoara, cu scopul de a lărgi adresabilitatea ofertei culturale a instituției. **Filarmonica Banatul**, cu același scop, de creștere a accesului la cultură și de atragere a unor categorii greu accesibile către actul cultural muzical, a organizat în ultimii ani evenimente în formate și spații neconvenționale, în cartiere și spații verzi, și a facilitat accesul seniorilor la concerte printr-un parteneriat inventiv bazat pe colaborare. **Opera Națională Română**, de asemenea, și-a adaptat repertoriul la așteptările publicului și, prin politici manageriale și de preț, a determinat o creștere a consumului cultural a ofertei sale de spectacole și de evenimente, de la 40,8% în 2000 public ocazional și constant, la 56,9% în 2013.



Arta de amatori

O formă de dezvoltare a publicului care are avantajul de a invita publicul potențial să fie nu doar un consumator pasiv de cultură, ci și un veritabil actor al expresiei culturale, este arta de amatori. Pe lângă activitățile de educație culturală menționate mai sus, toate pregătind nu doar potențiali creatori și artiști, ci și probabili amatori în arta respectivă, adulții din Timișoara sunt interesați din ce în ce mai mult de artă și cultură ca hobby

sau activitate cu miză de dezvoltare personală. Cele mai frecvente acte de creație ale timișorenilor sunt: versurile(24%), produsele handmade (17%) și materialele foto-video (16%).

În ceea ce privește oferta pentru arta de amatori, **Casa de Cultură a Municipiului Timișoara** are din nou un rol extrem de important, „organizează și susține activitatea formațiilor artistice de amatori; sprijină și susține participarea acestor formații la diferite manifestări, organizate pe plan local/național și internațional” prin Ansamblul folcloric „Timișul”, Ansamblul de cântece și dansuri populare maghiare “Ezsterlanc” și Bobita, Corala feminină „Carmina Dacica”, Formația de dansuri sportive și Fanfara „Timișoara Big Band”. Artă de amatori realizată în primul rând în mediu privat a devenit puternic vizibilă în 2014, cu ocazia primei ediții a festivalului **Support Art**, o platformă care a durat o săptămână și care a prezentat ateliere și reprezentații de muzică, pictură, manufactură, fotografie, modelaj, artizanat din toate domeniile în spațiul Casei Artelor - Direcția Județeană pentru Cultură Timiș. **StudentFest**, festival organizat de studenți pentru studenți, aflat în 2014 la cea de-a 22-a ediție, este un eveniment care combină nevoia de a învăța cu cea de exprimare, după cum declară chiar inițiatorii. În acest sens, este un cadru de educație culturală, o manifestare a libertății de expresie a comunității studențești timișorene și un consum cultural de calitate. Alte proiecte și evenimente care dau ocazia artiștilor amatori să se exprime public, să atragă atenția asupra artei lor și să sensibilizeze noi categorii de public sunt, printre altele, **Festivalul AccesArt** și **Festivalul Plai**.



Diversitate multiculturală

Diversitatea multiculturală este un element de patrimoniu și o caracteristică a realității prezente. Ea se regăsește atât în elemente arhitecturale, cât și în obiceiuri, tradiții, expresii culturale tradiționale sau contemporane. Diversitatea culturală este o caracteristică a unui teritoriu și a unei comunități sensibile la politicile sociale, economice și de dezvoltare urbană și este conectată la problematici de integrare, în special în cazul grupurilor vulnerabile, cum sunt migrații sau populația de etnie romă la nivel european și în România. Politicile publice pentru diversitate și interculturalitate sunt, din acest motiv, politici complexe, în cadrul cărora dimensiunea culturală este pusă în relație cu chestiuni de ordin social, economic, politic. În Timișoara există o expertiză semnificativă în derularea de proiecte de cercetare, intervenție și recomandări de politici publice pentru interculturalitate. **Institutul Intercultural din Timișoara**, înființat în 1992, este un ONG cu activitate culturală, civică, științifică, care acceptă și promovează valorile și principiile Consiliului Europei. Prin programele și activitățile sale urmărește dezvoltarea dimensiunii interculturale în domeniul educației și culturii și promovează, de asemenea, climatul de toleranță și de comunicare interetnică, specific climatului Municipiului Timișoara și zonei Banatului. IIT se adresează cu succes comunităților de migrați din Timișoara, publică revista cu distribuție națională *Migrant în România* și are o experiență îndelungată de lucru cu comunitățile și organizațiile de romi din Timișoara, dar și cu organizații de tineri, comunități rurale etc.

Comunitățile de sârbi, maghiari, germani, italieni, arabi și romi au de asemenea organizații de profil, care organizează evenimente culturale relevante pentru comunitate. Din păcate, conform Cercetării în Timișoara și Timiș realizată de Alpha Research în perioada octombrie-noiembrie 2013, 91% din populația Timișoarei declară că nu participă la evenimente ale comunităților etnice.

Industria culturală și creativă

Timișoara se dezvoltă inteligent prin servicii creative de calitate, competitive național și internațional. Cinematografia și audiovizualul în general au nevoie de sprijin pentru infrastructură, proiecția de film în special, pentru a pune în valoare ceea ce deja există ca potențial în zona de servicii de producție și distribuție, informare și conștientizare a valorii culturale a audiovizualului. Industriile creative bazate pe noi tehnologii pot profita de resursele de creativitate și profesionalism ale operatorilor economici din oraș, în măsura în care se dezvoltă o cerere pentru acestea la nivel local și regional și se încurajează antreprenoriatul creativ prin fonduri de start-up și sprijin pentru spații de creație.

Industria culturală și creativă (ICC) din Timișoara sunt pe o linie ascendentă, cu foarte mare potențial, capabile să transforme orașul, un pol de referință regional și național de dezvoltare prin inovație, tehnologie și servicii creative. Provocarea este reprezentată de necesitatea de a identifica sectoarele performante și de a compensa nevoia de competitivitate regională și națională cu cea a investiției publice pentru a asigura un acces la cultură sporit pentru locuitorii orașului. Acest lucru poate fi făcut prin stimularea antreprenoriatului și competitivității, în paralel cu investiții și cu finanțarea acelor domenii culturale și creative cu un impact în principal social și cultural, nu exclusiv comercial.

Studii realizate la nivel european indică faptul că industriile creative au un aport la PIB mai ridicat decât, de exemplu, industria automotive. Industria de audiovizual este una dintre cele mai importante componente, ca valoare adăugată pe care o generează, impact social pe care îl are în comunitate, aport la educarea publicului și afirmare a identității culturale a unei regiuni.

Competitivitatea produselor și a serviciilor ICC din Timișoara este peste media națională, însă este nevoie de o susținere suplimentară pentru ca orașul să poarte marca industriilor creative, a creativității. Industria culturală și creativă dominantă în orașul Timișoara este cea a IT-ului și a noilor media, care au deja o piață stabilă și în dezvoltare, mai ales externă, cu servicii în zona de software, de publicitate online etc. Dinamica pozitivă a industriilor culturale și creative în județul Timiș este ilustrată de un studiu realizat în 2011 la nivel național, care îl plasează pe locul 3 general, după București și Cluj.

Audiovizual și cinematografie

În Timișoara sunt 7 săli de cinematograf funcționale, înregistrate în Registrul cinematografiei, în incinta Iulius Mall Timișoara. Sălile au un număr de 951 de locuri și 7 ecrane, toate sălile sunt dotate cu aparatură de sunet Dolby Digital și permit proiecția video. Doar 3 săli permit proiecția pe peliculă cinematografică. Sălile de cinema din Timișoara nu au mai fost întreținute corespunzător de către RADEF RomâniaFilm. Majoritatea au fost înstrăinate, au rămas cu destinația inițială doar cinema Timiș și Studio (situație incertă). Ambele săli sunt echipate cu tehnologie de proiecție și de sonorizare din anii '60, fără piese de schimb și consumabile. Din aceste motive, din lipsa infrastructurii, la Timișoara consumul de audiovizual de calitate (inclusiv prin participare la evenimente cum ar fi festivalurile sau transmisiile live) nu este posibilă. Publicul de cinema s-a redus semnificativ și nu se poate dezvolta o comunitate de cinefili.

Campaniile de advocacy și inițiativele care încearcă să dezvolte apetitul pentru cinematografia necomercială nu lipsesc din peisajul timișorean. Asociația Marele Ecran dezvoltă un blog de cultură cinematografică și diverse proiecte de promovare a producției de cinema locale, regionale și internaționale. Asociația Pelicula Culturală își propune promovarea filmului european și

a spațiului multicultural timișorean. Institutul Francez organizează din 1999 TRES COURTS - Festivalul Filmelor de foarte scurt metraj și începând cu 2012 Festivalul Filmului de Umor. Asociația Macondo din București a organizat în 2013 prima ediție a proiectului cinemaedu și la Timișoara, Caravana TIFF ajunge anual și la Timișoara, la fel și Caravana Metropolis. Alte inițiative locale meritorii de promovare a filmului sunt Festivalul de film Cinecultura (organizat pentru prima dată în 2010), inițiat de lectori străini de la Universitatea de Vest din Timișoara și de la Universitatea Politehnică Timișoara și Festivalul Internațional de film Timishort, inițiat tot în 2010 de către Asociația Română a Filmului Independent. Însă aceste inițiative laudabile se desfășoară în prezent în spații cu altă destinație, în condiții tehnice care sunt doar parțial optime pentru o vizionare corespunzătoare, cum sunt Aula Magna „Ioan Curea” a Universității de Vest din Timișoara, Grădina Capitol și sala fostului cinema Capitol, curtea Casei Artelor din cadrul Direcției Județene pentru Cultură, curtea Observatorului Astronomic Timișoara, spațiul verde din cadrul Muzeului Satului Bănățean (în cadrul Festivalului Plai). Primul pas pentru ca în Timișoara să se dezvolte industria de audiovizual este amenajarea unor săli care să respecte standardele pentru proiecții publice.

33 de firme din Timișoara sunt înregistrate în registrul cinematografiei, desfășurând activități diverse, de producție cinematografică și video, postproducție cinematografică și video, activități de distribuție a filmelor cinematografice și video, proiecții cu public, multiplicare de filme, închiriere de filme, comercializarea cu amănuntul, impresariere și recrutare pentru filme, comercializarea produselor de peliculă și substanțe de procesare peliculă.

În domeniul televiziunii, TVR Timișoara este un membru deosebit de activ al CIRCUM Regional, Organizația Europeană a Televiziunilor Regionale. De 20 de ani, de când există ca televiziune publică regională, TVR Timișoara produce și difuzează programe în 8 limbi ale minorităților, ceea ce constituie un reper pentru interculturalitatea Timișoarei și a Banatului. În peisajul audiovizual din Europa, singurul exemplu similar care mai există este TV Novi Sad.

Alături de amenajarea de cinematografe care să permită proiecții de filme românești, europene și internaționale selectate pe alte considerente decât cele pur comerciale, pentru a contrabalansa oferta multiplexurilor din mall-ul timișorean, activitățile de producție, postproducție și distribuție au nevoie să fie sprijinite prin fonduri regionale dedicate. Colaborările internaționale merită încurajate, dinamica producției de audiovizual internațional având la bază cofinanțarea, identificarea de resurse financiare diverse și echipe multiculturale.

Formarea profesională și sprijin pentru incubarea ideilor de afaceri în domeniul ICC

Timișoara se înscrie în linia orașelor cu un puternic potențial uman în zona creativă, cu o masă critică de creatori în creștere, adaptabilă, informată, care își orientează eforturile lucrative în primul rând către a deservi o piață internațională. Din păcate, există percepția în rândul operatorilor economici de profil că Timișoara se confruntă cu o migrație importantă a persoanelor specializate în zona IT, în primul rând către alte orașe din România, dar și către alte țări. Mediul investițional și de stimulare a producției creative are nevoie să fie mai atractiv, pentru ca antreprenorii din zona ICC să rămână și să dezvolte afaceri din Timișoara. Orașul riscă să piardă o forță creativă importantă, care reprezintă un potențial pentru dezvoltarea orașului. Un actor important, care promite să contribuie pe termen lung la dezvoltarea sectorului creativ este StartUp Hub, realizat cu sprijinul City Business Centre. Aici au loc întâlniri de tip *networking* și de transfer de know-how,



competiții creative pe zona de software.

O pepinieră importantă de resurse creative este oferită de către Facultatea de Arte și Design, din cadrul Universității de Vest Timișoara, care organizează studii universitare de licență și masterat cu specializările fotografie-videoprosesare computerizată a imaginii, design textil, arte decorative, design, modă-design vestimentar. Universitatea Politehnică din Timișoara are din 1994 o televiziune proprie, Teleuniversitatea TV Timișoara, care emite în județele Timiș și Caraș-Severin, pe frecvența TeleEuropa Nova. Echipa TeleU realizează emisiuni care reflectă viața universitară timișoreană, iar studioul beneficiază de dotarea corespunzătoare unei activități profesionale în domeniul TV.

O tendință care merită atenția este cea de asociere între actori creativi sau culturali pentru dezvoltarea unor afaceri, asocieri în primul rând între arhitecți pentru crearea unor studiouri de arhitectură în spații industriale refuncționalizate. Astfel de inițiative se bazează pe investiții importante și sunt sensibile la fluctuațiile de pe piață, în primul rând în prima etapă a activității lor, și au nevoie de facilități fiscale (de tip *seed-funds* pentru start-up-uri sau facilități pentru închirierea de spații de lucru). Un fond de investiție pentru start-up în afaceri, însoțit de un program de mentorat pentru primul an de funcționare, va trebui dezvoltat chiar de Primăria Timișoara ca o prioritate în sfera politicilor investiționale în sectorul ICC pentru eficientizarea economică a acestor tipuri de industrii. O astfel de abordare strategică ar încuraja apariția acceleratoarelor de afaceri sau a spațiilor de incubare a soluțiilor de business creativ. Apariția acceleratoarelor de afaceri va fi motivată de aceste fonduri pentru start-up și de coaliții urbane care credibilizează piața și dau garanții certe de dezvoltare.

Încurajarea pieței de ICC prin achiziții publice competitive și estetizarea orașului prin intervenții creative

Companiile private nu solicită finanțare din fondurile publice sau private, deoarece sunt pe propriile lor picioare și își dezvoltă și întrețin propriile scheme de clienți. Artiștii, freelancerii, grupurile de creație, micile studiouri de creație nu reușesc să acceseze aceste oportunități de finanțare din lipsă de expertiză. În același timp, proiectele din zona ICC sunt mult mai costisitoare decât proiectele culturale clasice, iar susținerea lor financiară privește mai degrabă fondurile de investiție, asocierea cu investitori din mediul privat, proiectele de dezvoltare finanțate de Fondurile Structurale. Dincolo de cererea de bunuri și servicii creative de către operatori privați locali, regionali și din alte țări, operatorii economici din zona ICC se pot dezvolta în condițiile în care autoritățile publice locale și județene fac comenzi publice bazate pe competiție, a căror selecție este realizată de către profesioniști. Astfel de comenzi privesc atât amenajări peisagistice, cât și realizarea de mobilier urban și furnizarea unor servicii creative necesare orașului. Este nevoie ca Primăria Timișoara să valorifice creativ spațiului public prin apelul la proiecte deschise care să mobilizeze întreaga comunitate de arhitecți din oraș, designeri și artiști, care ar contribui la crearea imaginii de oraș cultural.

Spații de lucru pentru incubatoare de afaceri, hub-uri creative

Actorii din zona ICC sunt foarte interesați pentru o așezare și o administrare a unor spații industriale dezafectate, care ar putea deveni locuri pentru activități creative, realizate pentru profit, dar și în interes public. Unii dintre aceștia încearcă să organizeze o serie de evenimente de tip intervenție culturală în aceste spații pentru a le dinamiza și pentru a demonstra potențialul lor în eventualitatea convertirii spre o zonă de refuncționalizare creativ-culturală. Astfel de spații industriale sau abandonate pot fi

refuncționalizate cultural dacă actorii culturali și creativi ar beneficia de o mai mare flexibilitate din partea proprietarilor în negocierea prețurilor de închiriere sau a beneficiilor din urma concesiunii/dării în administrare.

În ceea ce privește investiția în creativitate, este util de preluat modele de succes ale altor orașe în relația cu producția culturală și creativă (cartiere creative, areale refuncționalizate unde se întâmplă permanent lucruri și se atrage un public consumator de altfel de evenimente culturale, interesante, inedite, care ar putea declanșa o dezvoltare economică serioasă, o creștere a atractivității turistice și economice generate de o ofertă culturală permanentă).

Muzee

Găzduite de palate și de clădiri impozante și cu mare valoare patrimonială, ele însele reperi identitare urbane, muzeele timișorene, unele clasice, altele vii, au tot ce le trebuie pentru a transforma fiecare vizită într-o experiență memorabilă de învățare și de delectare.

Există și argumente. Când în oraș "vin" Albrecht Dürer, Francisco Goya, Ingo Glass, Ion Țuculescu sau Horia Creangă, când tramvaiul de epocă încă mai circulă prin oraș luând în derâdere timpul și nivelele lui istorice, când toate păsările țării, știute și neștiute, unele dispărute în poveste, se adună în colecție la Muzeul Banatului, când poți înțelege de la sursă cum libertatea noastră s-a "re-inventat" pe străzile orașului acesta, atunci cu siguranță găsim aici, în Timișoara, muzeele de care am avea nevoie pentru a le vizita mai mult decât o dată pe lună.

Publicul de aici este critic pentru că a văzut multe și este sofisticat, pentru că în mare este bine informat. Apropierea publicului local de muzeu încă nu este organică (44,5% dintre timișoreni nu merg niciodată să viziteze o expoziție), dar aceasta nu înseamnă că își sancționează muzeele pentru ce pot oferi, ci pentru că nu este antrenat suficient, pentru că nu i se cere opinia, pentru că este nevoie de teme incitante pentru expoziții sau pentru că învățarea are forme și stiluri diferite (studiile de vizitatori sunt obligatorii pentru fiecare muzeu cu scopul de a identifica stilurile dominante de învățare ale publicului specific). Aici, muzeele timișorene trebuie să-și investească pe viitor resursele pentru a deveni cu adevărat parteneri valide în relația cu comunitatea și nu numai cu ea.

O problemă reală a sectorului muzeal timișorean care va trebui rezolvată într-o ecuație strategică de dezvoltare pe următorii 10 ani, nu este lipsa de cunoaștere a tendințelor contemporane la nivelul domeniilor pe care le reprezintă, nici încercarea de adaptare la acestea, ci cunoașterea metodelor care trebuie activate pentru a crește audiența publicului, pentru a eficientiza cultural și economic instituțiile și organizațiile de cultură, pentru a dezvolta strategii antreprenoriale sustenabile și mature ce înseamnă implicit știința capacității de venituri suplimentare. Investiția în achiziția de cunoaștere și de metode de lucru este prioritară (profesionalizarea resurselor umane prin mobilitate, vizite de studiu și pregătire intensivă orientată către practică) Cum transformi cu adevărat un muzeu într-o experiență de vizitare memorabilă? Cum poți schimba atmosfera de lucru și de interacțiune socială în interiorul muzeului? Cum construiești dimensiunea participativă într-un muzeu pentru a dezvolta expoziții împreună cu și nu pentru public? Toate aceste întrebări au răspuns în soluții, metode de lucru și exemple de bună practică împărtășite prin procese permanente de învățare, de pregătire profesională și de mobilitate.

Muzeelor timișorene, atunci când au o colecție bogată și valoroasă, ar trebui să le fie suficient pentru a-și crește progresiv numărul de vizitatori, iar unele au reușit acest lucru (vezi, de pildă Muzeul de Artă Timișoara, cu o creștere de



48% din 2011 în 2013). Condiția ar fi să știe cum să-și marketeze elementele iconice din colecție, cum să construiască campanii cu mesaj și imagini puternice și inteligente. În schimb, atunci când muzeele locale nu dispun de colecții unice, cu valoare universală, ele ar trebui să își construiască strategiile, pe care toți managerii declară că le au, pornind mai degrabă de la întrebarea: Ce preferi? Un muzeu plin de artefacte, dar cu puțini vizitatori sau un muzeu cu puține artefacte sau/și de o valoare mai scăzută, dar plin de vizitatori? În această situație, muzeele din Timișoara trebuie să își orienteze strategia către rigorile managementului calității totale care cere ca un muzeu să ofere toate serviciile posibile pentru ca vizitatorul să investească timp și disponibilitate de descoperire a unor lucruri noi - colțuri de interacțiune și experiment, posibilitatea învățării prin simțuri, mai ales prin atingere, relaxare, acces facil pentru orice fel de persoane, intervenții surprinzătoare și experimentale în spații neconvenționale, programe educative în care investiția în dezvoltarea copilului să fie una pozitivă (49% din populația orașului consideră că educația culturală este importantă în mare și în foarte mare măsură în dezvoltarea copilului).

Pentru a fi atractive, muzeele timișorene trebuie să își rezolve și problemele de ordin tehnic, de infrastructură culturală, logistică, spații de depozitare, spații de expunere, anveloparea nouă a clădirilor sau reabilitarea și refuncționalizarea mult mai eficientă a lor. Recent, multe dintre muzeele din oraș au intrat într-un proces amplu de amenajare a expunerii de bază (Muzeul Banatului) sau de restaurare a clădirilor (Muzeul Banatului, Muzeul de Artă Timișoara), sunt în proces de avizare (Muzeul Revoluției de la 1989). Muzeele din Timișoara au probleme cu privire la diversificarea serviciilor de tip audio-guide, de intervenție și de calibrare a tehnologicului, a aplicațiilor și suporturilor multimedia în raport cu obiectul, de relaxare, spații de joc și de creație sau de eficientizarea programelor educative și a canalelor de informare (20 % dintre timișoreni preferă informarea de pe Internet sau de pe platformele media de socializare).

Oferta muzeală locală este una care acoperă toate domeniile de activitate ale unui muzeu, tipurile de muzeu și specificul acestora, au potențial de creștere foarte mare în raport cu marea majoritate a orașelor din România, oferind argumente certe de dezvoltare comunitară prin cultură. O simplă scanare a acestui sector ne oferă o idee clară a realității muzeale timișorene, a situației din prezent:

Muzeul de Artă Timișoara, găzduit de Palatul Baroc, o clădire iconică a orașului, aflată în centrul vechi, dispune de o colecție valoroasă de artă românească și europeană (lucrări de artă italiană din sec. XV-XVII ale școlilor venețiene, florentine și romane, o colecție de grafică de o mare valoare și importanță la nivel european). **Muzeul Banatului Timișoara** are ca domeniu de activitate istoria și arheologia, preferate de publicul timișorean când vine vorba despre tipurile de muzee preferate. **Muzeul Satului Bănățean** este conceput ca un sat tradițional bănățean, pe modelul muzeului viu, fiind o rezervație de arhitectură etnografică în aer liber aflată în Pădurea Verde care cuprinde gospodării țărănești aparținând diverselor etnii din Banat, clădiri cu funcție socială ale satului tradițional (primărie, școală, biserică), instalații tehnice și ateliere. **Muzeul Emil Kinkade** este un muzeu atipic și foarte original ca abordare tematică, mereu schimbătoare, dar centrată în jurul ideii de timp, fără sediu stabil, fiind itinerată ocazional chiar și în centre comerciale (mall), unde s-a bucurat de un are succes prin ineditul său și al temei propuse. **Muzeul de Transport Public „Corneliu Miklosi** deține o piesă de rezistență - un tramvai de epocă, funcțional, care se deplasează cu unele ocazii speciale prin oraș, fiind totodată gazda unor intervenții artistice, a unor performance-uri sau a unor expoziții itinerante mobile. În colecțiile muzeale deținute de **Mitropolia Ortodoxă a Banatului din Timișoara**, de **Episcopia Ortodoxă Sârbă** și de **Episcopia Romano-Catolică Timișoara** se



găesc obiecte de cult, icoane pe lemn și sticlă din secolele XVI-XIX, cărți, manuscrise și obiecte vechi bisericești, respectiv picturi, sculpturi, diverse obiecte bisericești din lemn și textile, documente, obiecte de artă, etc., reprezentând prin natura lor ecleziastică, tipul de muzeu clasic, de vizitare pasivă. **Muzeul Memorialul Revoluției din Decembrie 1989 din Timișoara** se recomandă ca cel mai important punct de depozitare și prezentare a informațiilor referitoare la Revoluția din Decembrie 1989 din întreaga țară.

Intrând în zona financiară, de finanțare a sectorului muzeal local, se constată nevoia continuării procesului de pregătire a personalului specializat în dezvoltarea și implementarea de proiecte cu finanțare națională și europeană, și argumentarea beneficiilor pe care muzeele le-ar avea în situația în care acestea și-ar dezvolta un portofoliu anual de proiecte orientate în funcție de nevoile interne și cele ale publicului - muzeele din Timișoara nu aplică la programele de finanțare naționale și europene decât foarte rar. În consecință, se poate discuta despre un nivel extrem de scăzut de accesare de finanțări prin aplicarea la programele clasice de finanțare alocate sectorului cultural.

O problemă serioasă este lipsa unor spații potrivite și suficiente pentru expunere/organizare de expoziții sau a unor spații de depozitare și de păstrare a artefactelor din colecțiile muzeelor, cele ce nu au fost expuse încă din rațiuni de conservare, integritate fizică sau de spațiu. Este și motivul pentru care oferta expozițională, la nivel cantitativ și nu calitativ, este destul de slabă. Muzeul de Artă se află cu 35% din spații încă în procesul de restaurare. Nici la nivelul spațiilor alternative nu se poate vorbi despre o ofertă apreciabilă și nici despre spații potrivite, eventual provenite din refuncționalizarea unor imobile dezafectate sau amenajate ca atare, pentru a primi o astfel de destinație.

Principalele probleme cu care se confruntă managerii muzeali din municipiul Timișoara sunt cele întâlnite, în general, în tot sectorul cultural local și țin mai ales de mijloacele financiare insuficiente (invocate de cei mai mulți dintre respondenți), de legislația culturală, aspect ce nu poate fi controlat de muzeu și nici de autoritățile locale în mare măsură, infrastructura tehnică și culturală, relația încă nerezolvată cu publicul/consumatorii, mediul cultural local inert. Muzeele își doresc cu precădere refuncționalizarea mult mai eficientă a spațiilor existente și extinderea către spații noi sau definitivarea lucrărilor de reabilitare acolo unde este cazul. Astfel își vor putea diversifica oferta culturală, vor fi mai motivați pentru a-și cunoaște și satisface nevoile culturale ale comunității sau își vor regândi strategiile de diversificare a surselor de fonduri pentru eficientizarea economică a instituțiilor pe care le conduc.

Datele privind consumul cultural (sectorul muzeal) arată că numărul de vizitatori de muzeu a scăzut constant în ultimul timp, motivate și de procesele de restaurare în care au intrat multe dintre muzeu, dar și de lipsa de atractivitate a tematicii și a ofertei expoziționale, mai ales la nivelul conceptului și a designului, dar și al serviciilor conexe. Zona pozitivă a statisticilor cu privire la muzeele timișorene arată că media expozițiilor organizate a crescut în perioada 2010-2012 de la 6,8% la 8,3%, cu un plus evident, pentru expozițiile temporare. Numărul de expoziții în spații neconvenționale a crescut în detrimentul celor la sediu. A crescut, de asemenea, media vizitatorilor cu bilet întreg. În privința muzeelor s-a înregistrat o creștere a mediilor anuale față de 2010 în cazul numărului total de expoziții, de exponate, a numărului de evenimente educaționale, respectiv a suprafeței medii de expunere, dar și o scădere în cazul mediei numărului total de vizitatori.

Punctele tari ale sectorului ar fi date de colecțiile inedite și bogate, unele cu valoare excepțională, altele unice la nivel național (ex. *colecția de păsări*

autohtone și fluturi de zi a Muzeului Banatului, *colecția Muzeului Revoluției Române de la 1989; colecția de gravură* a Muzeului de Artă Timișoara); de restaurarea completă sau în curs de finalizare a unor muzee importante din oraș și reamenajarea/relansarea din punct de vedere funcțional, conceptual și architectural al altora; de creșterea constantă a numărului de vizitatori de muzee în ciuda serviciilor insuficiente oferite de acestea. La capitolul **lipsuri**, cele mai serioase sunt date de serviciile ce se limitează doar la ghidaj clasic, fără interacțiune și participare, fără programe educative adaptate stilurilor de învățare, creative; inexistența unei cafeterii, a unui art-shop sau gift-shop, a bibliotecilor publice care să funcționeze ca spații de lectură și de relaxare; inexistența tehnologiei și a aplicațiilor multimedia pentru accesarea informației în interiorul muzeelor; slaba profesionalizare a resurselor umane, demotivate, insuficiente. Simptomatice mai sunt și lipsa laboratoarelor de restaurare, a depozitelor și a specialiștilor în restaurarea și conservarea patrimoniului cultural mobil, sau lipsa unor expoziții temporare itinerate în orașul Timișoara de mare valoare, ca rezultat al colaborărilor cu muzee europene importante.

Muzică

Mai mult decât o experiență pasionantă și inedită, viața culturală muzicală timișoreană arată că poate deveni atractivă pentru avangarda muzicală regională și internațională și pentru fanii evenimentelor nonconformiste de muzică clasică.

Muzica este o meserie și o pasiune în care independența artistică este esențială, iar inițiativa privată și capacitatea creatorului și interpreților de a se perfecționa și de a dovedi valoarea pe cont propriu sunt importante pentru timișoreni. Muzicieni și trupe dezvoltă proiecte muzicale pentru care își pun speranțele în aprecierea publicului și, eventual, a sponsorilor privați, și mai puțin a statului. Același lucru se întâmplă și cu promotorii actului muzical local. Independența asumată se completează cu nevoia de perfecționare în management cultural, scriere de cereri de finanțare și management financiar. În lipsa acestor abilități, mulți operatori culturali muzicali inovatori și valoroși, cu potențial de dezvoltare, nu își pot concretiza proiectele artistice pentru că nu folosesc oportunitățile de finanțare existente pe piață. Există desigur o serie de excepții notabile, artiști de marcă ai Timișoarei.

În general, breasla muzicienilor este relativ slab reprezentată pe scena națională sau internațională, colaborările sunt restrânse și sentimentul de competiție este puternic. Cu atât mai mult, inițiativele care construiesc solidaritate și un sens comun al culturii muzicale în oraș merită încurajate și susținute financiar și prin promovare. De exemplu, Anonim TM, un ONG local, a lansat cu succes în 2013 o compilație de muzică electronică și își propune să revigoreze și să pună în valoare scena culturală muzicală locală. Brandul Made in TM își propune să „pună bazele comunității care susține scena muzicală locală, încurajează inițiativele pornite din Timișoara și promovează valorile timișorene”. Centrul Cultural Plai organizează în 2014 a 9-a ediție a Festivalului Plai, o platformă multiculturală și multidisciplinară construită exclusiv pe bază de voluntariat. Alte ONG-uri aduc muzica clasică, în diversele sale forme, mai aproape de copii și de locuitorii orașului, prin evenimente în parcuri și prin activități de educație culturală. În același timp, Filarmonica Banatul Timișoara, instituția publică muzicală timișoreană prin excelență, se dezvoltă în urma unui management creativ, care vădește o crescută independență și forță de gândire a unor experiențe interesante, atractive și de calitate.

Colaborarea și coordonarea între operatorii culturali timișoreni par să fie cheia pentru dezvoltarea sectorului muzical, iar dacă la aceasta se va adăuga și o mai bună conectare la scena regională, națională și internațională,



cu sprijinul administrației publice locale, muzica poate deveni nu doar o experiență personală inedită pentru locuitorii orașului, ci și un brand al Timișoarei, așa cum este deja un reper pentru iubitorii de gen datorită unor festivaluri precum Plai sau Simultan, unor instituții precum Filarmonica, ce dezvoltă festivaluri de tradiție precum „Timișoara muzicală” sau unor trupe și muzicieni care oferă experiențe inedite și valoroase.

Scena muzicală timișoreană oferă oportunități de educație culturală, formare profesională, creație și producție de spectacole și evenimente de profil, dând de asemenea locuitorilor șansa de a transforma pasiunea pentru muzică într-un hobby.

Colegiul Național de Artă “Ion Vidu” oferă servicii de educație artistică muzicală și deține o sală de concerte cu peste 400 de locuri cu o acustică excepțională. **Facultatea de Muzică din cadrul Universității de Vest Timișoara**, cu specializările la nivel de licență: Interpretare muzică - instrumente; Interpretare muzicală - canto; Pedagogie muzicală; Artele spectacolului - Actorie; și la nivel de masterat: Stilistica interpretării muzicale. Din 1991 organizează TIMORGELFEST - Zilele Muzicii de Orgă din Banat, eveniment de talie internațională organizat în colaborare cu Filarmonica Banatul, cu reprezentații în Timișoara și alte orașe din regiune și cu invitați străini. **Filarmonica Banatul Timișoara**, înființată în 1947, organizează, pe lângă stagiunea muzicală, evenimente în spații neconvenționale, unde audiența este considerabil mai numeroasă, publicul-țintă nefiind unul specializat, și festivaluri de succes, cum ar fi Festivalul Internațional „Timișoara Muzicală”, cel mai longeviv festival cultural timișorean, care a debutat în 1968. **Casa de Cultură a Municipiului Timișoara** răspunde nevoilor locuitorilor orașului de a participa la actul creației, în primul rând prin încurajarea artei de amatori. Casa de Cultură este organizatorul unuia dintre cele mai cunoscute și populare festivaluri timișorene, „Festivalul inimilor”, inclus în calendarul UNESCO și aflat în 2014 la cea de-a 25-a ediție. **Centrul de Cultură și Artă al județului Timiș** dezvoltă o ofertă specifică de folclor, cercetează, conservă și valorifică tradițiile și obiceiurile regiunii Banatului și dezvoltă servicii educaționale de pregătire și perfecționarea artistică. În cadrul instituției funcționează Școala Populară de Arte și Ansamblul profesionist „Banatul”, Centrul fiind remarcat la nivel local și regional prin organizarea Festivalului-concurs „Lada cu zestre”, a „Festivalului Etniilor din Banat” și a „Caravanei folclorice a tineretului din învățământul preuniversitar al DKMT”. **Uniunea Compozitorilor și Muzicologilor din România** este organizația profesională a breslei muzicienilor creatori din România, cu sediul central la București și filiale la Cluj-Napoca, Iași și Timișoara. Scopul său este de a sprijini muzica românească și de a susține creatorii români. **Institutul Francez** organizează anual și la Timișoara „Sărbătoarea muzicii”, un eveniment internațional care celebrează muzica în primele zile de vară ale fiecărui an. **Organizații neguvernamentale:** Asociația Simultan, Centrul Cultural PLAI, Anonim TM, Asociația Pro Philharmonia, Asociația Pro Muzica Pro Vidu Timișoara, Ansamblul de percuție SPLASH al CNA „Ion Vidu”, Asociația TM Base, Asociația Culturală Romanian Brass Society, Asociația Festivalul Baroc, Fundația Culturală JAZZ Banat, Societatea Musica Antică, Asociația Culturală „Fascinația Sunetului”, Societatea Filarmonica, Societatea Internațională de Studii Muzicale, Școala privată Artsoma de educație plastică și muzicală, etc.

Trupe muzicale: Thy Veils, Phaser, Cargo, Nuevo Tango Quintet, Theatre Fleas Orchestra, Jazzy Bit, Splash, Burning Table, Survolaj, Phaser, BAU, Sebastian Spanache Trio, Timișoara Big Band, Blazzaj, Implant pentru refuz, Bega Blues Band etc





Primăria Municipiului Timișoara și-a asumat, dincolo de rolul de administrator și gestionar al fondurilor publice locale pentru cultură, și organizarea unora dintre evenimentele de marcă ale orașului. Printre acestea se numără festivalul JAZZ™, care a debutat în 2013 și care promite să devină un eveniment marcant al vieții culturale a orașului.

Cu gândul la public, la preferințele sale muzicale, Timișoara are în continuare nevoie de a crește calitatea vieții culturale medii. În prezent, fenomenul festivalier de masă oferă în primul rând experiențe muzicale populare, care însă lasă multe nișe neacoperite. Ceea ce în Timișoara este considerat, în acest sens, de nișă, fenomene precum jazz-ul, world music, muzică experimentală, muzică electronică, rock-ul sau blues-ul, au nevoie de sprijin și promovare pentru a reprezenta o experiență culturală pentru un public mai larg. După muzica pop și cea folclorică, muzica clasică este cel mai bine reprezentată în cadrul evenimentelor festivaliere și al celor în aer liber.

Spațiile de evenimente pentru muzica timișoreană sunt reprezentate de săli de spectacole, spații industriale refuncționalizate, spații de agrement (cum sunt cafenele și baruri) și spațiul public. Deși Timișoara are cele mai multe locuri în sălile de spectacole și concerte din România după București, sectorul muzical timișorean consideră că acestea nu sunt suficiente și nici echipate sau pregătite corespunzător, iar capacitățile lor nu sunt gândite pentru concerte mari. Spațiul public, în special zonele verzi, reprezintă o imensă oportunitate pentru arta accesibilă, care ajunge la cetățeni, 27% dintre cetățenii orașului declarând că își petrec timpul liber în parcuri. Muzica ajunge deja la aceștia datorită unor inițiative publice și private, dar este necesar ca aceste acțiuni să capete constanță și să se profesionalizeze prin amplasarea de dotări în parcuri (scene, chioșcuri, generatoare de curent). Evenimentele muzicale, alături de restul activităților culturale din oraș, tind să aibă loc în centrul orașului. Amenajarea de spații în cartiere ar crește accesul locuitorilor la cultură și ar descongesciona centrul orașului, care în anumite perioade tinde să fie saturat de activități.

Colaborările muzicale regionale, naționale și internaționale reprezintă o șansă de a avea acces la o diversitate culturală mai mare atât pentru locuitori, cât și pentru mediul cultural, prin parteneriate, inspirație și schimburi profesionale. Filarmonica Banatul a adus în ultimii ani mari soliști și dirijori de renume mondial la Timișoara iar instrumentiști și membri ai corului au participat la evenimente internaționale. Casa de Cultură a Municipiului Timișoara și Centrul Cultural Județean organizează evenimente folclorice importante, în primul rând cu miză euroregională, care pun în valoare, promovează și transmit generațiilor tinere identitatea culturală a Banatului istoric.

Prin intermediul firmelor de impresariat private, artiști jazz, pop și rock internaționali importanți au ajuns să concerteze în Timișoara, însă lipsa infrastructurii de spectacol potrivite și apetitul fluctuant al consumatorilor timișoreni au determinat o scădere a prezenței acestora în oraș.

Timișorenii preferă în primul rând muzica ușoară (23%) și cea populară (19%), apoi muzica clasică (13%), urmată de cea pop (7%) și rock (7%), iar 74% nu cumpără niciun album de muzică într-un an. Festivalurile sunt cele mai apreciate tipuri de evenimente culturale, iar timișorenii declară că cel mai mult le lipsesc festivalurile de muzică (7,1%) (la această întrebare 73,8% dintre respondenți au declarat NS/NR). În topul celor mai importante evenimente la care au participat timișorenii în ultimul an se află cu precădere evenimente de artele spectacolului, dintre care muzicale următoarele: Festivalul Inimilor (5%), Festivalul Plai (2,1%), spectacol de muzică la Filarmonica (1,9%), festival de jazz (1%). De remarcat că singura activitate indoor menționată sunt concertele organizate la Filarmonică, un

semn al statutului de reper pe care această instituție îl are în viața culturală a timișorenilor.

Scena de muzică nouă se dezvoltă cu sprijin public minimal, fiind susținută prin entuziasmul și puterea financiară a unor proprietari privați de baruri și cluburi din oraș. Un brand local de promovare a creației muzicale contemporane timișorene, Made in TM, a produs până în prezent un CD de promovare și a organizat cu succes două ediții ale festivalului 48h, unde au fost prezentate formații și artiști noi. AnonimTM, producătorul evenimentului 48h s-a format în 1998 la Timișoara și este o organizație care promovează curente muzicale underground, aducându-și contribuția la crearea unei culturi de club sănătoase.

Promovarea evenimentelor culturale muzicale ale orașului este similară cu cea realizată în general pentru domeniul artelor spectacolului: afișaj stradal, online, radio și TV, presă scrisă. Activitatea muzicală privată, care se derulează de cele mai multe ori în spații de tipul baruri, cluburi, cafelele, este adesea comunicată online, acesta fiind un mediu apreciat de tineri, care reprezintă cel mai adesea și publicul preferat al acestor manifestări. Metode alternative de promovare folosind gardurile despărțitoare din stațiile de tramvai, cele de pe marginea drumurilor și chiar pereții unor clădiri ar putea crea avantaje de imagine atât pentru oraș, dar și pentru promotorii de evenimente.

Colaborările dintre profesioniștii din domeniul muzical și alte forme de artă sunt promițătoare în Timișoara. Mai multe festivaluri mizează pe dezvoltarea unor concepte care presupun formule mixte de expresie culturală (Festivalul Simultan, Festivalul Plai), însă potențialul acestei zone este în prezent mult mai mare decât ceea ce se realizează efectiv. Operatori culturali valoroși și artiști interesați de practicile interdisciplinare, sprijiniți de instituții care au dotările necesare unor experimente multimedia sau spații neconvenționale, pot da avânt unor concepte noi de spectacole și concerte, care să pună în valoare estetica și potențialul de comunicare diferit al literaturii, artelor vizuale, muzicii, filmului etc.

Arhitectură-patrimoniu-mediul construit

Calitatea spațiilor publice și a cadrului construit este o condiție esențială pentru a asigura vitalitatea culturală a unui oraș. Patrimoniul construit și natural al Timișoarei și a arealului de influență este foarte valoros și important cantitativ. Locuitorii orașului și turiștii sunt consumatori ai culturii construite care recunosc aceste valori.

Este recunoscut faptul că la Timișoara ansambluri sau zone construite protejate au fost în ultimii 50 de ani mai protejate decât în alte orașe ale țării. În perioada regimului comunist, Timișoara a fost un caz de excepție printre orașele României. Atunci când în alte orașe se demolau biserici, iar clădiri vechi din centrele orașelor erau înlocuite, în Timișoara se făceau restaurări. După 1989, au fost făcute reabilitări ale clădirilor mai mult decât în alte părți, dar este desigur nevoie de mai mult.

Structura urbană și clădirile de secol XVIII ale orașului sunt un reper nu numai pentru România, dar și pentru Europa Centrală și de Est. Proiecte finanțate cu fonduri europene și aflate în prezent în implementare vor conduce la punerea în valoare a acestor spații publice din centrul orașului și la creșterea importanței pietonului. Rămân însă importante provocări pentru a îmbunătăți calitatea spațiilor publice și în afara centrului orașului, precum și în localitățile din aria de influență.





Patrimoniu construit

Orașul Timișoara este orașul în care o treime din clădiri sunt cu valoare de patrimoniu (14.500 imobile cuprinse în lista de monumente istorice sau care fac parte din ansambluri arhitecturale). Majoritatea acestor clădiri fac parte din moștenirea imperială, o perioadă de înflorire economică ce a lăsat amprente în oraș. Stilul baroc este predominant. Fiind parte a imperiului austro-ungar până în 1919, referințele stilistice erau în mod evident inspirate din curente artistice din Budapesta și Viena.

Importanța patrimoniului construit pentru identitatea Timișoarei este recunoscută de locuitori, iar această recunoaștere este acordată și de profesioniști atât în literatura de specialitate, cât și prin acordarea statutului special de protecție pentru clădiri, situri și ansambluri urbane care cuprind o suprafață foarte importantă a orașului.

Protecția care este mai eficientă decât în alte orașe ale țării se explică prin faptul că instituțiile cu rol în protecție își iau misiunea în serios. Există de câțiva ani și se manifestă din ce în ce mai mult o secțiune a societății civile interesată de protecția patrimoniului. Se poate vorbi de o alianță între mediul profesional al arhitecților și alte organizații din societatea civilă pentru protecția patrimoniului. Sunt astfel asigurate premisele pentru ca opinia publică să fie mai bine informată și sensibilizată la problematica patrimoniului.



Sunt, de asemenea, elemente de pionierat în acordarea de sprijin public pentru a asigura calitatea fațadelor unor clădiri care se află în proprietate privată. Deși există un cadru legislativ specific la nivel național care permite implicarea municipalităților în reabilitarea unor clădiri care sunt în proprietate privată, nu sunt multe autorități publice locale care să folosească acest cadru legislativ. **Programul municipal de reabilitare** din Timișoara este printre puținele exemple în România de asumare reală a responsabilității autorităților publice locale în acest domeniu extrem de important și de dificil de gestionat. Eforturile implică și creșterea nivelului de încredere a proprietarilor în autoritățile publice locale, dar și în puterile proprii că vor putea asigura, prin ratele lunare fără dobândă, rambursarea împrumutului care, deși este acordat în condiții foarte avantajoase, rămâne totuși un împrumut, într-un context general economic destul de nefavorabil. De asemenea, incertitudinile și procedurile greoaie de restituire a proprietăților constituie un impediment major în aplicarea acestor programe. În acest context dificil, este poate nevoie de mai multe resurse umane și financiare pentru acțiuni de vizibilitate și de convingere, pentru că procesele de decizie din cadrul asociațiilor de proprietari sunt foarte dificile și este nevoie de mult timp și de multă energie.

Prin noul Plan Urbanistic General și prin activitatea Direcției Județene pentru Cultură Timiș, a instituției Arhitectului Șef, a Direcției de Urbanism, prin implicarea Comisiei de urbanism și amenajarea teritoriului din cadrul autorității publice locale, dar și a comisiilor de la Ministerul Culturii, se poate afirma că abordarea de tip normativ este asigurată: există reguli de protecție și acestea pot fi implementate cu consecvență. Această abordare este însă eficientă doar atunci când există o înțelegere a patrimoniului și la nivelul actorilor din piața imobiliară.



Patrimoniul construit al Timișoarei este demn de atenție și pentru vestigiile rămase din perioada otomană, dar și pentru calitatea arhitecturii din anii '60-'80. Foarte puțină atenție a fost acordată pentru acea perioadă până acum în România, iar Timișoara ar putea face pionierat în recunoașterea valorii arhitecturale de secol XX. Descoperirile arheologice cu prilejul lucrărilor recente de reabilitare a infrastructurii edilitare și de amenajare a spațiilor publice din Cetate, au adus în atenția publicului straturi ale

istoriei care nu erau suficient cunoscute. Lipsa informațiilor privind această perioadă este deplănsă chiar de istorici și ar trebui să existe resurse nu numai pentru studii, cercetări și analize amănunțite ale descoperirilor, ci și pentru o evaluare atentă făcută de specialiști a altor vestigii încă îngropate.

Arhitectură contemporană

Masterplanul pentru Timișoara conține prevederi pentru încurajarea organizării concursurilor de arhitectură și măcar pentru investițiile publice ar fi necesară asumarea acestui instrument, care aduce vizibilitate nu numai pentru arhitecții participanți la concurs, ci și pentru oraș, pentru arhitecți din țară și din întreaga lume în cazul concursurilor internaționale.

Este extrem de necesar un demers de politică publică locală pentru arhitectură de calitate - politica de arhitectură. Este deja o practică larg răspândită în multe țări europene. Este urmărită valoarea cadrului fizic, gradul de adaptare la diverse utilizări pe termen lung pentru diferite categorii de utilizatori, viabilitatea economică (raport cost-beneficiu), valoarea socială (dezvoltare a comunității care vede și folosește acele spații), valoarea de mediu (utilizare eficientă a resurselor). Măsurile care ar putea fi propuse într-un astfel de document sunt importante pentru creșterea calității vieții locuitorilor, dar și pentru identitatea orașului și implicit pentru susținerea candidaturii Timișoarei la titlul de Capitală Europeană a Culturii în 2021.

Spații pentru artă și cultură

În interviurile și focus-grupurile cu operatori culturali din arte vizuale, muzică, artele spectacolului, arta pentru tineri și pentru amatori etc. și deci în celelalte rapoarte tematice este reliefată nevoia de **spații de întâlnire între creatori și publicul lor** (spații de expunere și de spectacol funcționale, adaptate cerințelor contemporane), dar și nevoia de spații de lucru (atelieri, spații de repetiții, spații pentru cursuri, spații pentru rezidențe artistice etc.). Aceste spații, mai ales cele pentru creșterea audienței și formare a creatorilor, ar trebui să fie distribuite echilibrat în teritoriul orașului.

Cartarea spațiilor unde se întâmplă manifestări de artă și cultură a evidențiat o densitate redusă de locuri semnificative pentru artă și cultură în afara centrului.

Interviurile și chestionarul succint realizat cu reprezentanți ai Consiliilor Consultative de Cartier au arătat faptul că locuitorii din afara centrului ar aprecia foarte mult existența unor locuri în cartierele lor în care să poată fi organizate activități culturale și artistice. Școlile sunt deja un nucleu al cartierului și multe din activitățile care au loc în prezent se desfășoară în spațiile școlilor.

Pentru a putea face o apreciere a resurselor necesare pentru a asigura spații adecvate pentru artă și cultură, este nevoie de o situație clară a resurselor de spațiu de care dispune autoritatea publică locală. Câtă vreme nu sunt localizate și analizate resursele de spațiu, nu se poate face o apreciere a modalităților concrete de satisfacere a nevoii de spații pentru operatorii culturali. Alocarea acestor spații trebuie să țină cont de capacitatea destul de limitată a operatorilor culturali de a genera venituri, dar și de gradul de relevanță pentru comunitate a activităților. Este recomandabil să fie semnate contracte de concesiune sau închiriere pe durată determinată, iar prelungirea acestor contracte să fie făcută numai dacă folosirea acelor spații de către operatorii culturali se dovedește în mod obiectiv a fi în folosul comunității.

Interviurile cu operatorii culturali au pus în evidență nu numai necesități cu privire la spații, ci și existența unor **spații în proprietate publică** ce ar putea fi folosite mai bine, de mai mulți operatori culturali care pot fi cointeresați.



Casa Tineretului este un astfel de exemplu. Întreținerea acelor spații este costisitoare, iar spațiile sunt clar subutilizate. Managerii instituțiilor publice de cultură ar putea fi încurajați să realizeze proiecte în parteneriat cu operatori culturali privați, care ar aduce un plus de energie și de dinamism în schimbul facilităților legate de spațiu.

O cartare cu caracter mai special a fost cea care a urmărit spațiile unde nu mai sunt activitățile industriale din trecut și care ar putea fi refuncționalizate și animate prin artă și cultură. Fără intervenția municipalității, operatori culturali privați ajung să folosească spații aflate în proprietate privată, dar va fi un fenomen limitat de costurile mari ale chiriilor pe piața liberă. Dacă Primăria Timișoara intervine să creeze un context de încredere bazat pe un program clar, fie și numai pe perioade limitate de timp, spațiile care stau acum abandonate, ar putea primi creatori și public, iar manifestările culturale și artistice ar putea ridica valoarea de prestigiu și ar asigura vizibilitatea acestor spații - aspecte care contează pe piața imobiliară. Un cadru de parteneriat ar putea sprijini nu numai reutilizarea fostelor spații industriale, ci ar putea activa și spații de mici dimensiuni (ateliere, mici școli de dans, de învățare a unui instrument etc.) în apartamente care stau goale în imobilele din centru, în spații ale firmelor private din diverse sectoare de activitate care sunt nefolosite în anumite momente etc.



Patrimoniu natural

Strategia pentru spații verzi a Timișoarei are propuneri care să conducă la valorificarea naturii, atât pentru contribuția acesteia la un mediu de viață plăcut și vibrant, cât și ca bază pentru dezvoltare economică (turism, transport pe Bega). Timișoara este, așa cum am văzut la începutul acestui raport, apreciată ca oraș al florilor. Parcurile au un real potențial de atracție pentru evenimente culturale și artistice în aer liber. Mai ales pentru spațiile verzi distribuite înafara centrului, alături de școli, se pot face cu resurse financiare reduse, amenajări care să fie adecvate pentru actul artistic. În complexul din Pădurea Verde, există deja mai mulți poli de atracție pentru petrecerea timpului liber și aici se poate constitui un cluster în care arta și cultura să aibă un loc privilegiat.



Cadrul construit, pe lângă faptul că este o înzidire a trecutului și deci reprezintă identitatea și cultura aceluși loc, este și infrastructură pentru activitățile culturale și artistice contemporane. Pe lângă spațiul public pentru evenimente culturale în aer liber, este necesară intervenția pentru a asigura calitatea spațiilor construite și amenajate pentru artă și cultură, dar și pentru a face regenerare urbană prin artă și cultură în zone ale orașului care nu mai au utilizarea industrială din trecut și care își caută acum un viitor.

6

Obiective generale și măsuri de acțiune

Viziune Timișoara 2024

Timișoara, locul unde viața culturală dinamică răspunde așteptărilor locuitorilor, economia creativă contribuie la bunăstare, iar creația artistică îmbrățișează experimentul. Un oraș cu o ofertă culturală diversă, conectată la fenomenele contemporane, cu un patrimoniu cultural valorificat inovativ și unde interculturalitatea este asumată.

Misiune pentru Primăria Municipiului Timișoara

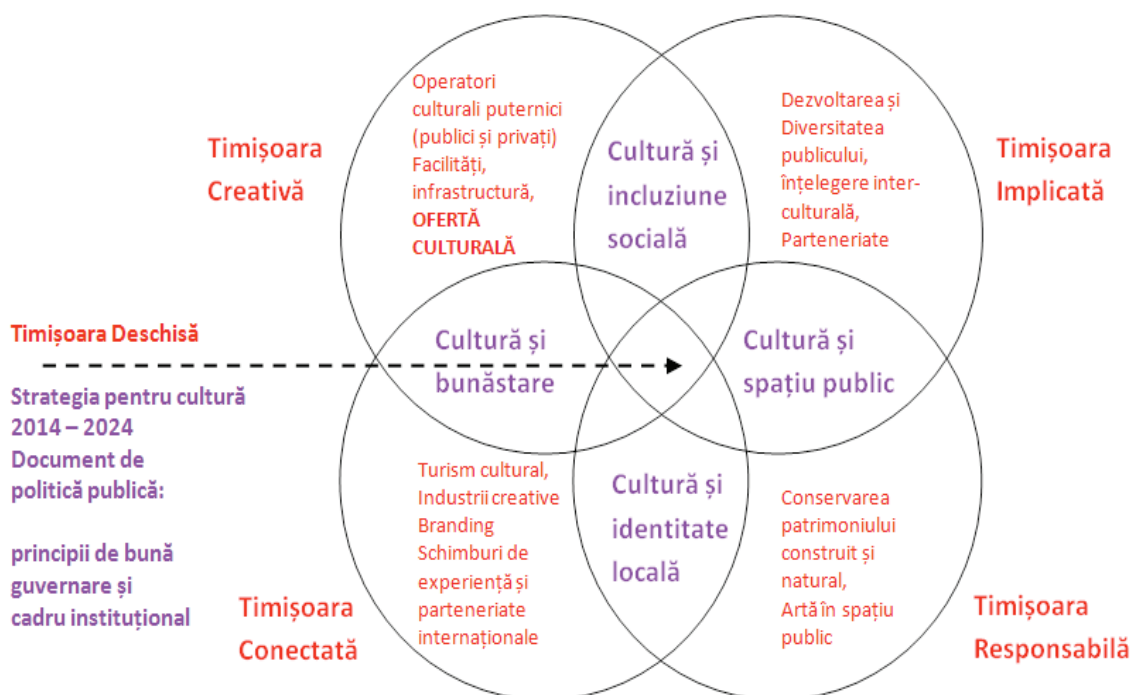
Primăria Municipiului Timișoara creează condițiile propice unei vieți culturale dinamice și diverse în oraș, competitivă la nivel național și internațional și relevantă pentru cetățenii orașului.

Principii:

- recunoașterea valorilor de patrimoniu și punerea în valoare a acestora;
- sprijin pentru cultura contemporană;
- considerarea libertății de expresie ca element fundamental al creativității și inovării;
- recunoașterea importanței legăturilor dintre cultură și societate;
- recunoașterea culturii ca motor de dezvoltare individuală și comunitară;
- respectul democratic față de cetățean și operatorii culturali în dezvoltarea de politici publice;
- valorificarea potențialului economic al culturii.

Axe tematice

1. Timișoara creativă
2. Timișoara implicată
3. Timișoara conectată
4. Timișoara responsabilă
5. Timișoara deschisă - Axă transversală



Adaptare a schemei www.millierdickinsonblais.com/blog/fourth-pillar-of-sustainability

AXA 1. TIMIȘOARA CREATIVĂ

Obiective

- 1.1. Dezvoltarea creației contemporane și a unui act artistic competitiv pe scena culturală națională și internațională și relevant pentru comunitate
- 1.2. Îmbunătățirea promovării ofertei culturale și a comunicării între operatorii culturali
- 1.3. Întărirea capacității operatorilor culturali de a dezvolta o ofertă culturală de calitate

1.1. Dezvoltarea creației contemporane și a unui act cultural competitiv pe scena culturală națională și internațională și relevant pentru comunitate

Un obiectiv adresat comunității artistice din Timișoara în vederea încurajării și stimulării producției și expunerii locale. Timișoara are potențialul de a deveni un important centru artistic în țară, motivant pentru artiștii care locuiesc și lucrează în oraș, dar și pentru artiști, organizații de cultură, manageri culturali, curatori, producători din afara acestuia. O viață culturală intensă, corect susținută, prin măsuri bine conturate, va genera în timp și o creștere a consumului cultural local și o penetrare în rândul unor categorii diverse de public.

Priorități

- 1.1.1. Creșterea numărului de spații dedicate actului cultural contemporan.
- 1.1.2. Dezvoltarea domeniului audio-vizual
- 1.1.3. Stimularea ofertei culturale noi timișorene
- 1.1.4. Susținerea prezenței artei în spațiul public
- 1.1.5. Sprijinirea sectorului industriilor culturale și creative (ICC) pentru a presta servicii în beneficiul publicului timișorean
- 1.1.6. Încurajarea dezvoltării de proiecte culturale emblematice ale Timișoarei

1.2. Îmbunătățirea promovării ofertei culturale și a comunicării între operatorii culturali

Timișoara are nevoie de o comunitate artistică solidară și de operatori culturali deschiși spre cooperare și colaborare în interesul mediului cultural și a comunității din care fac parte.

Priorități

- 1.2.1. Sprijinirea promovării ofertei culturale în spațiul public
- 1.2.2. Facilitarea comunicării între operatori culturali și a ofertei culturale locale

1.3. Întărirea capacității operatorilor culturali de a dezvolta o ofertă culturală de calitate

Timișoara are nevoie să investească în formarea profesională a operatorilor culturali activi pe plan local, pentru a genera proiecte inovatoare și coerent concepute, cu o implementare profesionistă, care să confere sustenabilitate domeniului. Potențialul de dezvoltare locală este întâmpinat prin măsuri care să răspundă nevoilor de pregătire a resurselor umane pentru ca acestea să fie cu adevărat valorificate. Cooperarea culturală locală și internațională reprezintă o prioritate pentru oraș pentru următorii 10 ani.

- 1.3.1. Formarea profesioniștilor din sectorul cultural
- 1.3.2. Deschiderea spațiilor de cultură ale instituțiilor publice către operatorii culturali privați pentru realizarea proiectelor culturale de interes public.

AXA 2. TIMIȘOARA IMPLICATĂ

Obiective

- 2.1. Creșterea implicării operatorilor economici și a administrației publice ca parteneri pentru realizarea actului cultural timișorean
- 2.2. Creșterea participării culturale în cartierele timișorene
- 2.3. Dezvoltarea de noi categorii de public pentru actul cultural
- 2.4. Acces sporit la cultură pentru persoanele cu dizabilități

- 2.5. Un oraș care contribuie la formularea identității culturale a regiunii, în care diversitatea culturală este protejată și promovată
- 2.6. Creșterea consumului cultural în rândul tinerilor și dezvoltarea unei educații pentru cultură

2.1. Creșterea implicării operatorilor economici și a administrației publice ca parteneri pentru realizarea actului cultural timișorean

În momentul de față, se resimte nevoia de a completa metodele tradiționale de promovare a actului cultural cu alte metode, bazate pe colaborarea cu entități a căror misiune nu este în principal cea de promovare, comunicare, informare culturală, dar care dețin infrastructura necesară pentru a crește accesul populației la informația culturală relevantă: puncte de întâlnire sau de tranzit (cum sunt gările), mijloace de transport în comun, resurse umane de încredere și prezente în spațiul public, relații internaționale instituționalizate. Pe lângă creșterea eficienței promovării acțiunilor culturale, această măsură este menită și să crească solidaritatea comunității locale față de poziționarea Timișoarei ca oraș cultural.

Priorități

- 2.1.1. Asigurarea accesului la informație despre cultura timișoreană prin intermediul actorilor din alte domenii de activitate (transport, educație, sănătate, justiție, etc)
- 2.1.2 . Creșterea participării operatorilor economici la realizarea actului cultural de interes public

2.2. Creșterea participării culturale în cartierele timișorene

Activitățile de cartare a manifestărilor culturale alături de consultările realizate au condus la ideea că este nevoie de a aduce cultura în afara centrului orașului și de a adapta oferta culturală la nevoile și specificul respectivelor cartiere. Deși se realizează anual, Zilele Cartierelor sunt o activitate punctuală care nu este suficientă pentru asigurarea accesului la cultură în afara zonei centrale a orașului. De asemenea, a fost semnalată necesitatea de a îmbunătăți activitatea Consiliilor Consultative de Cartier și a altor organizații comunitare de tip grass-roots în domeniul cultural prin formare în direcția managementului proiectelor culturale, prin alocare de resurse umane pregătite pentru animație culturală a comunității, dar și prin asigurarea unor spații pentru desfășurarea activității.

2.3. Dezvoltarea de noi categorii de public pentru actul cultural timișorean

Priorități

- 2.3.1. Încurajarea activităților de dezvoltare a publicului și de educație culturală în instituțiile publice de cultură
- 2.3.2. Susținerea participării copiilor și tinerilor la activități culturale

2.4. Acces sporit la cultură pentru grupurile de risc

2.5. Un oraș care contribuie la formularea identității culturale a regiunii, în care diversitatea culturală este protejată și promovată

Priorități

2.5.1. Sprijinirea cooperării și a schimburilor culturale în euroregiunea DKMT a Banatului istoric

2.5.2. Protejarea și promovarea diversității culturale a orașului

2.6. Creșterea consumului cultural în rândul tinerilor și dezvoltarea unei educații pentru cultură

AXA 3. TIMIȘOARA CONECTATĂ

Obiective

3.1. O mai bună racordare a Timișoarei la dinamica culturală națională și internațională

3.2. Valorificarea patrimoniului și a ofertei culturale în cadrul ofertei turistice a orașului și a localităților limitrofe

3.1. O mai bună racordare a Timișoarei la dinamica culturală națională și internațională

Timișoara are nevoie de o mai bună conectare cu mediul cultural din țară și din străinătate. Operatorii culturali au nevoie să călătorească, să împărtășească experiențe cu alți profesioniști, să se expună altor practici artistice, să fie conectați în permanență cu ultimele tendințe din domeniul lor. Este o responsabilitate artistică și față de public totodată. Artele sunt un veritabil ambasador, care vor promova orașul ca spațiu al creativității, atât prin mobilitatea externă, cât și prin găzduirea de evenimente internaționale, rezidențe și proiecte de cooperare culturală internațională.

Priorități

3.1.1. Sprijinirea colaborărilor culturale internaționale

3.1.2. Creșterea mobilității culturale în Timișoara

3.2. Valorificarea patrimoniului și a obiectivelor culturale în cadrul ofertei turistice a orașului și a localităților limitrofe

Patrimoniul cultural reprezintă un important atu al Timișoarei, care merită valorificat pentru cetățeni, dar și pentru a atrage turiști și a promova astfel orașul și oferta sa culturală.

3.2.1. Prezentarea ca experiență turistică a resurselor culturale

3.2.2. Îmbunătățirea serviciilor de informare despre obiectivele culturale din oraș

3.2.3. Promovarea Timișoarei ca destinație turistică culturală

AXA 4. TIMIȘOARA RESPONSABILĂ

Atât în cadrul *Agendei 21 pentru Cultură*, cât și în alte studii și documente internaționale este subliniat rolul pe care îl are spațiul public și calitatea mediului construit în asigurarea unui cadru care să încurajeze arta și cultura. Din discuțiile purtate cu operatorii culturali timișoreni și cu specialiști ai mediului construit, a reieșit că, deși Timișoara are cu ce se mândri în acest domeniu (poate mai mult decât ale orașe ale României), mai sunt încă multe aspecte care merită atenția autorităților locale.

Obiective:

- 4.1. Creșterea gradului de conștientizare a valorilor de patrimoniu, reabilitarea și punerea în valoare a patrimoniului construit al orașului
- 4.2. Creșterea calității spațiului public amenajat ca un cadru favorabil pentru artă și cultură
- 4.3. Creșterea calității spațiilor verzi amenajate ca un cadru favorabil pentru artă și cultură
- 4.4. Regenerare urbană prin cultură și refuncționalizare pentru cultură

4.1. Reabilitarea și punerea în valoare a patrimoniului construit al orașului

Timișoara are cel mai mare număr de clădiri cu statut de protecție fie ca monument istoric, fie ca parte dintr-un ansamblu sau zonă construită protejată. Primăria Timișoara face pionierat în acordarea finanțărilor, prin intermediul unui program municipal care ține cont de faptul că, deși juridic fațadele țin de domeniul privat, de facto, acestea aparțin orașului.

Priorități

- 4.1.1. Creșterea gradului de conștientizare privind valorile de patrimoniu pentru reabilitarea și punerea în valoare a patrimoniului construit al orașului
- 4.1.2. Încurajarea unei abordări integrate a patrimoniului construit

4.2. Creșterea calității spațiului public amenajat ca un cadru favorabil pentru artă și cultură

Clădirile de cultură ar merita amenajări de calitate ale spațiilor publice prin care se face accesul. Multe amenajări din oraș sunt făcute fără implicarea arhitecților și a peisagiștilor.

Priorități

- 4.2.1. Asigurarea unei preocupări permanente pentru o imagine urbană de calitate
- 4.2.2. Amenajarea spațiilor publice din preajma instituțiilor de cultură

4.3. Creșterea calității spațiilor verzi amenajate ca un cadru favorabil pentru artă și cultură (Timișoara Verde)

Cercetarea consumului cultural: 27% din populație își petrece timpul liber plimbându-se în parc. Focus-grupuri: Spații pentru evenimente culturale în aer liber pe domeniul public sau pe domeniul privat al administrației publice locale - legătură strânsă între cultură și patrimoniu natural.

4.4. Regenerare urbană prin cultură - refuncționalizarea spațiilor existente pentru cultură

Se pleacă de la constatarea că există un număr de spații (publice și private) cu potențial pentru artă și cultură, spații care pot fi adaptate pentru necesități specifice ale operatorilor culturali. Corelare cu PIDU - p.35 - completarea viziunii asupra reconversiilor zonelor industriale cu spații pentru cultură

7 Plan de acțiune

Planul de acțiune organizează în timp propunerile prezentate în secțiunea anterioară pentru atingerea obiectivelor strategiei culturale și surprinde astfel condiționările care se impun logic între măsuri.

Sfârșitul anului **2016** este important pentru calendarul de implementare al acestei strategii, pentru că este momentul în care se vor anunța rezultatele procesului de selecție pentru acordarea statutului de Capitală Culturală Europeană. Prin urmare, perioada de implementare a strategiei este temporizată astfel:

TERMEN SCURT (TS)

Acțiunile pe termen scurt privesc orizontul de timp 2014-2016. Doar pentru acțiunile pe termen scurt, sunt detaliate rezultatele scontate.

TERMEN MEDIU (TM)

Acțiunile pe termen mediu privesc perioada 2017-2021. Momentul 2021 este deasemenea important pentru că va însemna derularea programării speciale pentru Capitală Europeană a Culturii în cazul în care orașul Timișoara primește acest statut.

TERMEN LUNG (TL)

Acțiunile pe termen lung privesc perioada 2022-2024 și au în vedere inclusiv, în cazul dezvoltării programului Capitală Europeană a Culturii la Timișoara, sustenabilitatea conceptului și a rezultatelor obținute.

NOTĂ

Rubrica 6 din planul de acțiune reprezintă indicatorii de evaluare (vezi cap. 8) Abrevierile pentru categoriile de INDICATORI sunt următoarele:

Impactul asupra sectorului cultural ca sistem de producție culturală

IMP CULT DIV - Diversitatea activităților și calitatea lor artistică

IMP CULT SUS - Sustenabilitatea sectorului cultural timișorean

IMP CULT CAP - Capital social și solidaritate în sectorul cultural

IMP CULT INT - Dimensiunea europeană, colaborări internaționale

Imaginea orașului, identitate și percepții asupra ofertei culturale și atractivității Timișoarei ca destinație culturală

IMAG MASS - Reflectare în mass-media

IMAG ART - Percepția mediului artistic

IMAG PUB - Satisfația publicului

IMAG MULTI - Multiculturalitate

Impact economic al investițiilor în cultură

ECON POW - Puterea economiei culturale și creative locale

ECON INVEST - Investiția publică locală în cultură

ECON HUM - Resurse umane specializate în sectorul cultural și creativ timișorean

ECON TUR- Turism Periodic

Acces la cultură și participare

CONS CULT - Consumul cultural și exprimare creativă în Timișoara

ACC CULT - Condiții de acces la cultură

Infrastructură culturală, patrimoniu cultural și natural, mediu construit

INFR CULT- Infrastructură culturală nouă sau refuncționalizată

PATR IMOB- Patrimoniu cultural imobil

MED CONS- Mediu construit

Governare culturală

GUV CULT- Governare culturală

AXA 1.TIMIȘOARA CREATIVĂ

Un oraș în care creația contemporană este încurajată și susținută în mod activ, cu interes deosebit pentru zona experimentului și abordarea interdisciplinară, în care publicul are acces la spații inovatoare și în care operatorii culturali sunt stimulați să dezvolte proiecte relevante pe plan local, regional și internațional.

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F I N D.
1.1.Dezvoltarea creației contemporane și a unui act artistic competitiv și relevant pentru comunitate					
1.1.1. Creșterea numărului de spații dedicate actului cultural contemporan					
Înființarea unui Centru Artă-Tehnologie-Experiment Interdisciplinar					I M P C U L T D I V
Amenajarea unei noi săli de spectacole pentru Teatrul German de Stat din Timișoara					
Construcția și amenajarea unei noi săli de spectacole și concerte în Timișoara, cu o capacitate de aproximativ 1500 de locuri					I M P C U L T S U S
Crearea unor noi spații de atelier în Timișoara pentru artiștii locali din domeniul artelor vizuale				Artiști care beneficiază de spații	I M A G A R T
Amenajarea unor noi spații în vederea desfășurării activităților muzeale în condiții optime				Patrimoniu cultural mobil bine depozitat și conservat	
Asigurarea unor noi spații de repetiții pentru muzicienii din Timișoara					I N F R C U L T
Sprrijn pentru identificarea unor spații potrivite pentru desfășurarea activităților pentru centrele culturale-Spitalul de Dermatologie,Liceul de Arte Plastice, Palatului Copiilor și Casa de Cultură a Studenților din Timișoara				Participarea copiilor și tinerilor la activități	
1.1.2.Dezvoltarea domeniului audio-vizual					
Constituirea unui fond de dezvoltare regională al cinematografeiei și al audio-vizualului					I M P C U L T D I V
Transformarea Cinema Timiș într-o instituție de tip Art House					
Valorificarea cinematografeilor în scop cultural					I M P C U L T S U S
					I M P C U L T C A P
1.1.3. Stimularea ofertei culturale noi timișorene					
Acordarea competitivă a finanțării nerambursabile pentru proiecte culturale				Proiecte culturale finanțate Valoarea / proiect și valoarea totală	I M P C U L T D I V
Acordarea de burse de creație și de atelier artiștilor vizuali					
Acordarea de burse pentru debut literar					I M P C U L T S U S
					I M P C U L T C A P

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
1.1.4. Susținerea prezenței artei în spațiul public					
Comisionarea pe bază de competiție a unor lucrări de artă în spații publice				Lucrări de artă în spații publice	IMAG PUB
Intrarea în legalitate a artiștilor ambulanți				Artiști ambulanți prezenți în spațiul public	IMAG ART
Derularea unor proiecte de street art în locații strategice pentru oraș				Intervenții de street art în oraș	
1.1.5. Sprijinirea sectorului industriilor culturale și creative (ICC) pentru a presta servicii în beneficiul publicului timișorean					
Înființarea unui fond de start-up (20.000 euro) pentru zona de ICC					ECON POW
Organizarea unor cursuri de formare în antreprenariat creativ cu dimensiune culturală				Formări derulate	ECON HUM
Realizarea de schimburi de experiență și transfer de know-how în ICC					
Dezvoltarea unui cluster creativ cu incubator pentru start-ups și alte facilități specifice					
1.1.6. Încurajarea dezvoltării de proiecte culturale emblematice ale Timișoarei					
Constituirea unei liste de proiecte culturale prioritare pentru Timișoara				Proiecte culturale prioritare (organizator: Primăria Municipiului Timișoara)	IMP CULT DIV IMAG ART
Oferirea de finanțări nerambursabile pentru programul minimal al operatorilor culturali de interes public (altele decât instituții publice de cultură)					
Sprijinirea programului de activități al Muzeului Revoluției				Activitatea Muzeului Revoluției din Timișoara	
1.2. Îmbunătățirea promovării ofertei culturale și a comunicării între operatorii culturali					
1.2.1. Sprijinirea promovării ofertei culturale în spațiul public					
Facilitarea accesului operatorilor culturali din Timișoara la afișajul stradal				Evenimente culturale promovate prin afișaj stradal	IMP CULT CAP
Suplimentarea spațiilor de afișaj stradal acolo unde acoperirea nu este suficientă				Evenimente culturale promovate prin afișaj stradal	IMP CULT SUS

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
1.2.2 Facilitarea comunicării între operatori culturali și a ofertei culturale locale					
Crearea unui portal cultural online, în care fiecare operator poate înregistra informații relevante				Funcționarea portalului cultural online	IMP CULT CAP
Publicarea revistei „Revolutionary TM” în versiune print și online				Revista “Revolutionary TM” disponibilă online și tipărită	IMP CULT SUS
Dezvoltarea unei prese culturale specializate				Articole despre cultura timișoreană	CONS CULT
Informații culturale despre activitatea și patrimoniul mobil al muzeelor în limbi de circulație internațională				Informații publicate	
1.3. Întărirea capacității operatorilor culturali de a dezvolta o ofertă culturală de calitate					
1.3.1. Formarea profesioniștilor din sectorul cultural					
Organizarea de cursuri și ateliere de formare profesională a managerilor culturali și a personalului administrativ				Număr de persoane formate	ECON HUM
Organizarea de cursuri și ateliere de formare profesională pentru artiști, personalul tehnic				Număr de persoane formate	
Oferirea de burse pentru manageri culturali în cadrul organizațiilor și instituțiilor publice de cultură timișorene					IMP CULT SUS
Organizarea de stagii de practică a studenților în organizații și instituții culturale				Număr de persoane care desfășoară stagii de practică	
1.3.2. Deschiderea spațiilor de cultură ale instituțiilor publice către operatorii culturali privați pentru realizarea proiectelor culturale de interes public					
Introducerea criteriului cooperării cu sectorul cultural privat în evaluarea managementului cultural al instituțiilor publice					IMP CULT CAP
Acordarea de finanțare suplimentară instituțiilor publice de cultură care cooperează cu ONGuri culturale și artiști independenți					IMP CULT DIV
Comunicarea publică a spațiilor și a echipamentelor de care dispun instituțiile publice pentru cultură				Gradul de utilizare a spațiilor și echipamentelor de către operatori culturali privați non-profit	CONS CULT
Promovarea instituțiilor publice de cultură care reprezintă exemple de bună practică în colaborarea cu ONGurile culturale				Referiri pozitive la proiecte și activități de colaborare	

AXA 2. TIMIȘOARA IMPLICATĂ

Un oraș în care solidaritatea și diversitatea culturală coexistă, a cărei identitate se definește continuu și se ancorează în profilul multicultural timișorean și diversitatea lingvistică și confesională prezentă.

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
2.1. Creșterea implicării operatorilor economici și a administrației publice ca parteneri pentru realizarea actului cultural timișorean					
2.1.1. Asigurarea accesului la informație despre cultura timișoreană prin intermediul actorilor din alte domenii de activitate (transport, educație, sănătate, justiție, etc)					
Plasarea de materiale informative în spații cu funcțiuni pentru public				Promovare culturală în spații cu funcțiuni pentru public	IMAG MASS ECON TUR
2.1.2. Creșterea participării operatorilor economici la realizarea actului cultural de interes public					
Oferirea în mediul universitar a unor cursuri optionale de formare în domeniul pedagogiei artelor, muzicii					ECON HUM
Crearea de parteneriate de practică între instituțiile de cultură și universitățile timișorene în vederea implicării studenților în conceperea, organizarea, promovarea programelor culturale ale acestora					ECON HUM
Scutiri fiscale pentru operatorii economici timișoreni care finanțează acțiuni culturale timișorene de interes public					ECON POW
Introducerea unui premiu pentru Mecenat cultural, ca secțiune în cadrul Galei Excelenței Timișorene				Vizibilitatea pozitivă pentru susținătorii privați ai actului cultural de interes public	IMP CULT SUS
Acordarea de reduceri pe impozitul pe proprietate din chirii pentru operatorii economici și pentru persoanele fizice care oferă spații (clădiri și terenuri) pentru operatori culturali					
Încurajarea externalizării serviciilor de ospitalitate și a altor servicii de către instituțiile publice de cultură				Număr de servicii externalizate de către instituții publice de cultură	
2.2. Creșterea participării culturale în cartierele timișorene					
Organizarea de evenimente și proiecte culturale în cartierele timișorene				Număr de evenimente și proiecte organizate Participarea la evenimentele și proiectele organizate în cartiere	ACC CULT CONS CULT
Asigurarea unei formări specifice pentru activitatea cultural-comunitară din cartiere					
Dotarea parcurilor din cartiere cu elemente care să permită organizarea de evenimente				Număr de parcuri cu dotări pentru realizarea de evenimente	
Amenajarea de spații în care se pot desfășura activități culturale în cartiere					
Dezvoltarea unor centre comunitare de învățare permanentă					

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
2.3. Dezvoltarea de noi categorii de public pentru actul cultural timișorean					
2.3.1. Încurajarea activităților de dezvoltarea publicului și de educație culturală în instituțiile publice de cultură					
Alocarea unor fonduri speciale pentru activități de dezvoltarea publicului și educație culturală în instituțiile publice de cultură				Proiecte de educație culturală și dezvoltarea publicului realizate	ACC CULT CONS CULT
Sustinerea punerii la dispoziție a spațiilor instituțiilor publice de cultură pentru exprimare creativă / arta de amatori				Artă de amatori prezentă în spațiile instituțiilor publice de cultură	IMP CULT DIV
Promovarea exemplelor de bună practică în dezvoltarea publicului și educație culturală				Vizibilitate pozitivă a proiectelor și evenimentelor	
Derularea unei campanii de promovare a voluntariatului în cadrul organizațiilor și instituțiilor publice de cultură				Implicare crescută în voluntariat cultural	
Prelungirea programului muzeelor și bibliotecilor până la ora 20.00 în cel puțin o zi a săptămânii				Consum cultural crescut în instituțiile publice de cultură	
2.3.2. Susținerea participării copiilor și tinerilor la activități culturale					
Acordarea de sprijin financiar pentru activități dedicate activităților culturale în școli și în perioada vacanțelor școlare					IMP CULT DIV
Constituirea unui cadru de colaborare între școli și operatori culturali pentru desfășurarea orelor de curs în spații culturale				Ore de curs desfășurate în spații culturale	ECON HUM ECON INVEST
Formarea profesională continuă a cadrelor didactice pentru educație artistică și culturală					
Sprijinirea activității culturale de amatori în școli				Activități artistice dezvoltate în școli	
2.4. Acces sporit la cultură pentru grupurile de risc					
Acordarea de sprijin pentru activități de intervenție socială prin cultură / intervenție culturală				Proiecte de intervenție culturală realizate	ACC CULT
Amenajarea și dotarea corespunzătoare a instituțiilor publice de cultură pentru accesul persoanelor cu dizabilități				Dotări corespunzătoare pentru persoanele cu dizabilități	
Formarea personalului din instituțiile publice de cultură pentru a sprijini accesul la cultură al persoanelor cu dizabilități				Persoane capabile să ofere servicii de primire pentru persoanele cu dizabilități	

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
2.5. Un oraș care contribuie la formularea identității culturale a regiunii, în care diversitatea culturală este protejată și promovată					
2.5.1. Sprijinirea cooperării și a schimburilor culturale în euroregiunea DKMT a Banatului istoric					
Dezvoltarea traseelor culturale în euroregiunea DKMT - Banatul istoric				Trasee culturale dezvoltate și utilizate	IMP CULT INT
Contribuție la actualizarea catalogului de operatori culturali din regiunea DKMT				Catalog de operatori culturali accesat și actualizat	
Organizarea unui Târg anual de proiecte transfrontaliere România-Serbia și România-Ungaria				Colaborări culturale în regiunea transfrontalieră	
2.5.2. Protejarea și promovarea diversității culturale a orașului					
Introducerea unor criterii de evaluare a punerii în valoare a multii și interculturalității în programul instituțiilor publice de cultură					IMP CULT INT
Organizarea unor cursuri de formare profesională pentru manageri culturali și pentru personalul administrativ cu privire la managementul diversității				Persoane capabile să adreseze diversitatea în cadrul activităților de management cultural	IMAG MULTI
Acordarea de sprijin pentru activități culturale cu profil multietnic sau intercultural				Proiecte cu profil multietnic și intercultural Participarea la acest gen de proiecte	
2.6. Creșterea consumului cultural în rândul tinerilor și dezvoltarea unei educații pentru cultură					
Introducerea săptămânii culturale pentru tineri- acces liber la activitățile culturale organizate în această săptămână, alta decât săptămâna educației non-formale				Consum cultural crescut în rândul tinerilor	ACC CULT

AXA 3. TIMIȘOARA CONECTATĂ

Un oraș racordat la mișcările artistice contemporane din țară și străinătate, prezent prin artiști și organizații de cultură la evenimente relevante de profil, implicat în schimburi de experiență și parteneriate regionale, naționale și internaționale și atractiv pentru turiști

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
3.1. O mai bună racordare a Timișoarei la dinamica culturală națională și internațională					
3.1.1. Sprijinirea colaborărilor culturale internaționale					
Acordarea de sprijin pentru operatorii culturali implicați în proiecte strategice de cooperare culturală					IMAG MULTI
Organizarea de cursuri de formare profesională pentru managementul proiectelor de cooperare culturală internațională				Persoane formate în managementul proiectelor de cooperare culturală internațională	IMP CULT INT ECON TUR
Colaborări cu centrele culturale și consulatele din Timișoara pentru sprijinirea colaborărilor culturale internaționale și promovarea ofertei culturale				Proiecte noi de cooperare culturală	
Valorificarea apartenenței Primăriei Timișoara la rețele internaționale prin inițierea unor proiecte cu miză culturală cu parteneri din aceste rețele				Proiecte noi de cooperare culturală	
Promovarea în străinătate a deschiderii pentru colaborări cu operatori culturali timișoreni în cadrul rețelelor naționale și internaționale din care face parte Primăria Timișoara				Proiecte noi de cooperare culturală	
3.1.2. Creșterea mobilității culturale în Timișoara					
Sprijin financiar pentru activități culturale cu participare internațională				Evenimente și proiecte cu participare internațională	IMP CULT INT
Crearea unui fond de mobilitate și rezidențe în Timișoara - gazdă					IMP CULT DIV
Dezvoltarea unui fond public pentru mobilitate culturală internațională a artiștilor și operatorilor culturali timișoreni					
3.2. Valorificarea patrimoniului și ofertei culturale în cadrul ofertei turistice a orașului și a localităților limitrofe					
3.2.1 Prezentarea ca experiență turistică a resurselor culturale					
Valorificarea și dezvoltarea de noi trasee turistice culturale în Timișoara și în localitățile limitrofe				Trasee turistice valorificate	ECON TUR
Includerea Timișoarei în traseele turistice tematice europene ale Institutul european pentru itinerarii culturale					
Realizarea de proiecte culturale pe canalul Bega, ca mijloc de conectare europeană prin legătură cu Dunărea					
Realizarea de instrumente de promovare a patrimoniului culinar bănățean pentru integrarea acestora în meniurilor restaurantelor din Timișoara și la nivel internațional					
Deschiderea unor instituții culturale pentru vizite turistice					

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
3.2.2 Îmbunătățirea serviciilor de informare despre obiectivele culturale din oraș					
Amplasarea de indicatoare turistice la apropierea de oraș și la intrarea în oraș care să prezinte principalele atracții turistice				Indicatoare turistice disponibile	ECON TUR
Amplasarea de hărți de tip “you are here”					CONS CULT
Realizarea de aplicații informatice pentru dispozitive portabile despre obiectivele culturale și oferta culturală din oraș					
Amplasarea de plăci informative despre monumentele istorice și în locurile relevante pentru memoria colectivă a orașului				Plăci informative disponibile	
3.2.3 Promovarea Timișoarei ca destinație turistică cultural					
Actualizarea site-ului turistic al orașului cu informații despre obiectivele culturale și viața culturală a orașului în mai multe limbi de circulație internațională				O mai bună informare turistică	ECON TUR
Realizarea și distribuția de publicații de prezentare a Timișoarei culturale pentru grupuri țintă specifice, în mai multe limbi				O mai bună informare turistică	
Distribuirea unui newsletter trimestrial cu privire la programul activităților culturale timișorene pentru următoarele 6 luni				O mai bună informare turistică	
Promovarea unei comunități de reprezentare a Timișoarei ca destinație culturală				Promovarea la nivel internațional crescută	
Parteneriate cu companiile multinaționale care activează în Timișoara să promoveze Timișoara ca destinație turistică culturală					

AXA 4. TIMIȘOARA RESPONSABILĂ

Un oraș în care patrimoniul construit și natural este protejat și în care spațiul public este de calitate, oferind astfel un cadru favorabil artelor și culturii pentru cetățeni, atât în centru cât și în cartiere și în localitățile limitrofe.

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
4.1. Reabilitarea și punerea în valoare a patrimoniului construit al orașului					
4.1.1. Creșterea gradului de conștientizare privind valorile de patrimoniu pentru reabilitarea și punerea în valoare a patrimoniului construit al orașului					
Organizarea unor campanii de conștientizare a valorilor de patrimoniu de către proprietarii de imobile				Informare crescută și corectă cu privire la valorile de patrimoniu	PATR IMOB
Sprajin acordat proprietarilor de clădiri cu statut de monument istoric care demarează acțiunile de intrare în Programul Municipal de reabilitare				Clădiri reabilitate în cadrul programului municipal	
4.1.2. Încurajarea unei abordări integrate a patrimoniului construit					
Organizarea unor Universități de Vară pentru restaurarea unor spații aflate în proprietatea consiliului local				Studenți și profesioniști implicați în activități de restaurare, Clădiri restaurate	PATR IMOB
Reabilitarea prudentă și revitalizarea economică a cartierelor istorice din Timișoara				Clădiri restaurate și funcțiuni culturale în cartierele Iosefin și Fabric	
4.2. Creșterea calității spațiului public amenajat ca un cadru favorabil pentru artă și cultură					
4.2.1. Asigurarea unei preocupări permanente pentru o imagine urbană de calitate					
Adoptarea și urmărirea cu consecvență a unei Politici de Arhitectură a Timișoarei					MED CONS
Constituirea unei comisii de estetică urbană				Decizii luate pentru o mai unitară, coerentă estetică urbană a orașului	
Încurajarea atribuirii competitive pe criterii calitative pentru proiectarea investițiilor publice cu impact asupra imaginii urbane					
Promovarea către publicul larg a prevederilor din Planul Urbanistic General și din alte documente de planificare				Informare crescută despre prevederile PUG Timișoara	
Asigurarea de facilități fiscale și asistență tehnică pentru proprietarii care vor să reabiliteze fațadele clădirilor lor				Fațade reabilitate	

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
4.2.2. Amenajarea spațiilor publice din preajma instituțiilor de cultură					
Amenajări pentru relații spațiale logice și pentru spații primitoare în preajma instituțiilor de cultură					INFR CULT
Trasee de mobilitate durabilă (pietoni, biciclete) care să lege obiective culturale					
4.3. Creșterea calității spațiilor verzi amenajate ca un cadru favorabil pentru artă și cultură (Timișoara Verde)					
Amenajări de spații pentru evenimente culturale și artistice în parcuri					INFR CULT
Amenajări de spații pentru evenimente culturale pe malurile Begăi					
Amenajări pentru cultură în preajma și în incinta complexului verde: Pădurea Verde, Muzeul Satului Bănățean, Grădina Zoologică				Noi amenajări pentru cultură	
4.4. Regenerare urbană prin cultură - refuncționalizarea spațiilor existente pentru cultură					
Refuncționalizarea unor spații aflate în patrimoniul Primăriei ca spații culturale					MED CONS
Refuncționalizarea unor spații din fostele zone industriale ca spații culturale					

AXA 5. TIMIȘOARA DESCHISĂ - AXĂ TRANSVERSALĂ

Un oraș în care guvernarea culturală se bazează pe valorile democrației participative, unde serviciile publice sunt eficiente și creează cadrul necesar unui act cultural de calitate, bazat pe dreptul creatorului la libertatea de expresie și pe recunoașterea rolului culturii pentru dezvoltare individuală și comunitară.

Măsurile propuse fac posibil parteneriatul între Primăria Municipiului Timișoara, Consiliul Local Timiș și operatorii culturali, precum și cu agenți economici și locuitori ai orașului care pot contribui la implementarea strategiei. În capitolul 9 al prezentei strategii, sunt descrise instrumentele instituționale prin care autoritatea publică locală și partenerii săi vor implementa strategia.

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
5.1. O coordonare internă eficientă în cadrul Primăriei Timișoara pentru realizarea politicilor publice culturale					
5.1.1. Asumarea rolurilor și responsabilităților departamentelor executivului ce derivă din Strategie					
Definirea fișelor de post asociate cu rolurile și responsabilitățile specifice sectorului cultural asumate prin Strategie				Fișe de post și proceduri de lucru	GUV CULT
Definirea modurilor de corelare și coordonare între responsabilitățile ce privesc domeniul culturii din diferitele structuri executive ale Primăriei Timișoara				Proceduri de corelare și coordonare pentru a asigura rolul culturii în dezvoltarea orașului	
5.1.2. Implementarea Strategiei pentru cultură 2014-2024					
Înființarea unei Unități de Implementare a Strategiei Culturale 2014-2024				Cadru de implementare a Strategiei Culturale	GUV CULT
Colectarea sistematică de informații relevante pentru monitorizarea strategiei și a impactului acesteia					
Evaluarea rezultatelor și a impactului măsurilor din cadrul Strategiei					
5.2. Îmbunătățirea transparenței decizionale și a bunei guvernări a Primăriei Timișoara în sectorul cultural					
5.2.1. Creșterea calității și a eficienței în comunicare între aparatul executiv al Primăriei Timișoara și operatorii culturali					
Implementarea măsurilor referitoare la îmbunătățirea comunicării către operatori culturali prevăzute în Strategie				Comunicare mai eficientă aofertei cultural timișorene	GUV CULT
Organizarea de consultări între persoane responsabile din aparatul executiv și comunitatea culturală				Guvernare participativă	
5.2.2. Creșterea calității și a eficienței în comunicare cu operatorii culturali pentru deciziile de politică publică					
Organizarea de consultări între consilierii locali din comisia de cultură și cei din alte comisii din cadrul APL				Consens crescut despre rolul și măsurile necesare pentru cultură cu rol în dezvoltare	GUV CULT
Organizarea de consultări între consilieri locali și comunitatea culturală				Guvernare participativă	

ACȚIUNI	TS	TM	TL	Rezultate scontate (doar pentru TS)	R E F IND.
5.3. Corelarea sistematică cu activitățile Asociației Timișoara Capitală Culturală Europeană					
Promovarea și implementarea de principii și recomandări validate la nivel internațional în domeniul culturii				Racordarea activității de guvernare culturală din Timișoara la practicile internaționale	GUV CULT
Suținerea candidaturii orașului la titlul de Capitală Europeană a Culturii, a programului efectiv și asigurarea sustenabilității rezultatelor				Activități desfășurate în sprijinul Timișoara CCE 2021	
5.4. Corelarea pentru cooperare cultural între Primăria Municipiului Timișoara și alte autorități publice locale, județene și naționale					
Corelarea între agenda culturală locală și cea județeană, cooperare cu Consiliul Județean Timiș				Sustenabilitatea măsurilor de politică cultural locale și județene	GUV CULT
Cooperare cu Direcția pentru Cultură Timiș				Decizii clare, corecte și relevante cu privire la patrimoniu timișorean	
Corelare cu Agenția de Dezvoltare Regională pentru promovarea măsurilor de investiții în cultură				Investiții publice pentru cultură din fonduri multiple	
5.5. Constituirea unui cadru de cooperare între Primăria Municipiului Timișoara, operatorii economici și persoane fizice pentru dezvoltarea actului cultura					
Scutiri fiscale pentru operatorii economici și persoane fizice care sprijină actul cultural (sponsorizări, donații, chirii preferențiale) Corelare cu Timișoara Responsabilă				Implicarea operatorilor economici în finanțarea actului cultural de interes public	GUV CULT
Promovarea implicării operatorilor economici în dezvoltarea actului cultural Corelare cu Timișoara Implicată				Vizibilitate pozitivă pentru operatorii economici implicați în susținerea actului cultural de interes public	
5.6. Îmbunătățirea procedurilor de finanțare nerambursabilă pe bază de proiect a actului cultural timișorean					
Introducerea posibilității acordării de finanțări multianuale pentru proiecte cultural					GUV CULT
Îmbunătățirea procedurilor de evaluare competitivă a cererilor de finanțare depuse				Proceduri de evaluare competitivă	
Monitorizare și valorificare a proiectelor strategice și exemple de bună-practică din Agenda cultural locală					
Dezvoltarea fondurilor de rezidențe, burse, mobilități și co-finanțări pentru participarea la proiecte europene a operatorilor culturali timișoreni					
Informare sistematică cu privire la Agenda culturală locală: regulament de finanțare, rezultate, ghid de decont etc				Informare către operatorii culturali	

8

Proceduri și indicatori de evaluare

Strategia culturală a Municipiului Timișoara 2014-2024 include o componentă de evaluare a impactului pe termen mediu și lung, în direcția implementării măsurilor propuse.

Evaluarea impactului strategiei culturale pentru următorii 10 ani la nivelul orașului se realizează pe baza unei grile cadru de indicatori. Indicatorii au fost stabiliți plecând de la schema de măsurare a impactului programului *Liverpool 08 Capitală Europeană a Culturii*, model recomandat ulterior de Comisia Europeană pentru dezvoltarea politicilor culturale la nivel local. În formularea indicatorilor s-a ținut cont de recomandările adresate autorităților publice locale în cadrul *Agendei 21 pentru cultură* și în Rezoluția legislativă a Parlamentului European din 12 decembrie 2013 referitoare la propunerea de decizie a Parlamentului European și a Consiliului de stabilire a unei acțiuni a Uniunii în favoarea evenimentului Capitale Europene ale Culturii pentru anii 2020 - 2033 . Abordarea indicatorilor are la bază o viziune transversală a rolului culturii pentru dezvoltare și sunt puse în valoare elemente de economie, turism, mediu natural și construit, bună guvernare, societate, educație, tineret și multiculturalitate.

Urmărirea indicatorilor presupune colectarea **anuală** de date, completată de **evaluări periodice** (2017, 2021 și 2025) mai substanțiale pentru acei indicatori care presupun măsurarea percepției sau satisfacției cu privire la anumite aspecte ale vieții culturale timișorene. Procedurile și indicatorii de evaluare vor surprinde particularitățile Timișoarei și specificitatea strategiei culturale 2014-2024.

Indicatorii sunt:

Impactul asupra sectorului cultural ca sistem de producție culturală:

Diversitatea activităților și calitatea lor artistică:

- număr și tip de evenimente culturale organizate în Timișoara: spectacole de teatru, spectacole de operă, expoziții în muzee, expoziții în galerii publice, festivaluri, concerte de muzică clasică, concerte de jazz etc;
- nominalizări și premii primite de artiști și organizații de cultură din Timișoara în cadrul unor evenimente de profil relevante, din țară și din străinătate;
- număr de producții și coproducții cinematografice cu participarea organizațiilor de audio-vizual timișorene;
- prezența artei în spații publice ca număr de sculpturi, instalații, artiști ambulanți, proiecte de street art etc;
- număr de debuturi literare și muzicale în Timișoara.

Sustenabilitatea sectorului cultural timișorean:

- număr de organizații de cultură private (profit și non-profit) active în Timișoara;
- mixul financiar al organizațiilor în sectorul public și cel privat (% donații și sponsorizări, % activitate economică, % venituri din finanțări nerambursabile, % subvenții);
- număr de artiști stabiliți în Timișoara (nou-veniți și localnici);
- numărul de organizații care au un punct de lucru sau un sediu efectiv unde își desfășoară activitatea;

- numărul de angajați și colaboratori în organizațiile de cultură (% voluntari);
- venitul managerilor culturali din organizațiile private culturale.

Capital social și solidaritate în sectorul cultural:

- număr și tip de colaborări între operatori culturali și operatori economici din oraș;
- număr și tip de colaborări între ONG-uri culturale și instituții publice din Timișoara;
- număr de spații închiriate la prețuri preferențiale de artiști de la persoane fizice sau operatori economici.

Dimensiunea europeană, colaborări internaționale:

- număr și profil al de colaborărilor cu artiști și alte organizații culturale și creative din Europa;
- număr și profil al participării la activitatea rețelelor și platformelor europene și internaționale a artiștilor și organizațiilor timișorene;
- număr și profil al participărilor artiștilor și organizațiilor din Timișoara la evenimente de profil relevante, din țară și din străinătate;
- numărul și profil al proiectelor culturale de cooperare transfrontalieră în regiunea Banatului istoric;
- numărul de artiști care lucrează în Timișoara pe bază de proiect, din țară și din străinătate.

Imaginea orașului, identitate și percepții asupra ofertei culturale și atractivității Timișoarei ca destinație culturală

Reflectare în mass-media:

- numărul de articole dedicate evenimentelor culturale din Timișoara în presa locală, națională și internațional, după caz;
- aprecierea atractivității Timișoarei ca destinație culturală în presa locală, națională și internațională;
- numărul subiectelor predilecte abordate în presă (% cultură);
- profilul materialelor de presă dedicate evenimentelor culturale abordate în presă: tipul de artă despre care se scrie, tipul de eveniment, organizațiile menționate, artiștii nominalizați, etc.

Percepția mediului artistic:

- percepția oamenilor de cultură din Timișoara asupra calității evenimentelor culturale din oraș;
- percepția oamenilor de cultură din alte orașe asupra calității ofertei artistice din Timișoara;
- percepția operatorilor culturali din Timișoara asupra accesului la afișaj stradal;
- percepția operatorilor culturali asupra comunicării și colaborării din interiorul sectorului cultural timișorean;
- percepția operatorilor culturali asupra calității presei locale;
- percepția artiștilor din Timișoara și a operatorilor culturali asupra calității artei în spațiul public (sculpturi, instalații, street art, etc.).

Satisfacția publicului:

- aprecierea evenimentelor culturale de către audiență;
- interesul declarat pentru artă al locuitorilor Timișoarei;
- satisfacția voluntarilor cu privire la implicarea în proiecte culturale ale orașului;
- aprecierea locuitorilor Timișoarei a calității promovării actului cultural în Timișoara;
- percepția calității și diversității programelor de educație culturală de către public;
- aprecierea artei în spațiul public.

Multiculturalitate:

- participarea (consum cultural) la evenimentele organizate cu profil multicultural sau intercultural;
- număr de organizații active ale migranților și minorităților etnice din Timișoara;
- număr de proiecte culturale ale migranților și minorităților etnice din Timișoara.

Impact economic al investițiilor în cultură

Puterea economiei culturale și creative locale:

- valoarea fondurilor atrase prin finanțare națională și internațională nerambursabilă de către operatorii din ICC;
- numărul de operatori culturali (și pe domenii culturale) care beneficiază de finanțări naționale și internaționale nerambursabile;
- numărul de companii active în domeniile ICC;
- cifra de afaceri a companiilor din domeniile ICC;
- valoarea sponsorizărilor și donațiilor pentru cultură în Timișoara.

Investiția publică locală în cultură:

- structura finanțării publice pentru cultură la nivel local (% finanțări publice acordate prin Agenda Culturală locală, % finanțări pentru proiectele prioritare ale Primăriei Municipiului Timișoara, % subvenții acordate instituțiilor publice pentru cultură, % finanțare pentru programul Capitală Europeană a Culturii);
- % investiții în cultură la nivel local vs. venituri în economia locală culturală și creativă;
- % alocat pe cap de locuitor în cultură în Timișoara (buget local și județean);
- valoarea investițiilor în patrimoniul construit al orașului (% investiție publică în patrimoniul construit al Timișoarei, % investiție privată în patrimoniul construit al Timișoarei).

Resurse umane specializate în sectorul cultural și creativ timișorean

- numărul de angajați în sectorul cultural și cel creativ, permanent și pe bază de proiect
- numărul de angajați în domeniul restaurării patrimoniului construit al Timișoarei.

Turism

- numărul de turiști care vizitează Timișoara (% motivație participare la evenimente culturale);
- principalele atracții turistice din oraș;
- gradul de satisfacție al turiștilor cu privire la oferta și infrastructura culturală a orașului;
- gradul de ocupare a hotelurilor din Timișoara pe perioada evenimentelor culturale marcante ale orașului;
- venituri în industria de ospitalitate pe perioada evenimentele culturale marcante ale orașului;
- structura utilizării mijloacelor de transport pentru a ajunge la Timișoara pe perioada evenimentelor culturale marcante ale orașului;
- percepția asupra Timișoarei ca oraș favorabil sectorului de afaceri și creativității de către lideri din domeniul business;
- gradul de integrare al unor valori de patrimoniu imaterial timișorene în activitatea economică (ex. patrimoniul culinar).

Acces la cultură și participare

Consumul cultural și exprimare creativă în Timișoara:

- numărul de participanți la actul cultural din Timișoara (participare pasivă);
- numărul de participanți la activități artistice specifice artei de amatori;
- profilurile socio-demografice ale consumatorului de cultură și ale artiștilor amatori din Timișoara;
- obiceiuri de consum în funcție de domeniul cultural preferat;
- obiceiuri de consum în funcție de tipul de eveniment preferat;
- numărul de voluntari implicați în activități culturale;
- profiluri socio-demografice ale voluntarilor implicați în proiecte culturale în Timișoara.

Condiții de acces la cultură:

- gradul de utilizare a dotărilor și amenajărilor cu scopul de a facilita accesul persoanelor cu dizabilități la actul cultural;
- satisfacția persoanelor cu dizabilități cu privire la serviciile de facilitare a accesului la cultură;
- numărul de evenimente și proiecte culturale realizate în noile spații dezvoltate în cartierele timișorene;
- numărul și profilul proiectelor de intervenție socială prin cultură/ intervenție culturală.

Infrastructură culturală, patrimoniu cultural și natural, mediu construit

Infrastructură culturală nouă sau refuncționalizată:

- gradul de utilizare al noilor săli de spectacole și concerte din oraș;
- gradul de utilizare al sălilor de spectacole și concerte aflate în administrarea instituțiilor publice de cultură;
- percepția timișorenilor asupra amenajării spațiilor din jurul instituțiilor publice de cultură;

- calitatea și eficiența funcționării Centrului Interdisciplinar Artă-Tehnologie-Experiment;
- calitatea și eficiența funcționării clusterului creativ pentru domeniul ICC;
- calitatea și eficiența funcționării Centrului de Proiecte Culturale al Municipiului Timișoara.

Patrimoniu cultural imobil:

- percepția timișorenilor asupra condiției patrimoniului construit din oraș;
- percepția timișorenilor asupra informației publice disponibile privind patrimoniul construit al orașului;
- numărul clădirilor monument istoric reabilitate cu fondurile publice sau private;
- numărul fațadelor clădirilor monument istoric reabilitate cu fonduri publice sau private.

Mediu construit:

- percepția timișorenilor asupra imaginii urbane în general;
- percepția timișorenilor asupra amenajării spațiilor verzi din oraș, a celor de pe malurile Begăi și a complexului verde - Pădurea Verde, Muzeul Satului Bănățean, Grădina Zoologică;
- percepția timișorenilor asupra amenajării spațiilor dedicate activităților culturale din spațiile publice de tip parc și de pe malurile Begăi;
- percepția timișorenilor asupra infrastructurii de mobilitate durabilă de tip biciclete și spații pietonale;
- percepția studenților din Timișoara asupra spațiului amenajat pentru evenimente culturale din proximitatea centrului studentesc;

Guvernare culturală:

- percepția operatorilor culturali din Timișoara asupra transparenței organizării concursurilor de finanțare publică și a alocării fondurilor publice pentru cultură;
- percepția timișorenilor privind transparența informației publice la nivel local sub raport al activității culturale;
- percepția operatorilor culturali asupra consultării și implicării în procesul decizional în domeniul cultural;
- percepția operatorilor turistici asupra colaborării cu Primăria Timișoara pentru promovarea ofertei turistice a orașului;
- satisfacția operatorilor culturali cu privire la implementare Strategiei Culturale a Municipiului Timișoara 2014-2024;
- satisfacția Consiliului Consultativ privind implementarea Strategiei Culturale a Municipiului Timișoara 2014-2024.

9 Instrumente de implementare

Pentru implementarea strategiei culturale pentru perioada 2014-2024, autoritatea publică locală (APL) are mai multe roluri și responsabilități, care converg către realizarea viziunii orașului în 2024, în concordanță cu misiunea APL și pentru atingerea unor obiective specifice, cum este candidatura pentru titlul de Capitală Culturală Europeană în 2021.

Exemple de orașe care au deținut titlul de Capitală Europeană a Culturii, precum și exemple de orașe care au implementat strategii în sectorul cultural ne demonstrează că succesul nu poate fi asigurat decât prin cooperare și comunicare între departamentele autorității publice, dar și cu operatori culturali, societatea civilă, mediul de afaceri, mediile profesionale. De altfel, una dintre dilemele esențiale de politici culturale este măsura în care autoritatea publică preferă să livreze direct servicii culturale populației (inclusiv prin intermediul unor instituții publice de cultură direct subordonate) sau să se retragă din finanțarea culturii și realizarea actului cultural și să lase acest rol exclusiv organizațiilor și artiștilor. Desigur, extremele, opțiunile definitive pentru implicare totală sau retragere sunt rare în lumea contemporană occidentală, ceea ce însă nu înseamnă că discuția despre implicarea, rolul și responsabilitatea autorității publice în dezvoltarea ofertei culturale, protejarea și conservarea patrimoniului nu trebuie purtată.

Prezenta strategie propune un design instituțional compus din: **Direcția Comunicare** - o structură publică în cadrul municipalității care deține atribuțiile care revin Primăriei Municipiului Timișoara în sensul planificării, raportării și asumării responsabilității implementării strategiei în fața cetățenilor și a Consiliului Local, iar **Centrul pentru Proiecte Culturale** - o instituție publică subordonată municipalității, sub forma instituțională a unei agenții publice. Printr-o distribuție a responsabilităților care să fie clară și adecvată cu caracteristicile fiecăreia din cele două structuri, precum și prin clarificarea relațiilor dintre cele două structuri, se poate atinge un bun nivel de performanță în actul administrativ în acest domeniu.

În cele ce urmează, sunt prezentate atribuțiile care ar reveni celor două structuri. Un accent deosebit este pus pe acordarea de finanțări nerambursabile pentru proiecte culturale prin **Agenda Culturală Locală**, ca instrument major de implementare a strategiei culturale pentru perioada 2014-2024. **Asociația Timișoara Capitală Culturală Europeană**, prin rolul său de pregătire a candidaturii orașului și ulterior, dacă este cazul, de planificare și dezvoltare a programului de activități pentru 2021 și de asigurare a sustenabilității unora dintre rezultate, este un actor important în ecuația planificării culturale timișorene.

Designul instituțional pentru implementarea strategiei se constituie într-o axă tematică transversală, **TIMIȘOARA DESCHISĂ**, care ilustrează rolul primordial de deschidere față de actul cultural de interes public, pentru identitatea și sufletul Timișoarei, rolul pe care Primăria îl are alături de alte instituții de administrație și pe care îl realizează alături de operatorii culturali și economici.

Pe tot parcursul implementării *Strategiei culturale a Municipiului Timișoara* este esențială **corelarea cu alte documente de politică publică locală sinergice domeniului culturii**. Astfel de documente sunt *Strategia de tineret*, *Strategia pentru mobilitatea durabilă*, *Strategia de branding și promovare turistică*. De asemenea, Timișoara se află în negocieri pentru a participa la Programul orașelor interculturale al Consiliului European, program ce presupune aplicarea unor instrumente de evaluare a politicilor publice

referitoare la diversitate culturală, în domeniul culturii, dar și în alte domenii conexe, precum și luarea unor măsuri de apropiere de standardele de bună guvernare în acest domeniu promovate de Consiliul Europei.

În cadrul Primăriei Municipiului Timișoara, responsabilitățile legate de actul cultural (inclusiv infrastructura culturală) sunt difuzate mai multor structuri, însă majoritatea converg în cadrul Direcției Comunicare. **Direcția Comunicare** asigură coordonarea acestor acțiuni, iar în viitor se recomandă înființarea unui Birou pentru Cultură, în cadrul Direcției Comunicare, care să cumuleze următoarele funcții:

În legătură cu implementarea Strategiei culturale:

- Organizează evenimentele culturale prioritare ale orașului;
- Realizează evaluarea activității instituțiilor publice de cultură subordonate Consiliului Local Timișoara;
- Comunică cu Centrul de Informare Turistică al orașului pentru actualizarea informațiilor despre viața culturală a orașului;
- Comunică cu agențiile de turism pentru actualizarea informațiilor despre viața culturală a orașului;
- Comunică cu Consiliul Județean în ce privește activitatea culturală din oraș, luând în considerare activitatea acestuia (de finanțare prin Agenda Culturală Județeană și de supraordonare față de unele dintre instituțiile publice culturale din oraș).

Atribuții noi determinate de monitorizarea implementării Strategiei culturale:

- Asigură și monitorizează includerea axelor prioritare, a obiectivelor generale, a programelor strategice în prioritățile de finanțare anuale ale Agendei culturale locale (o serie de propuneri de priorități pentru următorii 3 ani în Agenda culturală locală sunt prezentate mai jos);
- Asigură și monitorizează includerea axelor prioritare, a obiectivelor generale, a programelor strategice în contractele de management ale directorilor de instituții culturale;
- Asigură corelarea acțiunilor întreprinse pentru implementarea strategiei culturale pentru Timișoara cu activitățile realizate de Consiliul Județean Timiș pentru implementarea strategiei culturale a județului, inclusiv în ceea ce privește corelarea între cele două Agende culturale;
- Asigură corelarea acțiunilor întreprinse pentru implementarea strategiei culturale pentru Timișoara cu activitățile realizate de instituțiile culturale de interes național, subordonate Ministerului Culturii;
- Inițiază procesul de evaluare a impactului *Strategiei culturale* și ajustează, în urma consultării cu operatorii culturali programele și măsurile deficitare;
- Realizează un raport anual sintetic, pe o serie de indicatori de raportare stabiliți prin prezenta strategie și cu date furnizate de Centrul de Proiecte Culturale (descrie mai jos);
- Pentru a face posibile acțiunile necesare implementării strategiei culturale, pregătește documente interne de lucru pentru cooperarea cu alte Birouri și Servicii ale APL, dar și pentru decizii ale aleșilor locali;
- Creează și asigură secretariatul pentru Consiliul Consultativ care

va face observații și sugestii despre modul în care va fi implementată *Strategia culturală*. În baza experienței profesionale relevante, se pot înregistra ca membri voluntari ai acestui Consiliu cu o scrisoare de motivație și un CV pentru a îndeplini rolul de observatori independenți. Consiliul Consultativ se întâlnește anual, ia la cunoștință raportul de monitorizare și redactează un raport, care are valoare consultativă;

- Coordonează realizarea portalului online despre activitatea culturală a orașului;
- Contribuie la actualizarea catalogului ofertanților culturali din euroregiunea DKMT/a Banatului istoric.

În relația cu Centrul de Proiecte Culturale:

- Asigură evaluarea activității Centrului de Proiecte Culturale (CPC) și a comunicării dintre Consiliul Local și CPC;
- Semnalizează nevoia dezvoltării de competențe profesionale, interculturale și de management al diversității integrate în oferta de formare profesională publică și privată pentru viitori profesioniști din sectorul cultural;
- Primește din partea Centrului de Proiecte Culturale informațiile necesare raportării cu privire la implementarea strategiei culturale (monitorizare). În relația cu Asociația Timișoara Capitală Culturală Europeană:
- Colaborează cu Asociația Timișoara CCE pentru elaborarea dosarului de candidatură, sprijinind candidatura;
- Sprijină efectiv realizarea programului și a investițiilor pregătitoare pentru programul Capitală Culturală Europeană în 2021 (dacă Timișoara este selectată);
- Dezvoltă mijloacele de asigurare a sustenabilității rezultatelor programului Capitală Culturală Europeană (dacă Timișoara este selectată).

În legătură cu relațiile internaționale:

- Dezvoltă programe cu orașele înfrățite și cu acelea unde există comunități semnificative de timișoreni. Reluarea într-un cadru structurat a legăturilor cu cei plecați ar avea semnificația unei deschideri, în cazul de față către etniile care fac parte integrantă din istoria orașului - *contribuie la obiectivul TIMIȘOARA CONECTATĂ*;
- Valorifică oportunitățile de promovare și dezvoltare a culturii timișorene prin intermediul rețelelor culturale europene din care Timișoara face deja parte;
- Realizează activitățile dedicate diplomației culturale care sunt parte a priorității Timișoara Conectată;
- Asigură coordonarea activităților de diplomație culturală cu alte activități de relații internaționale realizate de Primăria Timișoara. **Direcția Comunicare** din cadrul Primăriei Municipiului Timișoara, prin structurile dedicate culturii, poate și trebuie să contribuie sistematic la asumarea explicită a unei înțelegeri contemporane a culturii timișorene în context european;
- În toate măsurile de politică publică culturală întreprinse de APL asigură luarea în considerație a principiilor **Agendei 21 pentru cultură**. Astfel, recomandă APL „să ia în considerare promovarea

culturii în toate planurile urbane și regionale, stabilind reguli și norme necesare protecției patrimoniului cultural și a moștenirii generațiilor trecute”. Se asigură că recomandărilor și deciziilor UE și cele de nivel național cu privire la domeniul culturii sunt aplicate;

- Contribuie activ la actualizarea ideii de cultură în oraș la nivelul administrației publice locale și județene, pentru a suprinde fenomente noi, contemporane (street-art, industriile creative, new media, intervenția culturală, fenomene relevante atât pentru operatorii culturali, cât și pentru publicul pentru cultură). Analizează implicațiile acestora asupra comunicării evenimentelor culturale, utilizării TIC, managementului cultural și colaborării cu alte domenii, cum ar fi cel al educației, turismului, tehnologiei sau al asistenței sociale. În relația cu alte **direcții ale primăriei, Direcția Comunicare** din cadrul Primăriei Municipiului Timișoara, prin structurile dedicate culturii, asigură promovarea și includerea culturii în strategiile și deciziile acestora. În acest sens, promovează ideea culturii cu rol în dezvoltare (vezi Agenda 21 pentru cultură). Mai mult, fiecare departament are o serie de cunoștințe specifice și parteneriate cu organizații non-guvernamentale și agenți economici cu care operatorii culturali ar putea construi proiecte interesante.
- Centrul de proiecte culturale al Municipiului Timișoara**

Centrul de proiecte culturale al Municipiului Timișoara este o instituție publică modernă, care sprijină realizarea actului cultural din fonduri publice și profesionalizează activitatea de finanțare publică, dar și funcția de promovare culturală și de gestionare a vieții culturale a orașului (ex. realizare evenimente culturale, colaborări, etc.). Exemple de astfel de proiecte se întâlnesc la Sofia - Sofia Development Association, la Stockholm - Innovativ Kultur și la București - Centrul Cultural al Municipiului București. Sintetizând, acest tip de instituție preia activitatea de finanțare publică culturală de la autoritatea publică locală, își asumă profesionalizarea evaluării și gestionării acesteia și crearea unei relații solide de colaborare cu sectorul cultural, privat și public, în realizat actului cultural de interes public pentru implementarea strategiei culturale a orașului.

Atribuții:

- Asigură managementul programului municipal de finanțare a proiectelor culturale - Agenda culturală locală (autoritate de management);
- Funcționează ca o Unitatea de Implementare a Strategiei Culturale (UISC) a orașului Timișoara;
- Monitorizează nevoile de formare profesională în cultura timișoreană și asigură formarea profesională corespunzătoare (achiziție servicii sau prestare servicii formatori colaboratori);
- Contractează serviciile de analiză periodică cu privire la consumul cultural în oraș;
- Asigură comunicarea către operatorii culturali și alți factori interesați a celor mai importante informații legate de: implementarea strategiei culturale, evoluția candidaturii orașului la titlul de Capitală Culturală Europeană, Agenda culturală locală, alte informații despre viața culturală a orașului la nivel macro;
- Oferă Primăriei Municipiului Timișoara informații pentru monitorizarea implementării strategiei culturale a orașului Timișoara și furnizează datele necesare Primăriei Timișoara pentru realizarea raportărilor anuale;

- Inițiază și implementează proiecte cu finanțare națională și internațională la propunerea Biroului și/sau a instituțiilor culturale subordonate
- Oferă asistență tehnică gratuită în scrierea de proiecte cu finanțare națională și internațională organizațiilor culturale timișorene interesate.

Relații funcționale:

Subordonat: Primăriei Municipiului Timișoara

Colaborează cu:

- Asociația Timișoara CCE 2021 pentru implementarea programului ante și post 2021;
- Consiliul Județean Timiș pentru: coordonarea Agendei Culturale locale cu prioritățile și finanțarea pentru Timișoara a Agendei Culturale Județene; implicarea instituțiilor culturale subordonate CJ Timiș în programele și proiectele derulate, inclusiv cele de formare profesională; alte programe și proiecte;
- Universitatea de Vest pentru corelarea cu formarea profesională în management cultural și alte cercetări legate de viața culturală a orașului;
- Instituțiile culturale subordonate pentru elaborarea și implementarea proiectelor cu finanțare națională și internațională

Agenda culturală locală

Agenda culturală locală este un instrument major de implementare a *Strategiei culturale*, alături de contractele de management ale directorilor instituțiilor subordonate. Planificarea anuală și repartizarea finanțărilor acordate prin Agendă se realizează de către Primăria Municipiului Timișoara și se adoptă de către Consiliul Local, în funcție de axele, obiectivele și programele definite în *Strategia culturală*. Centrul pentru Proiecte Culturale al Municipiului Timișoara gestionează implementarea, evaluarea și controlul asupra activităților finanțate prin Agendă și raportează către Primăria Municipiului Timișoara.

Se urmărește îmbunătățirea **calității și transparenței evaluării cererilor de finanțare pentru proiecte culturale** prin mai multe măsuri:

Informare cu privire la condițiile de concurs:

- Anunț publicat la începutul anului, cu posibilitatea finanțărilor multi- anuale (pe baza unui contract-cadru);
- Publicarea online, pe site, la o secțiune dedicată a condițiilor de concurs și a Regulamentului;
- Desemnarea unei persoane de contact pentru detalii și întrebări legate de înscriere în concurs.

Organizarea procesului de evaluare:

- Solicitare publică pentru înscriere ca evaluator de proiecte;
- Selecția unor evaluatori competenți pe ariile deschise la finanțare pe baza unei grile publice;
- Organizarea unui seminar de formare cu toți evaluatorii pentru a avea o înțelegere comună a solicitărilor din grila de evaluare;
- Informarea cu privire la lista evaluatorilor după ce concursul s-a

încheiat;

- Remunerarea evaluatorilor, pentru a încuraja profesionalizarea acestora;
- Realizarea evaluării în echipe de câte 2 persoane - un specialist în cultură și unul în management.

Implementarea proiectelor finanțate:

- Publicarea ghidurilor de decont încă din etapa de înscriere a cererilor de finanțare;
- Cel puțin o sesiune de informare și întrebări și răspunsuri (în direct) pentru:
 - Prezentarea aplicației - și facilitarea networkingului între potențiali aplicanți care se pot decide să facă proiecte comune, intersectoriale;
 - Management financiar - pentru înțelegerea condițiilor de finanțare și a procedurii de decont de către potențialii beneficiari ai finanțării culturale.

Tipuri de proiecte finanțate:

Aceste proiecte vor fi solicitate în funcție de axele, obiectivele și programele selectate anual de PMT din Strategie culturală și resursele financiare disponibile anual.

- În momentul de față nu este posibilă mobilitatea artistică în afara municipiului (adică județean, național sau internațional), ceea ce impune ca evenimentele să fie organizate în municipiu. În momentul de față primăria nu finanțează evenimente care nu au loc în municipiu, chiar dacă ele reprezintă artiștii locali pe plan regional sau internațional. Spre exemplu, participarea la expoziții internaționale este finanțată ca transport numai până la graniță. Acest lucru ar fi recomandabil să se schimbe pentru a permite mobilității, dar și proiecte realizate în colaborare cu organizații din altă țară (sau altă regiune a României);
- Posibilitatea de a finanța proiecte regionale, naționale sau internaționale care expun și promovează artiștii Timișoarei;
- Eligibilitatea operatorilor culturali cu sediul social în afara Timișoarei la activități din cadrul Agendei culturale a orașului, atâta timp cât derulează activități în oraș și zona periurbană;
- Încurajarea (prin punctaj crescut în Grilă, prin regulament), a colaborării dintre ONG-uri și instituții publice;
- Burse de creație și burse de atelier pentru artiști timișoreni;
- Rezidențe artistice pentru artiști și manageri culturali interesați să lucreze și să expună în Timișoara;
- Burse lunare pentru manageri culturali care să realizeze formare la locul de muncă în organizații culturale timișorene de tradiție (eng. in service training, job-shadowing);
- Introducerea eligibilității veniturilor din convenție civilă și contracte de drepturi de autor.

Propuneri de priorități de finanțare pentru Agenda culturală locală (așa cum au reieșit din focus-grupuri, interviuri și atelierul de planificare participativă):

- proiecte intergeneraționale;
- educație culturală/dezvoltarea publicului;
- formare profesională pentru sprijinirea profesionalizării operatorilor culturali în zona managementului de fonduri publice naționale și europene, cu focus pe proiectele de cooperare transfrontalieră și proiectele cu fonduri comunitare (ex. Programul Europa Creativă);
- evenimente dedicate tinerilor în afara centrului - cu precădere proiecte derulate în Complexul Studențesc;
- proiecte interdisciplinare (atât la nivel artistic, de colaborare între artiști din diferite zone de creație, cât și ca ofertă către public, în sensul colării unor zone diferite pentru a contrui un discurs comun: expoziții de artă contemporană, teatru, carte, design, arhitectura, etc.);
- școli de vară pentru curatori tineri și teoreticieni în domeniul artistic;
- proiecte sociale/intervenție culturală;
- tabere interculturale, cu tematică culturală/artistică;
- înființarea unor burse de creație și de atelier pentru artiștii din Timișoara, care să compenseze problema lipsei spațiilor și problemele materiale care împiedică creația;
- proiecte de formare de formatori pentru profesorii de materii artistice din mediul pre-universitar;
- proiecte cu participare internațională substanțială;
- proiecte de promovare a brandurilor culturale locale.

Asociația Timișoara Capitală Culturală Europeană este o organizație nepatrimonială, neguvernamentală, apolitică și independentă, având o misiune profund culturală și instructiv-educativă, din care fac parte în jur de 100 de membri, printre care Primăria Municipiului Timișoara, Consiliul Județean Timiș, alte autorități locale și județene, reprezentanți ai mediului de afaceri, ai universităților, instituții de cultură, organizații neguvernamentale și asociații artistice, de cultură, sociale, reprezentanți ai mass-media, etc.

Obiectivele Asociației:

- pregătirea programului Timișoara 2021 - Capitală Culturală Europeană în vederea eligibilității sale;
- planificarea și asigurarea punerii în practică a evenimentelor incluse și/sau asociate programului;
- promovarea proiectului Timișoara 2021 în mass media;
- promovarea imaginii programului în țară și în străinătate după câștigarea titlului;
- atragerea de sprijin din partea tuturor factorilor interesați;
- realizarea de activități de atragere de fonduri necesare implementării și promovării naționale și internaționale a programului după câștigarea titlului;
- colaborarea cu orice alte instituții, asociații, fundații, cluburi, etc. în vederea promovării și implementării programului;
- contribuția, ulterior anului 2021, la sustenabilitatea programului prin proiecte în folosul comunității. În legătură cu dezvoltarea

efectivă a măsurilor propuse pentru atingerea obiectivelor generale ale strategiei oraşului pentru perioada 2014-2024, Asociația colaborează cu Primăria Municipiului Timișoara, Consiliul Local Timișoara, Consiliul Județean Timiș și alți parteneri, prin:

- inițierea unui program de voluntariat pentru programul Timișoara 2021- Capitală Culturală Europeană și promovarea lui în comunitate ca beneficiar și facilitator pentru înțelegerea beneficiilor pentru oraș și cei implicați în voluntariatul cultural;
- valorificarea traseelor culturale dezvoltate în euroregiunea DKMT - Banatul istoric de către partenerii locali și din euroregiune pentru a fi incluse în programul anului cultural 2021;
- valorificarea oportunităților de realizare de proiecte culturale pe/ și în jurul canalului Bega, ca mijloc de conectare europeană prin legătură cu Dunărea;
- participarea la activitățile de diplomatie culturală, prin colaborări cu centrele culturale, consulatele și consulatele onorifice din Timișoara, pentru stabilirea colaborărilor culturale internaționale care urmează să facă parte din programul anului 2021 ;
- publicitate și marketing pentru programul Timișoara 2021 - Capitală Culturală Europeană în diversele etape de pregătire ale acestuia și după câștigarea titlului;
- contribuție și valorificarea de parteneriate cu companiile multinaționale care activează în Timișoara pentru a contribui la finanțarea programului Timișoara 2021 Capitală Culturală Europeană după câștigarea titlului.

10 Rezumat executiv

Elaborarea *Strategiei culturale a Municipiului Timișoara 2014-2024* reprezintă încă o dovadă că la Timișoara cultura este o prioritate de dezvoltare pentru administrația publică locală. Investițiile publice de la bugetul local pentru realizarea de proiecte culturale s-au triplat în ultimii 3 ani, iar orașul se mobilizează financiar, cultural și uman pentru construcția unei candidaturi competitive la titlul de Capitală Europeană a Culturii în 2021 și pentru a beneficia de impactul economic, social și educațional asociat unei vitalități culturale ridicate.

Prin strategia culturală, Primăria Municipiului Timișoara se raportează la fenomenul cultural local, conectat la importanța orașului pentru județ și pentru regiunea de Vest, pentru restul țării ca unul dintre cei 8 poli de creștere ai României și în corespondență cu spațiul euroregional și cu potențialul de colaborare și prezență la nivel internațional. Strategia culturală vine în întâmpinarea nevoilor orașului de dezvoltare prin cultură, susține candidatura sa la titlul de Capitală Europeană a Culturii în 2021 și sprijină eforturile comune ale artiștilor, ale operatorilor culturali și ale administrației publice de a aduce cultura de calitate în viața oamenilor.

Strategia culturală a Municipiului Timișoara 2014-2024 reprezintă un document de politică publică care va fundamenta și va ghida activitatea Primăriei Municipiului Timișoara în domeniul culturii pentru următorii 10 ani. Documentul a fost formulat în cadrul unui proces vast de consultare și planificare participativă, ghidat de o viziune transversală asupra culturii și de o abordare sustenabilă, plecând de la potențialul, nevoile și capacitatea operatorilor culturali din Timișoara. Cultura este abordată în strategie ca formă de expresie a creativității, dar și ca important factor de creștere a capitalului social, economic și democratic al Timișoarei.

Miza *Strategiei culturale a Municipiului Timișoara pentru perioada 2014-2024* o reprezintă dezvoltarea pe termen lung a orașului prin cultură și a sectorului cultural în sine, în cooperare cu alte orașe din țară, din regiune și din străinătate. Măsurile cuprinse în strategie vor stimula dezvoltarea culturală a orașului pentru următorii zece ani, integrând momentul 2021, când Timișoara ar putea dezvolta programul dedicat titlului de Capitală Europeană a Culturii. Sprijinind candidatura orașului, strategia acționează ca viziune și planificare integratoare, înainte și după momentul 2021.

Viziune Timișoara 2024

Timișoara, locul unde viața culturală dinamică răspunde așteptărilor locuitorilor, economia creativă contribuie la bunăstare, iar creația artistică îmbrățișează experimentul. Un oraș cu o ofertă culturală diversă, conectată la fenomene contemporane, cu un patrimoniu cultural valorificat inovativ și unde interculturalitatea este asumată.

Valori timișorene și cultură

Timișoara aspiră către o prezență crescută a artei și a culturii în cotidian, ca experiență și consum cultural. Respectul pentru lucrul bine făcut este dublat de o independență asumată, care se susține prin responsabilitate și antreprenoriat. Cultural, orașul îmbrățișează experimentul, aspiră către o înțelegere interculturală și acordă respect pentru drepturile și valorile democratice. Timișoara este un oraș mândru, iar timișorenii consideră că există o identitate aparte a locului, care este apreciată pozitiv și care merită conservată și promovată.

Misiune pentru Primăria Municipiului Timișoara

Primăria Municipiului Timișoara creează condițiile propice unei vieți culturale dinamice și diverse în oraș, competitive la nivel național și internațional și relevante pentru cetățenii orașului, prin:

- Recunoașterea valorilor de patrimoniu și punerea în valoare a acestora;
- Sprijin pentru cultura contemporană;
- Considerarea libertății de expresie ca element fundamental al creativității și inovării;
- Recunoașterea importanței legăturilor dintre cultură și societate;
- Recunoașterea culturii ca motor de dezvoltare individuală și comunitară;
- Respectul democratic față de cetățean și operatorii culturali în dezvoltarea de politici publice;
- Valorificarea potențialului economic al culturii.

Structura documentului

Documentul strategiei este structurat în jurul următoarelor capitole:

1. Contextul elaborării strategiei
 2. Metodologie
 3. Analiza mediului extern
 4. Cultura - dimensiune transversală a politicilor publice
 5. Cartarea resurselor culturale
 6. Obiective generale și măsuri
 7. Plan de acțiune
 8. Proceduri și indicatori de evaluare
 9. Instrumente de implementare
1. **Contextul elaborării strategiei** prezintă legătură dintre strategie și proiectul *Poli culturali - Politica culturală, instrument de dezvoltare comunitară și regională*, candidatura orașului la titlul de Capitală Europeană a Culturii și alte documente de referință pentru planificarea culturală la nivel european.
 2. **Metodologia** detaliază principiile care stau la baza planificării culturale și prezintă activitățile care au fost realizate pentru formularea strategiei: documentare, consultarea factorilor interesați, elaborarea propunerilor concrete și colaborarea dintre Consultant (echipa de experți contractată) și Primăria Municipiului Timișoara.
 3. **Analiza mediului extern** cartează principalii factori externi politici, economici, sociali, tehnologi, de natură legală și de mediu care au fost luați în considerare în formularea strategiei culturale. Analiza PESTLE indică caracteristicile macro-mediului în care acțiunează operatorii culturali și administrația publică, în calitate de susținător al vieții culturale și al patrimoniului orașului.
 4. **Cultura - dimensiune transversală a politicilor publice** documentează prezența resurselor și proiectelor culturale efective în documente cu rol strategic pentru dezvoltarea orașului Timișoara, a județului Timiș,

a regiunii Vest și a euroregiunii DKMT. Scopul capitolului este de a marca viziunea efectivă asupra rolului culturii pentru dezvoltare și de a identifica resursele financiare și organizaționale efective care pot fi mobilizate pentru a susține atingerea obiectivelor culturale.

5. **Cartarea resurselor culturale** sintetizează principalele elemente de vitalitate culturală ale orașului, prin prezentarea și interpretarea de date de consum cultural, gradul de accesare al fondurilor europene, evoluția alocării de fonduri publice pentru cultură în Timișoara și în județul Timiș, situația organizațiilor non-guvernamentale, etc.

O subsecțiune consistentă este dedicată domeniilor culturale care au fost documentate cantitativ și calitativ de către Consultant.

În ordine alfabetică, acestea sunt:

- Arhitectură-patrimoniu-mediul construit
- Artele spectacolului
- Arte vizuale
- Cultură scrisă
- Dezvoltarea publicului și diversitatea expresiilor culturale
- Industrii culturale și creative
- Muzeu
- Muzică

6. **Obiective generale și măsuri** prezintă în detaliu obiectivele generale și măsurile efective care sunt propuse prin documentul de strategie culturală. Măsurile sunt acțiuni concrete pe care le întreprinde Primăria Municipiului Timișoara și Consiliul Local alături de parteneri, dintre care cei mai importanți sunt: Consiliul Județean Timiș, Asociația Timișoara Capitală Culturală Europeană, operatori culturali publici și privați, Direcția Județeană pentru Cultură Timiș.

Prezentăm succint exemple de măsuri, organizate pe câteva categorii majore:

- noi instituții culturale și creative.
- noi spații pentru cultură.
- facilități pentru acces la cultură. instrumente de comunicare culturală.
- priorități tematice pentru Agenda culturală locală.
- tipologii noi de proiecte finanțabile prin Agenda culturală locală.
- reglementări noi pentru finanțările nerambursabile pentru proiecte culturale.
- noi abordări ale guvernării culturale
- reglementări în sprijinul calității imaginii urbane și a prezenței artei în stradă.
- formare profesională pentru profesioniști din domeniul culturii.
- conectarea efectivă a fenomenului cultural viu timișorean la dinamica artistică regională, națională și internațională.

7. **Planul de acțiune** prezintă o planificare a măsurilor prezentate în capitolul 6 pe termen scurt, mediu și lung și a indicatorilor de impact și de rezultat relevanți fiecărui obiectiv general. Pentru axa transversală **Timișoara deschisă**, detaliată în capitolul 9, Instrumente de implementare, sunt de asemenea etapizate acțiunile necesare.

8. **Procedurile și indicatorii de evaluare** identifică acțiunile necesare și datele care, colectate, dau măsura impactului strategiei pe

termen mediu și lung. Evaluarea impactului strategiei culturale pentru următorii 10 ani la nivelul orașului se realizează pe baza unei grile cadru de indicatori stabiliți plecând de la schema de măsurare a impactului programului *Liverpool 08 Capitală Europeană a Culturii*, model recomandat ulterior de Comisia Europeană pentru dezvoltarea politicilor culturale la nivel local. În formularea indicatorilor s-a ținut cont de recomandările adresate autorităților publice locale în cadrul *Agendei 21 pentru cultură* și în Rezoluția legislativă a Parlamentului European din 12 decembrie 2013 referitoare la propunerea de decizie a Parlamentului European și a Consiliului de stabilire a unei acțiuni a Uniunii în favoarea evenimentului „Capitale Europene ale Culturii” pentru anii 2020 - 2033.

Indicatorii privesc mai multe dimensiuni:

- Impactul asupra sectorului cultural ca sistem de producție culturală;
- Imaginea orașului, identitate și percepții asupra ofertei culturale și atractivității Timișoarei ca destinație culturală;
 - Impactul economic al investițiilor în cultură;
 - Accesul la cultură și participare culturală;
 - Infrastructura culturală, patrimoniu cultural și natural, mediu construit;
 - Guvernare culturală.

9. **Instrumente de implementare** descrie rolurile și responsabilitățile autorității publice locale, ale Centrului de Proiecte Culturale al Municipiului Timișoara (propus a fi înființat) și ale Asociației Timișoara Capitală Culturală Europeană, roluri care converg către realizarea viziunii orașului în 2024, în concordanță cu misiunea acestora și pentru atingerea unor obiective generale și specifice, cum este candidatura pentru titlul de Capitală Europeană a Culturii în 2021. O discuție aparte este dedicată funcționării Agendei culturale locale, cu recomandări de îmbunătățire.

Timișoara culturală este un oraș în care creativitatea, solidaritatea, conectivitatea și responsabilitatea stau împreună alături de o atitudine deschisă, unde guvernarea participativă este dublată de eficiența și transparența deciziilor publice.

Relația dintre aceste dimensiuni de dezvoltare prin cultură este ilustrată în diagrama de mai jos, urmată de prezentarea obiectivelor generale, în jurul cărora sunt grupate măsurile concrete de acțiune pentru cultura timișoreană în perioada 2014-2024.

În urma consultărilor cu operatorii culturali și cu reprezentanții ai Primăriei Municipiului Timișoara, s-au definit cele 5 Axe prioritare ale strategiei culturale și obiectivele lor tematice, după cum urmează:

Axe tematice	Obiective tematice
<p>1.Timișoara Creativă Un oraș în care creația contemporană este încurajată și susținută în mod activ, cu interes deosebit pentru zona experimentului și abordarea interdisciplinară, în care publicul are acces la spații inovatoare și în care operatorii culturali sunt stimulați să dezvolte proiecte relevante pe plan local, regional și internațional.</p>	<p>1.1. Dezvoltarea creației contemporane și a unui act artistic competitiv pe scena culturală și relevant pentru comunitate. 1.2. Îmbunătățirea promovării ofertei culturale și a comunicării între operatorii culturali. 1.3. Întărirea capacității operatorilor culturali de a dezvolta o ofertă culturală de calitate.</p>
<p>2.Timișoara Implicată Un oraș în care solidaritatea și diversitatea culturală coexistă, a cărui identitate se definește continuu și se ancorează în profilul multicultural timișorean și diversitatea lingvistică și confesională prezentă.</p>	<p>2.1. Creșterea implicării operatorilor economici și a administrației publice ca parteneri pentru realizarea actului cultural timișorean. 2.2. Creșterea participării culturale în cartierele timișorene. 2.3. Dezvoltarea de noi categorii de public pentru actul cultural. 2.4. Acces sporit la cultură pentru grupurile de risc 2.5. Un oraș care contribuie la formularea identității culturale a regiunii, în care diversitatea culturală este protejată și promovată. 2.6.Creșterea consumului cultural în rândul tinerilor și dezvoltarea unei educații pentru cultură</p>
<p>3.Timișoara Conectată Un oraș racordat la mișcările artistice contemporane din țară și străinătate, prezent prin artiști și organizații de cultură la evenimente relevante de profil, implicat în schimburi de experiență, parteneriate și rețele regionale, naționale și internaționale și atractiv pentru turiști.</p>	<p>3.1. O mai bună racordare a Timișoarei la dinamica culturală națională și internațională. 3.2. Valorificarea patrimoniului și ofertei culturale în cadrul ofertei turistice a orașului și a localităților limitrofe.</p>
<p>4.Timișoara Responsabilă Un oraș în care patrimoniul construit și natural este protejat și în care spațiul public este de calitate, oferind astfel un cadru favorabil cetățenilor prin oferta culturală și artistică prezentată, atât în centru cât și în cartiere și în localitățile limitrofe.</p>	<p>4.1. Creșterea gradului de conștientizare a valorilor de patrimoniu, reabilitarea și punerea în valoare a patrimoniului construit al orașului 4.2. Creșterea calității spațiului public amenajat ca un cadru favorabil pentru artă și cultură 4.3. Creșterea calității spațiilor verzi amenajate ca un cadru favorabil pentru artă și cultură 4.4.Regenerare urbană prin cultură și re-funcționalizare pentru cultură</p>

Axă transversală

5.Timișoara Deschisă

Un oraș în care guvernarea culturală se bazează pe valorile democrației participative, unde serviciile publice sunt eficiente și creează cadrul necesar unui act cultural de calitate, bazat pe dreptul creatorului la libertatea de expresie și pe recunoașterea rolului culturii pentru dezvoltare individuală și comunitară.

Executive Summary

The issue of a cultural strategy for Timisoara 2014-2024 is a further proof that culture is a development priority for the local public administration in Timisoara. Public investments of the local budget for cultural projects have tripled in the last three years and the city started to put into motion financial, cultural and human resources in order to build a competitive candidacy for the title of European Capital of Culture in 2021 and to benefit from the economic, social, and educational impact associated with a higher cultural vitality.

With its cultural strategy, the Municipality of Timisoara relates to the local cultural phenomenon, connected to the importance of the city for the county and for the West region, as well as for the rest of the country, as one of the eight growth poles of Romania in correspondence with the Euro-regional space, its collaboration potential and its presence at the international level. The cultural strategy meets the development needs of the city through culture, it supports its candidacy for the title of European Capital of Culture in 2021 and it sustains the common efforts of artists, cultural operators and public administration to bring quality culture in people's lives.

The cultural strategy of the Municipality of Timisoara 2014-2024 is a public policy document that shall substantiate and guide the cultural activity of the Municipality of Timisoara for the next 10 years. The document was issued within a broad process of consultation and participatory planning, guided by a cross vision on culture and by a sustainable approach, based on Timisoara's cultural operators' potential, needs and capacity. Culture is approached, within the strategy, as a form of creativity expression, but also as an important increasing factor of the social, economic and democratic capital of Timisoara.

The stake when it comes to *The cultural strategy of the Municipality of Timisoara for 2014-2024* is the long-term development of the city through culture and of the cultural sector itself, in cooperation with other cities from the country, the region and abroad. The measures included in the strategy shall stimulate the city's cultural development for the next ten years, integrating 2021, when Timisoara could develop the program dedicated to the title of European Capital of Culture. Supporting the city's candidacy, the strategy acts as an integrating vision and planning, before and after 2021.

2024 Timisoara Vision

Timisoara is the place where dynamic cultural life answers to the expectations of residents, where creative economy contributes to welfare and where artistic creation embraces experiment. It is a city with a diverse cultural offer, linked to contemporary phenomena, with an innovatively valued cultural heritage where interculturalism is assumed.

Timisoara's Values and Culture

Timisoara aspires to an increased presence of art and culture in everyday life as experience and cultural consumption. Respect for well-done work is doubled by an assumed independence, which maintains itself through responsibility and entrepreneurship. Culturally, the city embraces experiment, aspires to intercultural understanding respecting democratic rights and values. Timisoara is a proud city and its citizens consider that there is a distinct identity of the place, which is positively appreciated and which has to be preserved and promoted.

The mission for the Municipality of Timisoara

The Municipality of Timisoara creates adequate conditions for a dynamic and diverse cultural life in the city, nationally and internationally competitive and relevant to the citizens of the city:

- Recognition of heritage values and their capitalization;
- Support for contemporary culture;
- Considering freedom of expression as a fundamental element of creativity and innovation;
- Recognizing the importance of the links between culture and society;
- Recognizing culture as an engine of individual and community development;
- Democratic respect for citizens and cultural operators in the development of public policy;
- Exploitation of the culture's economic potential.

Structure of the document

The document of the strategy is structured around the following chapters:

1. The context of elaborating the strategy
 2. Methodology
 3. The analysis of the environment
 4. Culture - cross dimension of cultural policies
 5. Mapping of cultural resources
 6. General objectives and measures
 7. Action plan
 8. Procedures and assessment indicators
 9. Implementations
1. **The context of developing the strategy** presents the connection between the strategy and the project called *Poles of Culture - Cultural Policy as a Tool for Community and Regional Development*, the city's candidacy to the title of European Capital of Culture and other reference documents for the cultural planning of the city at the European level.
 2. **The methodology** lists the basic principles of cultural planning and presents the activities that were accomplished in order to formulate the strategy: documentaries, consultation of interested parties, elaboration of concrete proposals, and collaboration between the Consultant (team of contracted experts) and the Municipality of Timisoara.
 3. **The analysis of the environment** maps the main external, political, economic, social, and technological factors of legal and environmental nature which were taken in consideration in order to formulate the cultural strategy. PESTLE analysis indicates the characteristics of the macro-environment where the cultural operators and public administration act, as supporter of cultural life and the city's patrimony.
 4. **Culture - cross dimension of public policies** reviews the presence of cultural resources and effective projects in documents with strategic role for the development of Timisoara, Timis county, West and DKMT regions. The purpose of the chapter is to mark the effective vision of culture's role for development and identification of effective financial and organizational resources that can be mobilized to support the accomplishment of cultural objectives.
 5. **Mapping of cultural resources** synthesises the main cultural

elements that give vitality to the city through the presentation and interpretation of cultural consumption data, the degree of accessing cultural funds, the evolution of allotting public funds for culture in Timisoara and Timis county, the situation of NGOs, etc.

A substantial subsection is dedicated to cultural areas that have been quantitatively and qualitatively documented by the Consultant. These are shown below in alphabetical order:

- Architecture-heritage-built area
 - Performing Arts
 - Visual Arts
 - Written Culture
 - Development of the audience and the diversity of cultural expressions
 - Cultural and creative industries
 - Museums
 - Music
6. **General objectives and measures** show in detail the objectives and effective measures proposed by the cultural strategy document. The measures are specific actions that the Municipality of Timisoara together with the Local Council and partners undertake. The most important partners are: the Timis County Council, the Association of Timisoara European Capital of Culture, public and private cultural operators, Timis County Directorate of Culture.

Several examples of measures grouped in major categories are shown below:

- New cultural and creative institutions.
 - New spaces for culture.
 - Access to culture facilities. Cultural communication tools.
 - Thematic priorities for local cultural agenda.
 - New typologies of projects that can be funded by the local cultural agenda.
 - New regulations for irredeemable funding of cultural projects.
 - New approaches to cultural governance
 - Regulations to support the quality of urban image and the presence of street art.
 - Training for professionals in the cultural field.
 - Effective connecting of the living cultural phenomenon of Timisoara to the regional, national and international artistic dynamics.
7. **The Action Plan** presents a timetable of measures presented in Chapter 6 on short, medium and long term, and of impact and outcome indicators relevant to each general objective. For the cross axis, Open Timisoara, presented in Chapter 9, Implementation instruments, the necessary steps are also divided in several stages.
8. **Procedures and assessment indicators** identify the necessary actions and data, which collected, give the extent of the impact of medium and long term strategy. The cultural impact assessment strategy for the next 10 years at the level of the city is based on a grid framework relying on established indicators for measuring the impact of the Liverpool 08 European Capital of Culture program scheme, model subsequently recommended by the European Commission for the development of cultural policies at the local level. In formulating the indicators the following were taken into account: recommendations addressed to the local public authorities within Agenda 21 for Culture and the Legislative resolution of the European Parliament from 12

December 2013 on the proposal for Decision of the European Parliament and of the Council of establishing a Union action for the European Capitals of Culture event for the years 2020-2033.

The indicators refer to several dimensions:

- The impact upon the cultural sector as a system of cultural production;
- City image, identity and perceptions over the cultural offer and Timisoara's attractiveness as cultural destination;
- The economic impact of investments in culture;
- Access to culture and cultural participation;
- Cultural infrastructure, cultural and natural heritage, built area;
- Cultural Governance.

9. **Implementation Tools** describe the roles and responsibilities of the **Local public authority**, the **Centre for Cultural Projects of Timisoara** (proposed to be established) and the **Association of Timisoara European Capital of Culture**, roles that converge towards the 2024 vision of the city, in line with their mission and the accomplishment of general and specific objectives, such as the candidacy for the title of European Capital of Culture in 2021. A special discussion has been dedicated to the operation of the local cultural agenda, with improvement recommendations.

Cultural Timisoara is a city where creativity, solidarity, connectivity and responsibility stand together with an open-minded attitude, where participatory governance is doubled by the efficiency and transparency of public decisions.

The relationship between these dimensions of development through culture is illustrated in the diagram below, followed by the presentation of the general objectives, around which, concrete action steps for Timisoara's culture between 2014-2024 are grouped.

After consultations with the cultural operators and the representatives of the Municipality of Timisoara, the five priority axes of cultural strategy and their thematic objectives have been defined as follows:

Thematic Axes	Thematic objectives
<p>1. Creative Timisoara A city where contemporary creation is encouraged and actively supported, with particular interest for the experimental and interdisciplinary approach, where the public has access to innovative spaces and the cultural operators are encouraged to develop relevant projects locally, regionally and internationally.</p>	<p>1.1. Development of contemporary creation and of a competitive artistic act on the cultural scene, and relevant for the community.</p> <p>1.2. Improving the promotion of cultural offer and communication between cultural operators.</p> <p>1.3. Strengthening the capacity of cultural operators to develop a quality cultural offer.</p>
<p>2. Involved Timisoara A city where solidarity and cultural diversity coexist, whose identity is defined continuously and anchored in the multicultural profile of Timisoara and in the present linguistic and religious diversity.</p>	<p>2.1. Increasing the involvement of economic operators and public administration as partners in completing the cultural act of Timisoara.</p> <p>2.2. Increasing the cultural participation of the various districts of Timisoara.</p> <p>2.3. Developing new audiences for the cultural act.</p> <p>2.4. Improved access to culture for risk groups.</p> <p>2.5. A city that contributes to the conception of the cultural identity of the region, where cultural diversity is protected and promoted.</p> <p>2.6. Increasing cultural consumption among young people and the development of education for culture.</p>
<p>3. Connected Timisoara A city connected to contemporary art movements in the country and abroad, present through its artists and cultural organizations in the relevant events in the field, involved in national and international experience exchanges, partnerships and regional networks, being attractive for tourists.</p>	<p>3.1. A better connection of Timisoara with the national and international cultural dynamics.</p> <p>3.2. Capitalization of cultural heritage and offer within the touristic offer of the city and neighbouring towns.</p>
<p>4. Responsible Timisoara A city where natural and built heritage is protected and where there is a quality public space, providing thus a favourable environment for citizens within the cultural and artistic offer, in the city centre, its districts and adjacent towns.</p>	<p>4.1. Raising awareness regarding the heritage values, rehabilitation and enhancement of the built heritage of the city.</p> <p>4.2. Improving the quality of public space as a favourable environment for arts and culture.</p> <p>4.3. Increasing the quality of green spaces designed as favourable environment for arts and culture.</p> <p>4.4. Urban regeneration through culture and increasing its utility for culture.</p>
Cross Axis	
<p style="text-align: center;">5. Open Timisoara</p> <p>A city where cultural governance is based on the values of participatory democracy, where public services are efficient and create the necessary framework for a quality cultural act, based on the creator's right to freedom of expression and recognition of the role of culture for individual and community development.</p>	

Rezime

Razvijanje kulturne strategije Temišvara za 2014-2024 je još jedan dokaz da je kultura u Temišvaru razvojni prioritet za lokalne vlasti. Lokalni budžet javne investicije za razvoj kulturnih projekata se utrostručio u poslednje tri godine, a grad se finansijski, kulturno i ljudski mobilise za izgradnju konkurentne kandidature za Evropsku prestonicu kulture u 2021 godini, imajući istovremeno koristi od ekonomskog, socijalnog, kulturnog i obrazovnog uticaja kojeg donosi jaka kulturna vitalnost.

Kulturna strategija gradske skupštine Temišvara odnosi se na lokalni kulturni fenomen, podvlačeći važnost grada za županiju, zapadni region i za ostatak zemlje kao jedan od osam pokazatelja rasta u Rumuniji, u saglasnosti sa prostorom i potencijalom Euroregionalne saradnje kao i sa prisustvom na međunarodnom nivou. Kulturna strategija zadovoljava potrebe kulturnog razvoja grada, podržava kandidaturu za Evropsku prestonicu kulture 2021 godine i podržava zajedničke napore umetnika, kulturnih radnika i vlade da zajedno unesu kvalitetnu kulturu u svakodnevnom životu ljudi.

Kulturna strategija gradske skupštine Temišvara 2014-2024 je dokument javne politike koji će podupreti i usmeravati kulturne aktivnosti gradske skupštine Temišvara u narednih 10 godina. Formulirani dokument je rezultat obimnog procesa konsultacija i participativnog planiranja, usmeren transverzalnom vizijom o kulturi i održivog pristupa, na osnovu potencijalnih potreba i kapaciteta kulturnih operatera u Temišvaru. Kultura je u okviru strategije smatrana kao oblik kreativnog izražavanja, ali i kao važan faktor za rast socijalnog, ekonomskog i demokratskog kapitala Temišvara.

Ulog kulturne strategije gradske skupštine Temišvara za period 2014-2024 je dugoročni razvoj grada kroz kulturu i samog kulturnog sektora, u saradnji sa drugim gradovima u regionu i inostranstvu. Merama sadržanim u strategiji će se povećati kulturni razvoj grada za narednih deset godina, uključujući momenat 2021, kada bi Temišvar mogao razviti program namenjen tituli za Evropsku prestonicu kulture. Podržavajući kandidaturu grada strategija deluje kao vizija i integrativno planiranje pre i posle 2021 godine.

Vizija Temišvar 2024

Temišvar, mesto gde dinamični kulturni život dolazi u susret očekivanjima stanovnika, kreativna ekonomija doprinosi dobrobitnosti i obuhvata umetnički eksperiment. Grad sa raznovrsnom kulturnom ponudom, u čvrstoj vezi sa savremenim događajima, sa kulturnom baštinom koja je inovativno vrednovana i gde je interkulturalizam integrisan.

Vrednosti Temišvara i kultura

Temišvar teži ka povećanom prisustvu umetnosti i kulture u svakodnevnom životu, kao iskustvo i kulturna potrošnja. Poštovanje dobro urađenog rada je udvostručeno nezavisnošću koja se podržava sa odgovornošću i preduzetništvom. Sa kulturne tačke gledišta grad prihvata eksperiment, teži ka interkulturalnom razumevanju i poštuje prava i demokratske vrednosti. Temišvar je ponosan grad i građani Temišvara smatraju da postoji poseban identitet mesta, što je ocenjeno kao pozitivno i koje vredi biti očuvano i promovisano.

Misija gradske skupštine Temišvara

Gradska skupština Temišvara pruža uslove dinamičnog i raznolikog kulturnog života u gradu, kompetitivan na nacionalnom i međunarodnom planu i relevantan za građane:

- prepoznavanje vrednosti nasleđa i vrednovanja istih;
- podrška za savremenu kulturu;
- smatranje slobode izražavanja kao osnovni element kreativnosti i inovacije;
- priznavanje važnosti veza između kulture i društva;
- priznavanje kulture kao važan element individualnog razvoja i razvoja zajednice;
- demokratsko poštovanje građanstva i kulturnih radnika u razvoju javne politike;
- vrednovanje ekonomskog potencijala kulture.

Sledeća poglavlja sačinjavaju dokument strategije

1. Kontekst razvoja strategije
2. Metodologija
3. Analiza spoljnog okruženja
4. Kultura - transverzalna dimenzija javne politike
5. Mapiranje kulturnih resursa
6. Ciljevi i mere
7. Akcioni plan
8. Procedure i indikatori za evaluaciju
9. Instrumenti za implementaciju

1. **Kontekst razvoja strategije** predstavlja vezu između strategije i projekta "Polovi kulture - Kulturna politika, instrument za društveni i regionalni razvoj", kandidatura grada za Evropsku prestonicu kulture i drugi referentni dokumenti o planiranju u vezi kulture u Evropi.
2. **Metodologija** se odnosi na principe na kojima se zasniva kulturno planiranje i predstavlja realizovane aktivnosti za formulisanje strategije: istraživanje, konsalting zainteresovanih faktora, donošenje konkretnih predloga i saradnja konsultanta (ugovoren tim stručnjaka) i opština grada Temišvar.
3. **Analiza spoljnog okruženja** navodi glavne spoljne političke, ekonomske, socijalne, tehnološke, pravne i ekološke faktore koji su bili razmotreni u formulisanju kulturne strategije. Analiza PESTLE pokazuje karakteristike makro-okruženja u kome deluju kulturni operateri i javna uprava, kao pobornik kulturnog života i nasleđe grada.
4. **Kultura - transverzalna dimenzija** javnih politika potvrđuje prisustvo kulturnih resursa i projekata u dokumentima koji imaju stratešku ulogu za razvoj Timisoara, županije Timiš, zapadnog regiona i Euroregije DKMT. Svrha ovog poglavlja je da pokaže stvarnu viziju uloge kulture u razvoju i da identifikuje efikasne finansijske i organizacione resurse koji mogu biti mobilisane da podrže kulturne ciljeve.
5. **Mapiranje kulturnih resursa** rezimira glavne elemente kulturne vitalnosti grada kroz prezentaciju i tumačenje podataka kulturne potrošnje, stepen pristupa evropskim fondovima, razvoj raspodela javnih sredstava za kulturu u Temišvaru i županiji Timiš, situacija NVO, itd

Značajno poglavlje je posvećeno kulturnim oblastima koje su kvantitativno i kvalitativno dokumentovane od strane konsultanta. Po abecednom redu, ove oblasti su:

- Arhitektura - nasleđe, izgrađeno okruženje

- Izvođačke umetnosti
- Likovne umetnosti
- Pismena kultura
- Razvoj publika i raznolikost kulturnih izraza
- Kulturne i kreativne industrije
- Muzeji
- Muzika

6. **Ciljevi i mere detaljno** predstavljaju ciljeve i efikasne mere koje su predložene u dokumentu kulturne strategije. Mere su konkretne akcije koje preduzima gradska opština Temišvar i gradsko veće sa partnerima, od kojih su najvažniji: Timiški Županijski Savet, Asocijacija Temišvar evropska prestonica kulture, javni i privatni kulturni operateri, Županijska direkcija za kulturu.

Kratki prikaz primera mera organizovanih u nekoliko glavnih kategorija:

- nove kulturne i kreativne institucije. Primeri: Interdisciplinarni centar Umetnost - Tehnologija - Eksperiment; Centar za kulturne projekte u Temišvaru; start-up fond za kulturne i kreativne industrije; transformacija bioskopa Timiš u Art House; regionalni fond za razvoj filma; komunitarni centri za permanentno učenje sa kulturnim funkcijama u naseljima.
- novi prostori za kulturu. Primeri: prostor za skladištenje, čuvanje i restauraciju pokretne baštine; novi auditorium za nemačko pozorište u Temišvaru; novi auditorium za koncerte u Temišvaru, sa kapacitetom od oko 1.500 mesta; refunkcionalizacija pojedinih prostora koji pripadaju gradskoj opštini i funkcionišu kao kulturni prostori; popust u porezu na imovinu za poslovna lica ili pojedince koji iznajmljuju prostore (zgrade i zemljište) kulturnim operaterima.
- udobstva za lakši pristup kulturi. Primeri: planiranje i opremanje javnih ustanova kulture za osobe sa invaliditetom; opremanje objekata za logičke prostorne odnose i privlačne prostore oko kulturnih institucija; rute za održivu mobilnost (pešaka i bicikla) koje bi povezale kulturne objekte.
- sredstva za kulturnu komunikaciju. Primeri: Kampanja za promovisanje volonterizma, sponzorstvo, primeri dobre prakse u kulturnom obrazovanju i razvoj publike; online kulturni portal, gde svaki operater može da snimi relevantne informacije; časopis "Revolucionaran TM" u štampanoj i online verziji; podrška za ulični displej za kulturne projekte; informativna kampanja o vrednosti nasleđa za vlasnike imovine.
- tematski prioriteti za lokalnu kulturnu agendu: kulturne rute, interkulturni kampovi, međugeneracijski dijalog, kulturno obrazovanje i razvoj publike, letnje škole za mlade kustose i naučnike u domenu umetnosti, promociju lokalnih kulturnih brendova, kulturne intervencije.
- vrste novih projekata finansiranih od strane lokalne kulturne agende. Primeri: mobiliteti; prebivališta; šema za sufinansiranje za temišvarske kulturne operatere koji učestvuju u međunarodnim kulturnim projektima; stipendije za kreaciju i radionice; grantovi za književni debi; stipendije za mlade menadžere u domenu kulture; kulturne rute; sajmovi za projekte.
- novi propisi za grantove za kulturne projekte. Primeri: višegodišnja finansiranja; nove procedure za osnivanje i funkcionisanje evaluacija zahteva za finansiranje; vodič za dekont; informacije o uslovima konkursa.
- novi pristupi kulturnom upravljanju: Primeri: grupisanje

kulturnih funkcija opštine Temišvara u odeljenje za kulturu u okviru Direkcije za komunikaciju; osnivanje Centra za kulturne projekte opštine Temišvara, koja će, između ostalog, da posluži kao grant za kulturne projekte; podsticanje konkurentnih nagrada dodeljenim na osnovu kvalitativnih kriterijumima za projektovanje javnih investicija koje će uticati na urbanu sliku.

- propisi za podršku kvaliteta urbane slike i prisustva ulične umetnosti. Primeri: usvajanje i dosledno sprovođenje politike arhitekture Temišvara; kreiranje komisije za urbanu estetiku; poštovanje zakonskih obaveza od strane uličnih umetnika; eksponiranje na bazi konkursa umetničkih dela u javnim prostorima; umetnički projekti street art u strateškim lokacijama grada; opremanje objekata za kulturu oko i unutar zelenog kompleksa: Zelena Šuma, Muzej Banatskog Sela, Zoološki Vrt; poreski podsticaji i tehnička pomoć za vlasnike koji žele da rehabilituju fasade svojih zgrada.
 - obuka za profesionalce u oblasti kulture. Primeri prioriternih tema: menadžment projekata kulturne saradnje; pristup invalida kulturi; kulturno obrazovanje i razvoj publike; restauracija (Letnji univerziteti); kulturno preduzetništvo.
 - efikasno povezivanje živog kulturnog fenomena Temišvara sa regionalnom, nacionalnom i međunarodnom umetničkom dinamikom. Primeri: ispunjavanje uslova za troškove učešća u međunarodnim događajima u okviru projekata finansiranih u okviru lokalne kulturne agende; međunarodna mobilnost; podrška za međunarodnu saradnju; podrška za događaje sa jakim međunarodnom komponentom; vrednovanje potencijala kulturne diplomatije i učešće u evropskim kulturnim mrežama za kulturnu saradnju.
7. **Akcioni plan** predstavlja raspored kratkoročnih, srednjeročnih i dugoročnih mera predstavljenih u poglavlju 6, i indikatori uticaja i rezultata od značaja za svaki opšti cilj. Za transversalnu osu Otvoren Temišvar detaljno predstavljena u poglavlju 9, Instrumenti za implementaciju, navedene su takođe potrebne akcije.
8. **Procedure i indikatori za evaluaciju** identifikuju potrebne akcije i podatke koji kolektivno daju obim srednjeročnog i dugoročnog uticaja strategije. Procena kulturnog uticaja strategije za narednih 10 godina na nivou grada je zasnovana na osnovu utvrđenih indikatora za merenje uticaja programa šeme Liverpool 08 Evropska prestonica kulture, model kojeg je Evropska komisija naknadno preporučila za razvoj kulturnih politika na lokalnom planu. U formulisanju indikatora uzele su se u obzir lokalne preporuke za javne vlasti u okviru Agende 21 za kulturu i Zakonodavna rezolucija Evropskog parlamenta od 12 decembra 2013 o predlogu za odluku Evropskog parlamenta i Saveta o uspostavljanju akcija Unije za događaj “Evropska prestonica kulture” za godine 2020 - 2033 (COM(2012)0407-C7-0198/2012-2012/0199 (COD)).

Pokazatelji imaju u vidu nekoliko dimenzija:

- Uticaj na kulturnom sektoru, kao sistem kulturne proizvodnje;
- Slika grada, identitet i percepcija kulturne ponude i atraktivnost Temišvara kao kulturna destinacija;
- Ekonomski uticaj investicija u kulturi;
- Pristup kulturi i kulturna participacija;
- Kulturna infrastruktura, kulturno i prirodno nasleđe, izgrađeno okruženje;

- Kulturni menadžment.
9. Instrumenti za implementaciju opisuju uloge i odgovornosti lokalnih javnih vlasti, Centra za kulturne projekte Temišvara (predloženo da se osnuje) i Udruženja Evropska prestonica kulture Timisoara, uloge koje konvergiraju ka realizaciji vizije grada za 2024 godinu, u skladu sa njihovom misijom i za postizanje generalnih i specifičnih ciljeva, kao što je kandidatura za Evropsku prestonicu kulture 2021. Posebna diskusija je posvećena radu lokalne kulturne agende, sa preporukama za poboljšanje.

Temišvar je grad gde kulturno stvaralaštvo, solidarnost, povezivanje i odgovornost idu ruku u ruku sa otvorenim stavom gde je participativno upravljanje asocirano sa efikasnošću i transparentnim javnim odlukama.

Odnos između ovih dimenzija razvoja u kulturi je ilustrovan na dijagramu, a zatim su prikazani generalni ciljevi, oko kojih su grupisane konkretne akcione mere za kulturu Temišvara tokom 2014-2024.

Nakon konsultacija sa kulturnim operaterima i predstavnicima opštine Temišvara, definisalo se pet prioriternih osa kulturne strategije i njihovi tematski ciljevi, kao što dole navedeni:

Prioritetne ose	Tematski ciljevi
<p>1.Kreativan Temišvar Grad u kome se savremeno stvaranje podstiče i aktivno podržavano, sa posebnim interesovanjem za eksperimentalni i interdisciplinarni pristup u kojem javnost ima pristup u inovativnim prostorima gde se kulturni operateri podstiču da razvijaju relevantne projekte na lokalnom, regionalnom i međunarodnom nivou.</p>	<p>1.1 Razvoj savremenog stvaranja i konkurentan umetnički čin relevantan na kulturnoj sceni zajednice.</p> <p>1.2 Poboľšanje promovisanja kulturne ponude i komunikacije između kulturnih operatera.</p> <p>1.3. Jačanje kapaciteta kulturnih operatera da razvijaju kvalitetnu kulturnu ponudu</p>
<p>2.Uključen Temišvar Grad u kome solidarnost i kulturna raznolikost koegzistiraju, čiji identitet se stalno definiše i uključuje u sadašnjem Temišvarskom multikulturalnom profilu verske i jezičke raznovrsnosti.</p>	<p>2.1 Povećano učešće privrednih subjekata i državnih partnera za postizanje kulturnog čina Temišvara.</p> <p>2.2 Povećanje kulturnog učešća u okruzima Temišvara.</p> <p>2.3 Razvijanje nove publike za kulturne aktivnosti.</p> <p>2.4 Poboľšan pristup kulturi za rizične grupe</p> <p>2.5 Grad koji doprinosi formulisanju kulturnog identiteta regiona u kome je kulturna raznolikost zaštićena i promovisana.</p> <p>2.6. Porast kulturne potrosnje među mladima i razvoj kulturnog obrazovanja.</p>
<p>3.Priključen Temišvar Grad priključen savremenim umetničkim pokretima u zemlji i inostranstvu, prisutan sa umeticima i kulturnim organizacijama u oblasti na relevantnim događajima, koji je uključen u razmenama, partnerstvima u regionalnim, nacionalnim i međunarodnim mrežama i koji je turistički atraktivan.</p>	<p>3.1 Bolje povezivanje Temišvara sa domaćom i međunarodnom kulturnom dinamikom.</p> <p>3.2 Vrednovanje nasleđa i kulturne ponude u okviru turističke ponude grada i okolnih mesta.</p>
<p>4.Odgovorani Temišvar Grad u kome je izgrađeno i prirodno nasleđe zaštićeno i gde postoji kvalitetan javni prostor, obezbeđujući povoljne uslove za građane kroz kulturnu i umetničku ponudu koja je predstavljena kako u centru grada tako i u okruzima i u susednim gradovima.</p>	<p>4.1 Povećanje svesti o vrednosti nasleđa, rehabilitacija i vrednovanje izgrađenog nasleđa grada.</p> <p>4.2. Poboľšanje kvaliteta javnog prostora uređenog kao povoljan ambijent za umetnost i kulturu.</p> <p>4.3. Poboľšanje kvaliteta zelenih površina kao povoljan ambijent za umetnost i kulturu</p> <p>4.4.Urbano regenerisanje kroz kulturu i refunkcionalizacija kroz kulturu.</p>
<p>Transverzalna osa</p>	
<p style="text-align: center;">5.Otvoren Temišvar</p> <p>Grad u kome je kulturno upravljanje zasnovano na vrednostima participativne demokratije, gde su javne usluge efikasne osiguravajući neophodan kvalitet kulturnog akta, na osnovu prava stvaralaca na slobodu izražavanja i priznavanja uloge kulture za individualni i društveni razvoj.</p>	

Bibliografie

- Administrația Fondului Cultural Național, *Rapoarte de activitate pentru anii 2010, 2011, 2012 și 2013*
- Agencia Națională pentru Programe Comunitare în Domeniul Educației și Formării Profesionale, 2014, *Evoluția numărului de mobilități Erasmus în universitățile românești între 2007 și 2013*
- Agencia Națională pentru Programe Comunitare în Domeniul Educației și Formării Profesionale, statistici anuale ale programului Tineret în Acțiune pentru anii 2007-2011
- Agencia pentru Dezvoltare Regională Vest, 2013, *Competitivitatea firmelor din regiunea Vest: diagnostic, provocări și oportunități - raport intermediar*
- Agencia pentru Dezvoltare Regională Vest, *Strategia pentru Dezvoltare Regională a Regiunii Vest 2014-2020*
- Agencia pentru Dezvoltare Regională Vest, 2013, *Studiul de potențial privind dezvoltarea la nivelul municipiilor Timișoara și Arad*
- Alin Gavreliuc și Bogdan Nadolu, 2013, *Studiu sociologic privind Impactul Public al Candidaturii Municipiului Timișoara pentru Titlul de Capitală Culturală Europeană în 2021*
- Alpha Research, 2013, *Investigarea cererii și a ofertei în Municipiul Timișoara. Sinteze interviu*
- Alpha Research, 2013, *Sondaj de opinie privind consumul cultural în Municipiul Timișoara*
- Alpha Research, 2013, *Anchetă sociologică privind cultura timișoreană*
- Asociația Pro Democrația, ActiveWatch-Agenția de Monitorizare a Presei și CeRe-Centrul de resurse pentru participare publică, 2008, *Ghidul de bune practici pentru consolidarea buneii guvernări locale - Buna guvernare la români*
- Bianca Floarea, 2013, *Cultura (2007-2013). România în proiecte europene finanțate*, analiză realizată pentru Centrul de Cercetare și Consultanță în Domeniul Culturii - Punctul de Contact Cultural al României
- Biroul Regional pentru Cooperare Transfrontalieră Timișoara, iulie 2014, *Programul IPA de cooperare transfrontalieră România - Republica Serbia 2014 - 2020 - a doua variantă intermediară de lucru*
- Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii, 2009, 2010, *Vitalitatea Culturală a Orașelor din România.*
- Consiliul Județean Timiș - ADETIM, 2009, *Strategia de dezvoltare socio-economică a județului Timiș pentru 2009-2015*
- Consiliul Județean Timiș, 2010, *Analiza activității desfășurate în perioada 1996 - 2010 prin: „Agenda principalelor manifestări cultural - sportive și de tineret”*
- François Matarasso și Charles Landry, 1999, *Balancing act: twenty-one strategic dilemmas in cultural policy*, Council of Europe Publishing
- GEA Strategy & Consulting, 2011, *Importanța economică a industriilor creative: o perspectivă teritorială*
- Hotărârea Consiliului Local 242/23.04.2013 privind modificarea Hotărârii Consiliului Local nr. 68/27.03.2007 pentru aprobarea Regulamentului privind regimul finanțărilor nerambursabile alocate de la bugetul local pentru activități nonprofit de interes local

Hotărârea de Guvern nr. 610/2003 pentru aprobarea Normelor metodologice privind procedura de acordare a creditelor necesare efectuării de lucrări de protejare la monumentele istorice deținute de persoanele fizice sau juridice de drept privat și HG 1430/2003 pentru aprobarea Normelor metodologice privind situațiile în care Ministerul Culturii și Cultelor, respectiv autoritățile administrației publice locale, contribuie la acoperirea costurilor lucrărilor de protejare și de intervenție asupra monumentelor istorice, proporția contribuției, procedurile, precum și condițiile pe care trebuie să le îndeplinească proprietarul, altul decât statul, municipiul, orașul sau comuna (MO nr. 905/18 decembrie 2003)

Hotărârea Consiliului Local nr. 514/22.10. 2013, pentru aprobarea Programului de sprijin financiar acordat proprietarilor de clădiri istorice din zona de acțiune prioritară a Municipiului Timișoara

Institutul de Economie Socială, 2014, *Anuarul Economiei Sociale*

Institutul Intercultural Timișoara, 2014, *Tendențe în evoluția consumului cultural și a ofertei culturale în Timișoara perioada 2000-2014*

Kutt Kommel, 2011, *Cultural Employment Statistics*, prezentare susținută din parte ESSnet Culture (Sistemul european de statistică pentru cultură), disponibilă la adresa <http://www.uis.unesco.org/StatisticalCapacityBuilding/Workshop%20Documents/Culture%20workshop%20dox/EU%20ESSnet-culture-paris-2011.pdf>

Legea 229/25.11.2010 privind ratificarea Acordului de împrumut și finanțare dintre KfW Frankfurt pe Main (KfW) și România, reprezentată de Ministerul Finanțelor Publice al României (Împrumutat) și Municipiul Timișoara (Agenția de implementare a programului), pentru reabilitarea cartierelor istorice ale Timișoarei (Infrastructura municipală faza a II-a

MEGAKOM Development Consultants, KPMG Advisory Ltd., ICG Ex Ante, 2014, *Common Territorial Strategy - 4th draft "Strategic planning based on the analysis of the eligible programme area of CBC Programme between Romania and Hungary"*

Miller Dickinson Blais, *Fourth Pillar of Sustainability: Culture and Sustainability*, <http://www.millierdickinsonblais.com/blog/fourth-pillar-of-sustainability>

Primăria Municipiului Timișoara, 2010, *Plan Integrat de Dezvoltare al Municipiului Timișoara*

Primăria Municipiului Timișoara, 2010, *Strategia dezvoltării spațiilor verzi a Municipiului Timișoara 2010-2020*

Primăria Municipiului Timișoara, 2011, *Studiu de fundamentare istorică "ZONE CONSTRUITE PROTEJATE - TIMISOARA 2011"*

Primăria Municipiului Timișoara, 2012, *Concept general de dezvoltare urbană (masterplan) - parte a Planului Urbanistic General*

Primăria Municipiului Timișoara, 2014, *Starea economică, socială și de mediu a Municipiului Timișoara*

Alte surse:

Documentație spații culturale pusă la dispoziție prin amabilitatea doamnei arhitect Marcela Titz

Informații obținute pe baza cererilor de informații din partea (în ordine alfabetică): Muzeul de Artă Timișoara; Consiliile Consultative de Cartier Blascovici, Soarelui, Ghiroda Nouă, Calea Martirilor, Ciarda Roșie; Facultatea de Arte și Design din cadrul Universității de Vest Timișoara; Galeria de Artă a Primăriei Municipiului Timișoara, Galeria Calpe, Direcția

Județeană pentru Cultură Timiș - Casa Artelor, Galeria Jecza, Galeria Helios, Uniunea Artiștilor Plastici din România - Filiala Timișoara; Primăria Municipiului Timișoara; Teatrul pentru copii și tineret "Merlin".

Rapoarte anuale de activitate pentru 2011, 2012, 2013 (în ordine alfabetică): Biblioteca Județeană Timiș, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara, Filarmonica "Banatul" Timișoara, Teatrul German de Stat Timișoara, Teatrul Maghiar de Stat „Csiky Gergely” din Timișoara, Opera Națională Română Timișoara, Teatrul Național "Mihai Eminescu" din Timișoara.

ANEXE
ANEXES
ANEKSE

Cercetare în Timișoara și Timiș

Sinteze

Investigarea cererii și a ofertei culturale în Municipiul Timișoara

Anchetă sociologică

ASPECTE METODOLOGICE - Tipuri de cercetări realizate pentru investigarea cererii și ofertei culturale (Timișoara și județul Timiș)

1. ANCHETĂ SOCIOLOGICĂ PE BAZĂ DE CHESTIONAR

- 1110 chestionare în municipiul Timișoara (aplicate în toate cartierele)
- 600 chestionare în restul județului Timiș

PUNCTE DE EȘANTIONARE Timișoara: 9

URBAN (4): Lugoj, Jimbolia, Sânnicolau Mare, Făget

RURAL(11): Balinț, Birda, Cenei, Denta, Găvojdia, Gottlob, Margina, Orțișoara, Pișchia, Sânnandrei, Topolovățul Mare

2. INTERVIUL SOCIOLOGIC pe bază de ghid de interviu

- 50 manageri ai unor organizații active în domeniul cultural și personalități marcante ale vieții culturale timișene

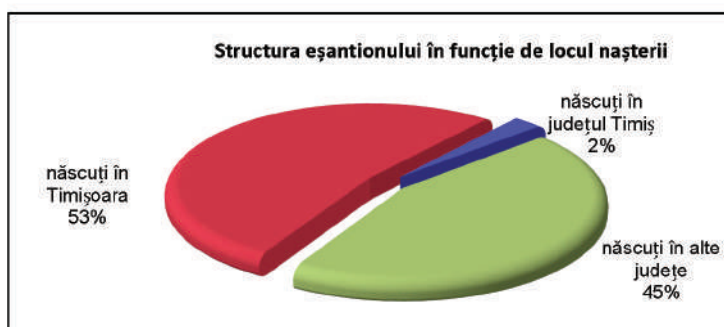
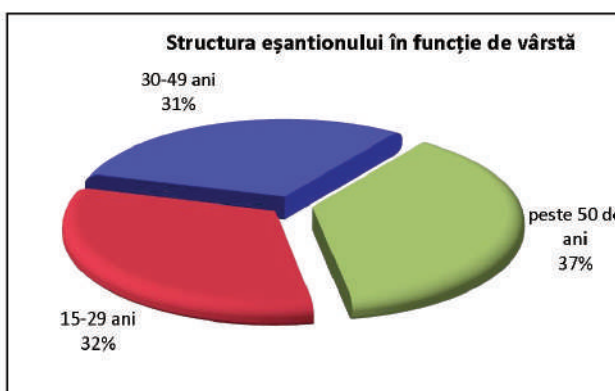
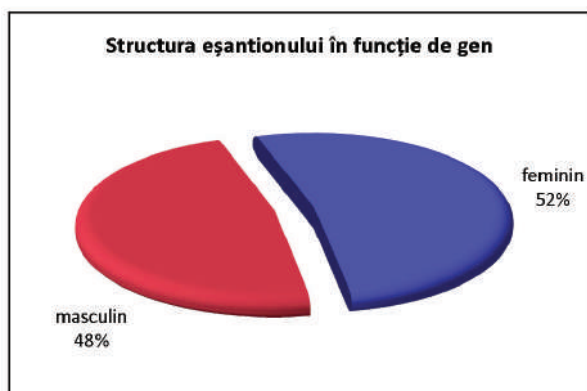
3. ANALIZA STATISTICĂ - chestionar statistic

- Instituții și organizații culturale din Timișoara și județul Timiș (inclusiv primăriile din județ)

ANCHETA SOCIOLOGICĂ PRIVIND CONSUMUL CULTURAL ÎN TIMIȘOARA -METODOLOGIA CERCETĂRII

Universul cercetării îl reprezintă populația în vârstă de peste 15 ani din Timișoara

- Instrumentul de lucru - chestionarul prin administrare de către operatori, la domiciliu
- Eșantionare probabilistă, stratificată, bistadială
- Volum eșantion 1110
- Culegerea datelor: 25 octombrie-14 noiembrie 2013
- Reprezentativitate pentru populația în vârstă de peste 15 ani a municipiului Timișoara, cu eroare tolerată de + 2,9%, în condițiile unui nivel de încredere de 95%;

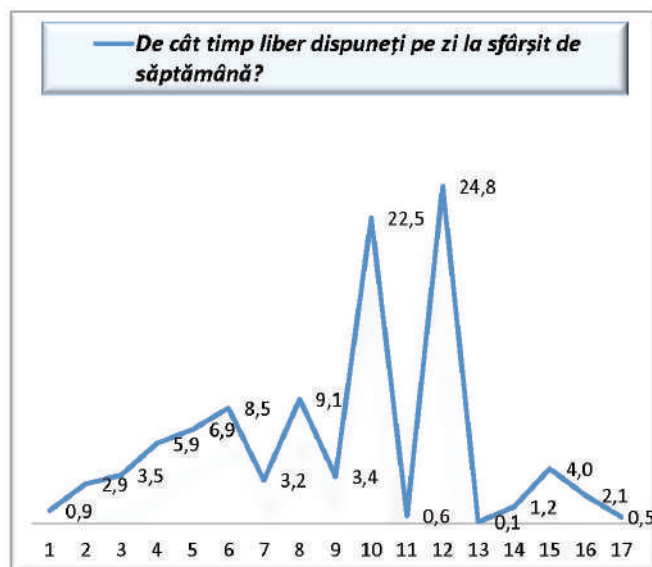
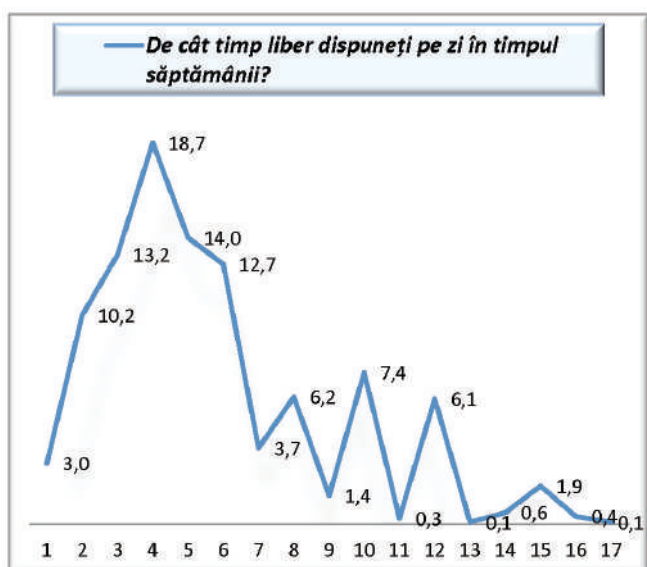


OBIECTIVELE CERCETĂRII:

1. Identificarea nivelului de consum cultural
2. Identificarea conținutului consumului cultural
3. Identificarea tiparelor de consum cultural
4. Identificarea de noi nevoi culturale

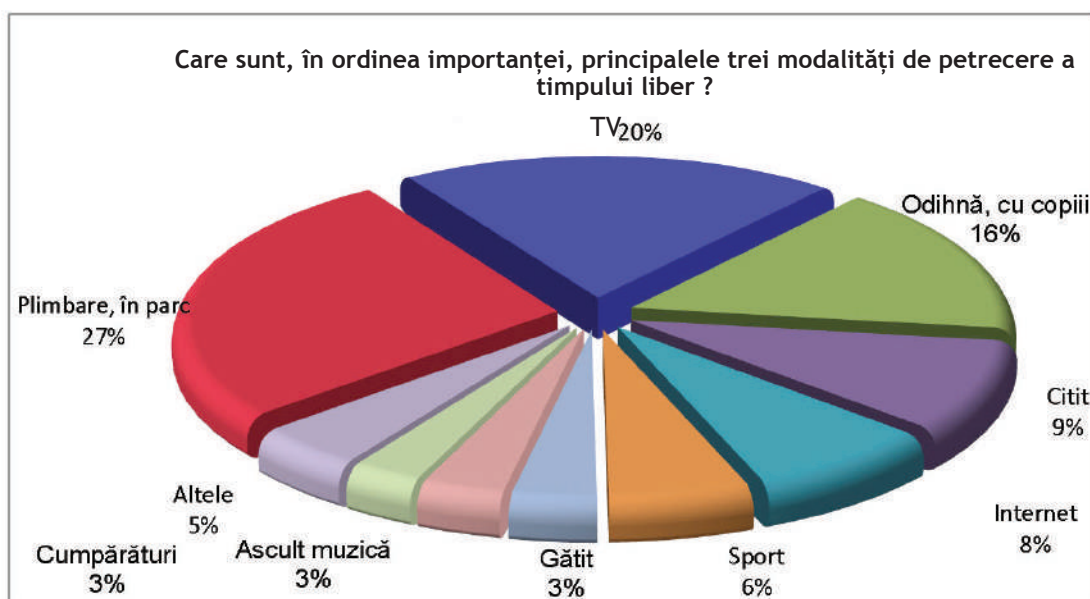
ANCHETA SOCIOLOGICĂ DIN TIMIȘOARA - REZULTATELE CERCETĂRII

TIMP LIBER ȘI ACTIVITĂȚI SPECIFICE - Pentru cetățenii municipiului Timișoara timpul liber disponibil în cursul săptămânii este în medie de 5,68 ore, iar pentru sfârșitul de săptămână de 9 ore.



**Exprimare procentuală, din total eșantion*

În ordinea importanței, principalele modalități de petrecere a timpului liber sunt: plimbarea (în parc) (27,1%), urmată de TV (20%) și odihnă, cu copiii (16%). Celelalte modalități de petrecere a timpului liber sunt: cititul (9%), navigarea pe internet (8%), sportul (6%), gătitul, cumpărăturile și ascultarea de muzică, fiecare cu câte 3%. Cei mai mulți dintre respondenți preferă să-și petreacă timpul liber acasă și în spații publice (33,5%).



**Exprimare procentuală, din total eșantion*

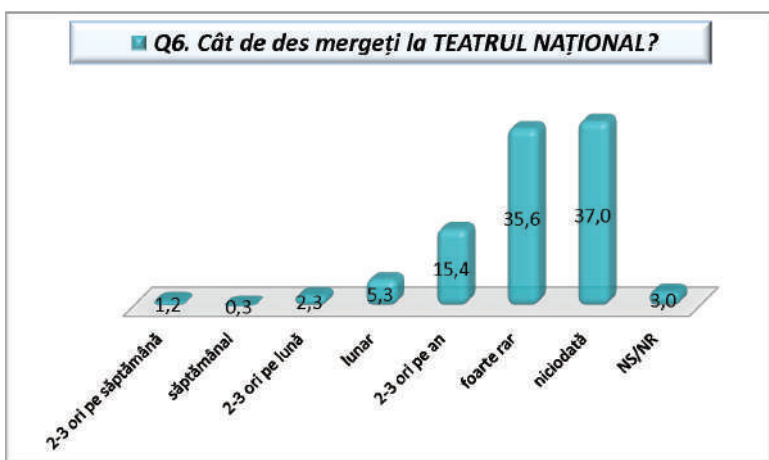
Cu scor apropiat sunt și cei care preferă să-și petreacă timpul mai mult acasă (32,9%), urmați de cei care îl petrec de obicei acasă și uneori în spații publice (18,1%). La polul opus se situează cei care petrec timpul liber mai mult în spații publice (6,1%), urmați de cei care îl petrec de obicei în spații publice și uneori acasă (7,7%).

CONSUM CULTURAL

Cele mai importante repere culturale pentru timișoreni sunt, în ordinea importanței, Catedrala Mitropolitană (25,7%), Opera (20,1%), urmate de Piața Unirii (9,8%), Centrul (zona centrală a municipiului cu 8%) și Teatrul Național (4,3%). Mai bine de jumătate dintre respondenți valorizează pozitiv cultura, considerând că aceasta are pentru ei o **importanță foarte mare** (36,6%) și **mare** (24,3%). De importanță mică respectiv foarte mică o consideră doar 11,4% pentru prima categorie și 4,1% din cea de a doua. Restul de respondenți - 22,1% atribuie culturii o importanță potrivită.

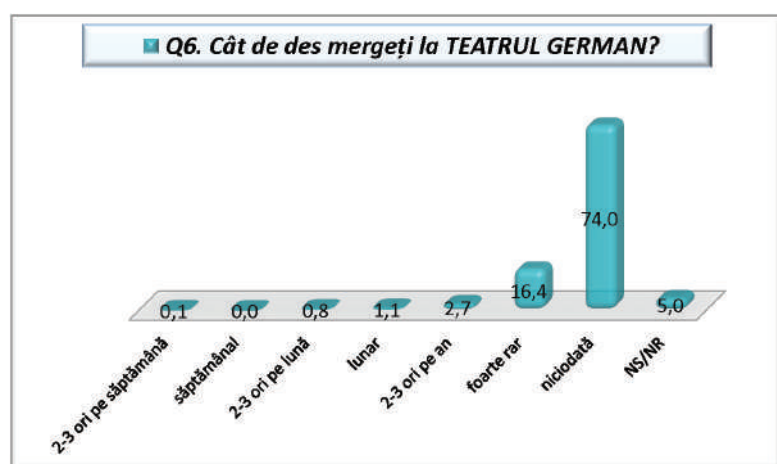
Pentru a crește finețea măsurătorii consumului cultural s-a realizat o delimitare între publicul constant, publicul ocazional și non-consumatori, pentru fiecare instituție culturală în parte, în funcție de programul și oferta acesteia.

Publicul constant - cei care merg de până „2-3 ori pe lună”, „lunar” sau „de 2-3 ori pe an” la spectacolele **Teatrului Național** este reprezentat de 24,4% dintre respondenți. **Publicul ocazional** (cei care merg foarte rar la spectacolele **Teatrului Național**) este reprezentat de 35,6% dintre respondenți iar non-consumatorii (cei care nu au frecventat niciodată această instituție) sunt în proporție de 37%. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.



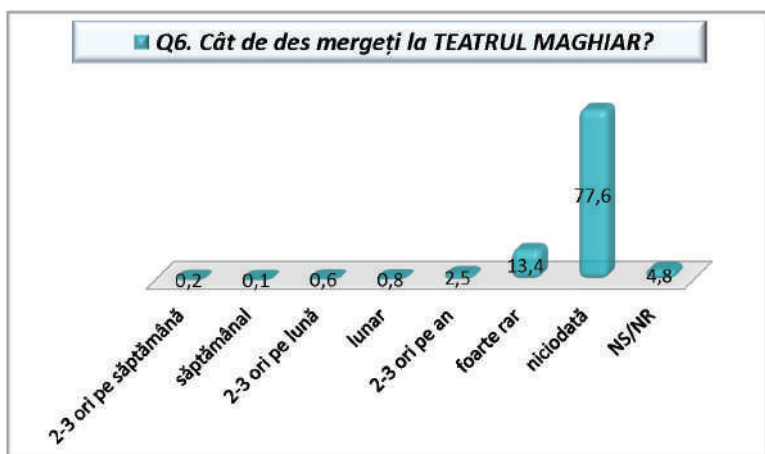
*Exprimare procentuală, din total eșantion

Publicul constant (până la **de 2-3 ori pe an**) al Teatrului German este reprezentat de 4,7% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cei care merg foarte rar la acest gen de spectacole) de 16,4%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **74%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.



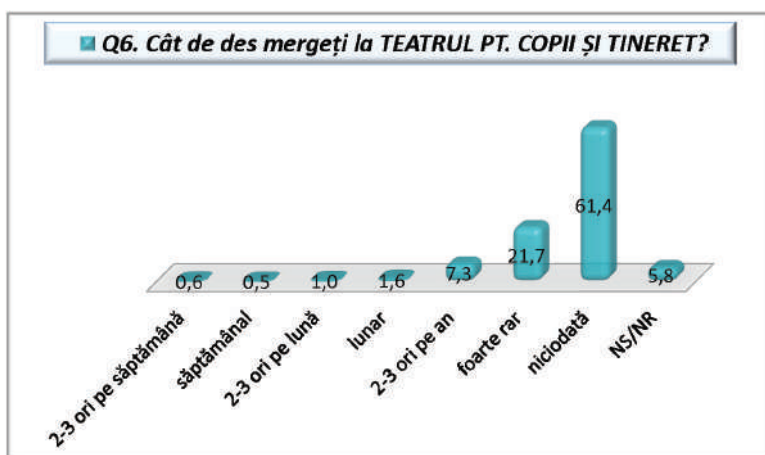
*Exprimare procentuală, din total eșantion

Publicul constant (până la **de 2-3 ori pe an**) al Teatrului Maghiar este reprezentat de 4,2% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cei care merg foarte rar la acest gen de spectacole) de 13,4%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **77,6%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.



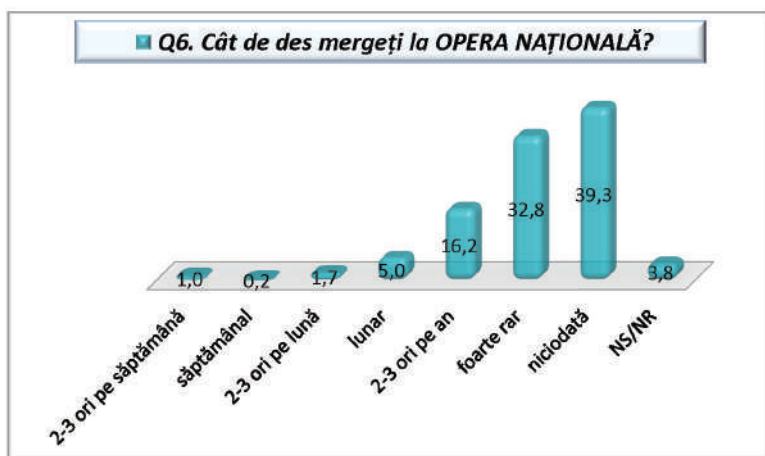
*Exprimare procentuală, din total eșantion

Publicul constant (până la de 2-3 ori pe an) al Teatrului Pentru Copii și Tineret este reprezentat de 11,1% dintre respondenți, publicul ocazional (cei care merg foarte rar la acest gen de spectacole) de 21,7%, iar non-consumatorii sunt în proporție de 61,4%. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.



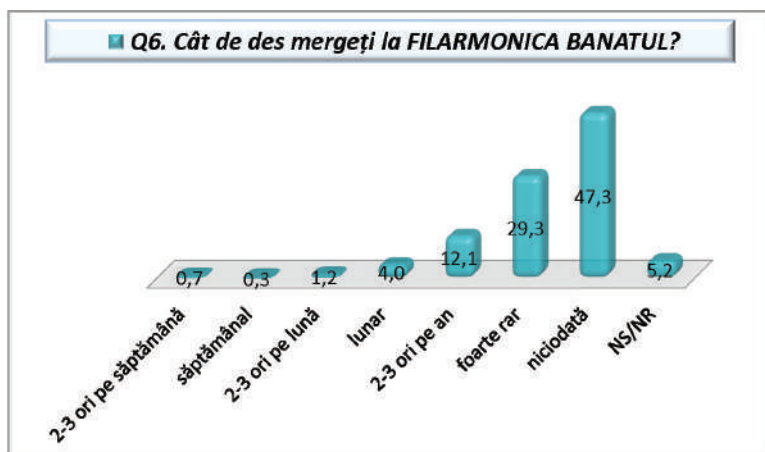
*Exprimare procentuală, din total eșantion

Publicul constant (până la de 2-3 ori pe an) pentru Opera Națională este reprezentat de 24,1% dintre respondenți, publicul ocazional (cei care merg foarte rar la acest gen de spectacole) de 32,8%, iar non-consumatorii sunt în proporție de 39,3%. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.



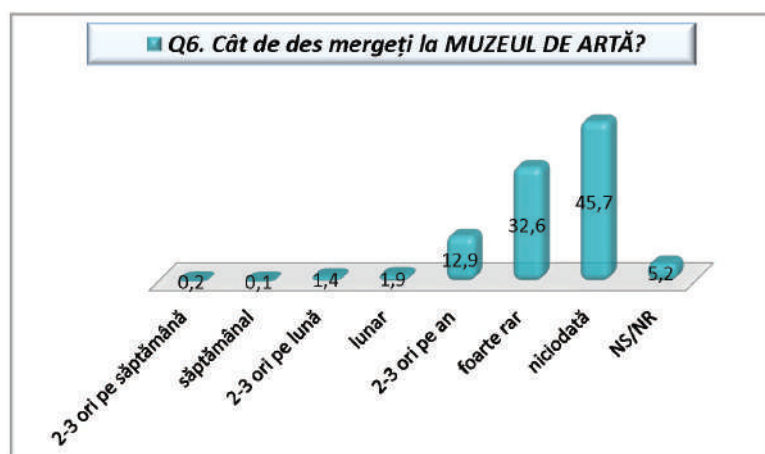
*Exprimare procentuală, din total eșantion

Publicul constant (până la de 2-3 ori pe an) pentru Filarmonica Banatul este reprezentat de 18,2% dintre respondenți, publicul ocazional (cei care merg foarte rar la acest gen de spectacole) de 29,3%, iar non-consumatorii sunt în proporție de 47,3%. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.



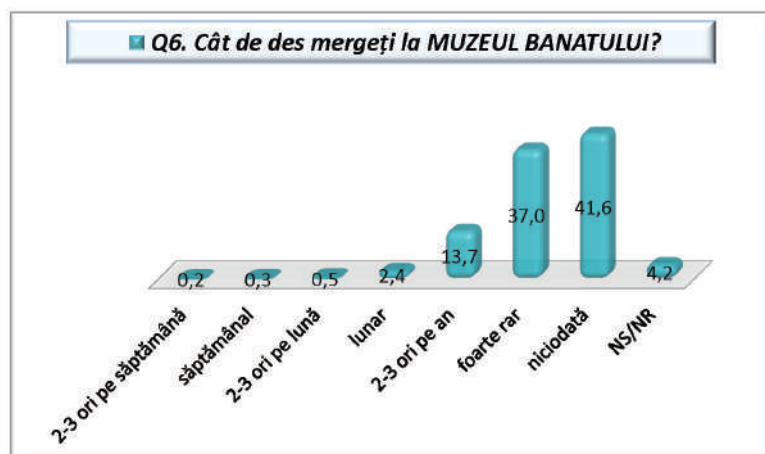
*Exprimare procentuală, din total eșantion

Publicul constant (până la de 2-3 ori pe an) pentru Muzeul de Artă este reprezentat de 16,5% dintre respondenți, publicul ocazional (cei care îl vizitează foarte rar) de 32,6%, iar non- consumatorii sunt în proporție de 45,7%. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.



*Exprimare procentuală, din total eșantion

Publicul constant (până la de 2-3 ori pe an) pentru Muzeul Banatului este reprezentat de 17,1% dintre respondenți, publicul ocazional (cei care îl vizitează foarte rar) de 37%, iar non- consumatorii sunt în proporție de 41,6%. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.



*Exprimare procentuală, din total eșantion

Publicul constant (până la de 2-3 ori pe an) pentru Muzeul Satului este reprezentat de 22% dintre respondenți, publicul ocazional (cei care îl vizitează foarte rar) de 35,3%, iar non- consumatorii sunt în proporție de 38,9%. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.

Publicul constant (până la de 2-3 ori pe an) pentru **Galeriile și Expozițiile de Artă** este reprezentat de 21,2% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cei care le frecventează foarte rar) de 29 %, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **44,5%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non-răspunsuri.

Publicul constant (până la de 2-3 ori pe an) pentru **Memorialul Revoluției** este reprezentat de 4,1% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cei care îl vizitează foarte rar) de 22,3%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **63,8%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non/răspunsuri.

Publicul constant (până la de 2-3 ori pe an) pentru **Casa de Cultură** este reprezentat de 9,2% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cei care merg foarte rar la această instituție) de 27,7%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **56,5%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non-răspunsuri.

Publicul constant (până la lunar) pentru **Biblioteci** este reprezentat de 15% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cu o frecvență de 2-3 ori pe an sau mai rar) de 40,6%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **39%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non-răspunsuri.

Publicul constant (până la lunar) pentru **Cinematografe** este reprezentat de 21,6% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cu o frecvență de 2-3 ori pe an sau mai rar) de 42,9%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **30.1%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non-răspunsuri.

Publicul constant (până la lunar) pentru **Librării** este reprezentat de 25,8% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cu o frecvență de 2-3 ori pe an sau mai rar) de 38,7%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **30.7%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non-răspunsuri.

Publicul constant (până la lunar) pentru **Activitățile Culturale ale Centrelor Culturale Străine** este reprezentat de 3,7% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cu o frecvență de 2-3 ori pe an sau mai rar) de 28,4%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **59.8%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non-răspunsuri.

Publicul constant (până la lunar) pentru **Activitățile Culturale Organizate de ONG-uri** este reprezentat de 3,6% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cu o frecvență de 2-3 ori pe an sau mai rar) de 28,3%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **60.5%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non-răspunsuri.

Publicul constant (până la lunar) pentru **Activitățile Culturale Organizate de Biserică** este reprezentat de 11,4% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cu o frecvență de 2-3 ori pe an sau mai rar) de 31,5%, iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **50%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non-răspunsuri.

Publicul constant (până la lunar) pentru **Evenimentele Culturale Organizate în cafenele și alte spații neconvenționale (piețe, parcuri, străzi)** este reprezentat de 9,7% dintre respondenți, **publicul ocazional** (cu o frecvență de 2-3 ori pe an sau mai rar) de 36,8%. iar **non-consumatorii** sunt în proporție de **43,9%**. Diferența până la 100% este reprezentată de non-răspunsuri.

Primele trei genuri muzicale preferate de respondenți, în ordinea importanței sunt: muzica ușoară în proporție de 40% (ușoară 23%, pop 7%, rock 7%, hip-hop 3%), muzica populară 19% și muzica clasică 13%, iar numărul mediu (unități) de albume audio cumpărate anual este de 1,53. Primele trei genuri de dans preferate de respondenți, în ordinea importanței sunt: dansurile populare în proporție de 17%, dansurile pe muzică ușoară, de club 19% și dansurile de societate 15%.

Tipul de spectacol de teatru preferat de 43% dintre timișoreni este cel de **divertisment, de revistă**, urmat de cel **clasic** în proporție de 34% și de cel **experimental** cu 6%. Primele trei genuri de teatru preferate de

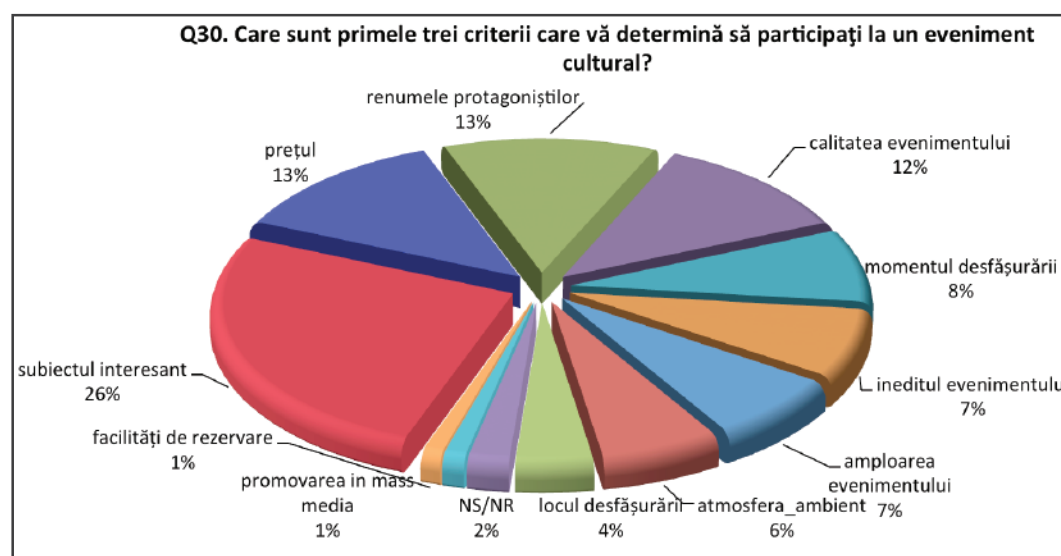
respondenți, în ordinea importanței sunt: comedii în proporție de 35%, dramele -19% urmate de cele romantice și tragediile cu 9% fiecare. **Cea mai mare pondere a respondenților (58%) nu știu că spectacolele Teatrului German și ale Teatrului Maghiar sunt traduse la casă sau supratitrate.**

Primele trei genuri de expoziții preferate de respondenți, în ordinea importanței sunt: cele de pictură în proporție de 21%, artă 19% și meșteșugărit, sculptură 9%, iar numărul mediu (unități) de obiecte de artizanat cumpărate anual este 1,57. Obiectele de artă cel mai des cumpărate sunt tablourile/picturile 21% și obiectele decorative (20%).

Primele trei genuri de cărți preferate de respondenți, în ordinea importanței, sunt: cele polițiste în proporție de 15%, literatura de specialitate și cele de dragoste, romantice, fiecare cu câte 12% și cele istorice cu 8%, iar numărul mediu (unități) de cărți cumpărate anual este 5,22.

Genurile de filme preferate de cei mai mulți timișoreni sunt comedii (21%), urmate de cele polițiste/acțiune 17% și drame 12% iar numărul mediu (unități) de filme cumpărate anual este 1,97.

OFERTA CULTURALĂ



**Exprimare procentuală, din total eșantion*

62% dintre respondenți participă la festivalurile organizate în municipiul Timișoara. Cei mai mulți dintre aceștia se declară mulțumiți (50%) și foarte mulțumiți (11%) de oferta culturală a acestora, 32% declarând că au un grad de mulțumire mediu pentru festivalurile organizate în municipiul Timișoara. Festivalurile considerate că lipsesc din oferta culturală actuală sunt festivalurile de muzică (7,1%), programele cu rol educativ 3,7% și festivalurile pentru copii 3,2%. O pondere scăzută a populației - 9% - a declarat că participă la evenimentele culturale organizate de comunitățile etnice din Timișoara.

În mare măsură timișorenii consideră că scena culturală ar trebui extinsă și în alte spații neconvenționale ca: parcuri 36%, stradă 30% și în cartiere 25,9%.

Educația culturală este considerată de o importanță foarte mare pentru copii de către 61% dintre respondenți, și de mare importanță de către 21% dintre aceștia. Cu toate acestea frecvența participării la cercurile cu profil cultural este una relativ redusă, cel mai des, copiii sau nepoții persoanelor intervievate participând la cercurile de dans (9,6%), la cercurile de desen (6,2%) și cele de muzică (cu 5%). Cele mai frecvente acte de creație ale timișorenilor sunt: **versurile** (24%), **produsele hand-made** (17%) și materialele **foto-video** (16%).

Timișorenii se declară în cea mai mare pondere foarte mulțumiți (7%) și mulțumiți (45%) de oferta culturală existentă. La polul opus, cei care se declară foarte nemulțumiți și nemulțumiți cumulează un total de 7%. Principala îmbunătățire dorită pentru viața culturală din municipiu ar fi în ordinea scorurilor înregistrate promovarea (26%), calitatea (22%), diversitatea (20%), urmate de noutatea (15%) și accesibilitatea (13%).

Primele trei criterii care stau la baza deciziei participării la un eveniment cultural sunt: subiectul interesant (26%), prețul și renumele protagoniștilor fiecare cu 13% și calitatea evenimentului (12%).

Evenimentele culturale la care au participat în ultimul an cetățenii municipiului Timișoara sunt: Festivalul vinului (8,1%), Festivalul berii (5,9%) și Festivalul inimilor (5%). Ponderi de 4,1% și 2,4% s-au înregistrat pentru piesele de teatru și spectacole de operă. Cei mai mulți dintre respondenți (39,6%) consideră că, în comparație cu anul trecut, oferta culturală a rămas la fel, 19,5% considerând că aceasta a crescut, iar 7,4% că a scăzut. Diferența până la 100% o reprezintă cei care nu știu sau nu răspund. În mare măsură se consideră că oferta culturală este cunoscută în oraș (26%), apoi în regiune (9%), țară (7%) și la nivel internațional (5%).

Sursele cel mai des folosite pentru informarea cu privire la spectacole, concerte sunt :internetul (31%) și TV-ul (15%). Pentru muzee, galerii sunt folosite ca surse principale de informare internetul (20%) și afișele (12%). Oferta culturală a caselor de cultură, centrelor culturale din Timișoara este cunoscută de timișoreni prin intermediul internetului (19%) și afișelor (11%). Internetul (27%) și afișele (13%) reprezintă principalele surse de informare și pentru cinematografe. Pentru activitățile desfășurate de biblioteci, timișorenii se informează de la fața locului (17%) și de pe internet (17%) dar și de la prieteni, cunoștințe (10%). Aceleași surse sunt folosite și în cazul librăriilor (la fața locului -21%, internet -15%).

Locurile în care timișorenii se duc prima dată cu invitați, persoanele străine de oraș sunt: centrul istoric (42,5%), Piața Unirii (9,3%), Mall-ul (9%), Catedrala Mitropolitană (6,5%), Piața Operei (4,4%).

Mai mult de două treimi dintre respondenți (76%) consideră că turismul cultural este o oportunitate pentru dezvoltarea economică a municipiului Timișoara. Măsurile ce se impun cu prioritate sunt (în mare măsură): restaurarea clădirilor (66,8%), promovarea orașului ca destinație turistică (61,7%), existența unor evenimente culturale de calitate (57,2%), existența unor servicii turistice de calitate (56,8%), existența mai multor puncte de informare turistică (53,1%), existența unor materiale de prezentare a potențialului cultural (51%).

INTERVIU SOCIOLOGIC PRIVIND OFERTA CULTURALĂ ÎN TIMIȘOARA - ASPECTE METODOLOGICE

Populația investigată - managerii organizațiilor culturale din municipiul Timișoara

Metoda folosită a fost interviul sociologic

Instrumentul de lucru - ghidul de interviu, administrat de către operatori

Respondenți: managerii organizațiilor culturale

Culegerea datelor: 25 octombrie-14 noiembrie 2013

Principalele probleme cu care se confruntă managerii organizațiilor active în domeniul cultural din municipiul Timișoara sunt în ordinea importanței lor:

- mijloacele financiare (invocate de cei mai mulți dintre respondenți)
- imobilul în care se desfășoară activitatea, legislația culturală
- mijloacele tehnice din dotare
- publicul/consumatorii

- administrația publică centrală
- mediul cultural local, mediul administrativ local respectiv mediul politic local

Interviurile purtate cu managerii principalelor organizații ce activează în domeniul cultural, au ajutat la identificarea unor posibile soluții, pentru a remedia principalele probleme cu care aceste organizații se confruntă. Soluțiile fac referire în principal la:

- obținerea unor finanțări, prin proiecte culturale, cu finanțare nerambursabilă, accesarea de fonduri/mărirea fondurilor alocate activității culturale, scrierea de proiecte culturale
- modificarea legislației culturale pentru a favoriza susținerea financiară, existența unei legi unitare a instituțiilor de cultură

Alte soluții văzute ca posibile remedii pentru disfuncțiile existente, așa cum au fost percepute de către manageri, sunt:

- implicarea autorităților locale în alocarea unor spații pentru actorii reali din mediul cultural în condiții adecvate unei activități non-profit, care aduce plus valoare spațiului public
- realizarea unui front comun al ONG-urilor, care să genereze lobby pentru modificarea legislației
- dialogul constructiv între mediul administrativ și tinerii artiști cu veleități organizatorice
- depolitizarea administrației publice (locală și centrală)
- numirea pe posturile decizionale a unor profesioniști
- autoperfecționarea în ceea ce privește serviciile oferite clienților

Aproape în totalitate, organizațiile ce activează în mediul cultural, au o strategie managerială după care se ghidează în activitate. Strategia managerială a principalilor actori culturali din Timișoara include și eficientizarea spațiilor existente, amenajarea spațiilor sau sediilor sau definitivarea lucrărilor de reabilitare acolo unde este cazul. De asemenea, au mai fost menționate obiective legate de:

- diversificarea ofertei culturale
- cunoașterea și satisfacerea nevoilor culturale ale comunitatii; Punerea artistului în postura de (epi)centru al sensibilității comunitare
- protecția totală a patrimoniului
- diversificarea gamei de servicii, autoperfecționarea în ceea ce privește calitatea serviciilor;
- perfecționarea unor acțiuni culturale anuale
- colaborarea cu actori culturali stabili
- diversificarea sursei de fonduri

Pentru a sprijini activitatea organizației proprii, managerii consideră că administrația publică locală și centrală trebuie:

- în primul rând să asigure finanțarea pe proiecte/programe
- în al doilea rând să efectueze finanțarea multi-anuală
- pe locul al treilea, la egalitate ca percepție valorică, să elaboreze și să îmbunătățească legile din domeniul cultural, respectiv să ofere suport pentru atragerea fondurilor europene

În opinia celor intervievați, finanțarea proiectelor culturale vitale pentru oraș trebuie să meargă în paralel cu suportul pentru atragerea fondurilor europene, astfel încât organizațiile culturale să devină sustenabile. Pledoaria pentru

finanțările multi-anuale se bazează pe faptul că un proiect multianual câștigă prestanță și încrederea cetățenilor de la un an la altul, oferă o predictibilitate din punct de vedere al organizatorului în ceea ce privește resursele pe care se poate baza (mici sau mari).

Deși cunoscută, ideea susținută de mai mulți manageri poate fi rezumată prin următoarea propoziție: pentru realizarea în condiții optime a unui act cultural este nevoie de fonduri financiare și personal calificat.

La întrebarea: „Care este atuul orașului Timișoara pentru obținerea titlului de Capitală Europeană a Culturii în 2021 ?”, cei mai mulți dintre cei intervievați au spus că este multiculturalitatea, diversitatea culturală.

Alte atuuri identificate sunt:

- așezarea geografică din perspectiva politicii de dezvoltare europene actuale
- permeabilitatea frontierelor din această zonă
- infrastructura culturală foarte bună
- statutul de oraș al revoluției, capitalul simbolic
- numărul instituțiilor culturale prezente și active în Timișoara, teatre ale minorităților
- oraș cu istorie și clădiri de patrimoniu; parcurile și monumentele istorice
- centru universitar

Principalele dificultăți pentru atingerea acestui deziderat, în percepția respondenților sunt următoarele:

- participarea redusă a populației la actul cultural sau slaba susținere din partea populației, neimplicarea personală, lipsa interesului comunității, lipsa de interes pentru cultură, lipsa de solidaritate, absența solidarității diverselor segmente ale societății timișorene
- slaba finanțare și fondurile insuficiente, subfinanțarea
- lipsa legislației culturale și coordonarea acesteia
- lipsa unei viziuni comune la care să se înhame toți actorii importanți din oraș(edili, companii, operatori culturali, populație), a unui program general pentru oraș

Cercetare în județul Timiș

Anchetă sociologică privind consumul cultural în județul Timiș Populația județului, fără municipiul Timișoara

TIMP LIBER ȘI ACTIVITĂȚI SPECIFICE

Percepția timpului liber diferă în mediul rural, față de mediul urban. Preocuparea permanentă a sătenilor pentru gospodărie, ideea înrădăcinată sub forma crezului popular: „la sat munca nu se termină niciodată” îi face pe locuitorii din mediul rural, și uneori și din micile orașe, să își construiască altfel reperele de timp liber.

Spre deosebire de mediul urban, unde sfârșitul de săptămână este valorizat ca un capitol important în bugetul de timp liber, în mediul rural, weekend-ul nu înseamnă timp liber continuu, sâmbăta fiind percepută de cele mai multe ori ca o zi obișnuită de lucru, prin gospodărie. Duminica rămâne singura zi cu valențe de loisir, iar din comparația numărului mediu de ore libere în urban cu ruralul, se confirmă cele afirmate anterior: cei din mediul rural și micile orașe consideră că dispun de mai puțin timp liber, atât în timpul săptămânii, cât mai ales în weekend.

Astfel, în timp ce pentru cetățenii municipiul Timișoara, timpul liber

disponibil în cursul săptămânii este în medie de 5,68 ore iar pentru sfârșitul de săptămână de 9 ore, pentru locuitorii din județ, din micile orașe și mediul rural județean - timpul liber disponibil în cursul săptămânii este de 5,36 ore, iar cel corespunzător sfârșitului de săptămână este în medie de 8,38 ore.

În mod evident există o ofertă mai generoasă în ceea ce privește posibilitățile de a petrece timpul liber în municipiul Timișoara în comparație cu ceea ce întâmplă în micile orașe din județ și în mediul rural. Cu toate acestea, principalele modalități de manifestare a loisir-ului sunt cam aceleași, însă diferă doar ierarhia lor. În județul Timiș, vizionarea emisiunilor televizate este modalitatea preferată - care a obținut un procent de 22%. Acest procent nu înseamnă că 22% din populația investigată preferă această modalitate de petrecere a timpului liber, ci înseamnă faptul că din totalitatea modalităților de petrecere a timpului liber, vizionarea TV deține această pondere, stabilită prin intermediul unei metodologii de calcul pe care o vom explica în continuare.

Astfel, la analiza întrebărilor din chestionar care solicitau o ierarhie din partea respondenților, s-a aplicat următoarea metodologie de determinare a poziției pe care îl deține un răspuns: fiecare apariție pe locul I a fost valorizată cu 3 puncte, fiecare apariție pe locul II a fost valorizată cu 2 puncte, în timp ce fiecare apariție a unui răspuns pe locul III a primit un punct. S-au totalizat apoi scorurile obținute de fiecare răspuns, prin cumularea punctajelor, în funcție de locul pe care a fost menționat, obținându-se astfel un șir de frecvențe absolute. Pentru o mai bună comparabilitate cu răspunsurile la alți itemi din chestionar, aceste frecvențe absolute au fost transformate în frecvențe relative (procente).

O altă modalitate de petrecere a timpului liber, în mediul urban județean și în mediul rural o reprezintă plimbările în aer liber (sat, parc), însă mult mai puțin valorizată ca cea prezentată anterior. Atunci când nu urmăresc emisiuni la televizor sau nu se plimbă în aer liber, locuitorii din județ preferă să își petreacă timpul liber cu familia, cu copiii, citind (ziare) sau pur și simplu relaxându-se în gospodărie.

Cei mai mulți dintre respondenți preferă să-și petreacă timpul liber **acasă și în spații publice** (33,5%). Cu scor apropiat sunt și cei care preferă să-l petreacă **mai mult acasă** (32,9%), urmați de cei care îl petrec de **obicei acasă și uneori în spații publice** (18,1%). La polul opus se situează cei care petrec timpul liber **mai mult în spații publice** (6,1%), urmați de cei care îl petrec **de obicei în spații publice și uneori acasă** (7,7%).

„Acasă”, sau spațiul domestic, rămâne spațiul preferat pentru activitățile de timp liber pentru jumătate dintre locuitorii orașelor mici din județul Timiș, dar și pentru cei din mediul rural. Un alt procent de 13,9% dintre persoanele chestionate au afirmat că își petrec timpul liber de obicei acasă și doar uneori în spații publice, în timp ce aproape un sfert din populația județeană, în afara Timișoarei, preferă în egală măsură spațiul privat cu cel public. Așa cum era de așteptat, procentele celor care își petrec timpul liber mai ales în spații publice și uneori acasă, dar și a celor care se relaxează mai ales în afara gospodăriei, sunt mici: 5,8%, respectiv 5,4%.

CONSUM CULTURAL

Cele mai importante repere culturale pentru locuitorii din localitățile județene, sunt în ordinea importanței: Biserica sau Mănăstirea din localitate (unde e cazul) - pentru 26,5%, apoi Ruga - sărbătoare a satului și prilej de a te întâlni cu rudele și apropiații - pentru 10,5%. Următoarele repere culturale sunt: căminele culturale (6,4%), castelul sau cetatea din localitate (pentru 6%), etc. Este de remarcat faptul că, atât în municipiul Timișoara, cât și în celelalte localități din județul Timiș, sunt valorizate aceleași tipuri de repere culturale, de o pondere similară din populație (Catedrala Mitropolitană vs. Biserica din localitate).

Mai bine de jumătate dintre respondenți valorizează pozitiv cultura, considerând că aceasta are pentru ei o importanță foarte mare (25,9%)

și mare (29,4%). O importanță mică, respectiv foarte mică, este acordată culturii de către 8,9% pentru prima categorie și 5,3 % din cea de a doua. O treime dintre respondenții mediului urban mic și rural - 29,5% atribuie culturii o importanță potrivită.

În privința consumului cultural, în afara Timișoarei, există un foarte mic public pentru muzee. Mai bine de jumătate din populația investigată sunt non-consumatori, nefrecventând deloc această instituție. O treime dintre cei chestionați reprezintă un public ocazional, și în cea mai mare parte, aceștia sunt locuitori ai orașelor: Lugoj, Jimbolia, Făget, Sânnicolau Mare, sau din localități apropiate de municipiul Timișoara, și care devin public pentru muzeele de aici. În aceeași situație se definește publicul de cinematografe sau de biblioteci, de librării, de activități culturale organizate de ONG-uri, sau de activități de turneu. Pentru aceste repere, în medie cam două treimi din populația investigată sunt non-consumatori, sau în cazuri extreme, devin public ocazional. Este de așteptat să lipsească acest tip de consum cultural în mediile în care oferta culturală corespunzătoare lipsește în totalitate (în mediul rural). Lucrurile se schimbă atunci când vorbim despre consum cultural al activităților organizate de biserică(40% public constant) și cele de cămin cultural (o treime devine public constant atunci când există astfel de manifestări). Așa cum era de așteptat, Biserica rămâne un reper cultural important mai ales în lumea satului, aproape singurul, deși sporadic oferta culturală se manifestă în cadrul căminelor culturale sau în activitățile promovate de școală.

În ceea ce privește preferințele culturale de consum ale populației din urbanul mic și ruralul județului Timiș, pentru genuri muzicale, genuri de dans, tipuri de spectacole, genuri de expoziții, cărți și filme preferate, lucrurile stau astfel:

- primele trei genuri muzicale preferate de respondenți, în ordinea importanței, sunt: **muzica populară**, în proporție de 34%, **muzica ușoară**, în proporție de 21%, **muzică folk/pop** - 7% și **muzica clasică** 7%, etc., iar **numărul mediu (unități) de albume audio cumpărate anual este de 0,85.**
- primele trei genuri de dans preferate de respondenți, în ordinea importanței, sunt: **dansurile populare** în proporție de 44%, **dansul modern(contemporan,de tineret, club, disco)** 15% și **dansurile de societate/clasice** 14%.

Genul de spectacol de teatru preferat de 49% dintre locuitorii din județul Timiș, exceptând Timișoara, este cel comedie, urmat de dramă în proporție de 25% , de romantic cu 7%, tragedie - 7%, teatru de copii/păpuși 5%, etc.

Primele genuri de expoziții preferate de respondenți, în ordinea importanței sunt: cele de pictură și artă în proporție de 24%, animale 12%, mașini, motociclete 11%, flori 11%, meșteșuguri, artizanat 8%, iar numărul mediu (unități) de obiecte de artizanat cumpărate anual este 1,50.

Primele genuri de cărți preferate de respondenți, în ordinea importanței, sunt cele de dragoste și romantice în proporție de 19%, cele polițiste în proporție de 14%, romanele clasice în proporție de 8%, cele istorice, biografice 8%, în timp ce literatura de specialitate 8%, iar numărul mediu (unități) de cărți cumpărate anual este 2,84, adică aproximativ jumătate din cât cumpără în medie pe an, un locuitor al municipiului Timișoara.

Genurile de filme preferate de cei mai mulți dintre locuitorii din județul Timiș, exceptând Timișoara, sunt filmele polițiste, de acțiune (24%), comediiile (24%), urmate de filmele de dragoste/romantice 12%, apoi telenovele,seriale 6%, etc. Numărul mediu (unități) de filme cumpărate anual este 0,46.

PERCEPȚIA OFERTEI CULTURALE

53% dintre respondenți participă la festivalurile organizate în localitatea de rezidență. Cei mai mulți dintre aceștia se declară mulțumiți (35%) și

foarte mulțumiți (18%) de oferta culturală a acestora, 29% declarând că au un grad de mulțumire potrivit în legătură cu aceste festivaluri. Festivalurile considerate că lipsesc din oferta culturală actuală sunt festivalurile de muzică, spectacolele, concertele (17,9%), festivalurile centrate pe tradiție, folclor, meșteșuguri, programele cu rol educativ 10,4% și festivalurile de muzică populară 7,4%, etc. O pondere scăzută a populației - 15% - a declarat că participă la evenimentele culturale organizate de comunitățile etnice din localitate.

Educația culturală este considerată de o importanță foarte mare pentru copii de către 30% dintre respondenți, și de mare importanță de către 10% dintre aceștia. Frecvența participării la cercurile cu profil cultural este una relativ redusă, cel mai des, copiii sau nepoții persoanelor intervievate participând eventual la cercurile de dans (5,8%- frecvent, 7,6% - uneori, 5% - rar). Motivul cel mai des invocat pentru neparticiparea copiilor/nepoților la diferitele cercuri, este acela al neorganizării acestora, ele fiind inexistente în mediul rural.

Locuitorii din micile orașe și din mediul rural al județului Timiș se declară în proporție de 28% foarte mulțumiți și mulțumiți de oferta culturală existentă în localitate. La polul opus, cei care se declară foarte nemulțumiți și nemulțumiți cumulează un total de 33%. În mediul rural, nu se organizează mai nimic, însă acest fapt nu este de factură recentă. Aici lipsesc toate activitățile culturale. Este resimțită ca nevoie, atât în mediul rural, cât și în micile orașe, dorința de a merge la (teatru și operă 10,9%), la cinema (8,6%), la concerte, spectacole (7,6%).

Principala îmbunătățire dorită pentru viața culturală a localităților județene ar fi în ordinea scorurilor înregistrate: diversitatea (34%), noutatea (19%), calitatea (18%), promovarea (11%), ritmicitatea (6%).

Primele trei criterii care stau la baza deciziei participării la un eveniment cultural sunt: subiectul interesant (21%), prețul (15%), renumele protagoniștilor (13%), calitatea evenimentului (12%), momentul desfășurării (10%). Evenimentele culturale la care au participat în ultimul an locuitorii județului Timiș, exceptând orașul Timișoara, sunt ruga, festivalul vinului, berii 38,9% și un festival folcloric (5,6%), sau zilele comunei (4,5%).

Sursele cel mai des folosite pentru informarea cu privire la spectacole, concerte sunt : afișele (34%), prietenii și cunoștințele (24%), internetul (16%) și la fața locului (8%).

Pentru muzee, galerii sunt folosite ca surse principale de informare afișele (10%), apoi prietenii și cunoștințele (7%), însă în acest caz 62% nu au declarat că folosesc vreo sursă de informare în această privință. În multe cazuri nu se pune nici măcar problema existenței unor expoziții muzeale sau galerii.

Oferta culturală a caselor de cultură, centrelor culturale din Timișoara este cunoscută de locuitorii din județ prin intermediul afișelor (19%) și prietenilor și cunoștințelor (19%). În general, internetul nu este o sursă de informare cu privire la oferta culturală județeană, deși în Timișoara, este una dintre principalele surse folosite. Excepția o fac micile orașe, în care doritorii de a viziona un film la cinematograful vin la Timișoara și se informează în legătură cu oferta existentă pe internet. În general, sunt foarte puțin folosite în urbanul mic și mediul rural, sursele de informare cu privire la activitățile bibliotecilor și librăriilor.

Cei mai mulți dintre respondenți (55%) consideră că, în comparație cu anul trecut, oferta culturală a rămas la fel, 19% considerând că aceasta a crescut, iar 21,6% că a scăzut. Diferența până la 100% o reprezintă cei care nu știu sau nu răspund(4,5%).

Aproape jumătate dintre respondenți (48%) consideră că turismul cultural sau de week-end este o oportunitate pentru dezvoltarea economică a localității în care trăiesc. Măsurile ce se impun cu prioritate sunt (în mare măsură): valorificarea tradiției locale (29,2%), existența unor servicii turistice de calitate (29,2%), peisajul natural atractiv (26,6%), promovarea comunității

ca destinație turistică (26,4%), existența unor monumente istorice (26,2%), existența unor materiale de prezentare a potențialului cultural și natural (18,8%).

În general, tendința de manifestare a unor acte de creație ale locuitorilor din micile orașe și din mediul rural al județului Timiș este redusă. Totuși, dintre posibilele creații enunțate: versurile și produsele hand-made au fost cele mai des invocate, de către 8,3% dintre respondenți în primul caz, respectiv de către 7,9% dintre respondenți în al doilea caz.

Research in Timisoara and Timiș County

Syntheses

Investigation of cultural offer and demand in the city of

Timisoara

Sociological survey

METHODOLOGIC ASPECTS – Type of research made to investigate cultural supply and demand (Timisoara and Timis County)

1. SOCIOLOGIC SURVEY BASED ON QUESTIONNAIRE
 - 1110 questionnaires in Timisoara (applied in all districts)
 - 600 questionnaires in the rest of the county
 - Timisoara SAMPLING POINTS: 9
 - URBAN (4): Lugoj, Jimbolia, Sânnicolau Mare, Făget
 - RURAL(11): Balinț, Birda, Cenei, Denta, Găvojdia, Gottlob, Margina, Orțisoara, Pischia, Sânaandrei, Topolovățul Mare,
2. SOCIOLOGIC INTERVIEW based on interview guide
 - 50 managers of active organizations in the cultural area and representative personalities of Timisoara's cultural life
3. STATISTIC ANALYSIS - statistic survey
 - Institutions and cultural organizations from Timisoara and Timis County (including municipalities from the county)

TIMISOARA SURVEY - RESEARCH METHODOLOGY

The population aged over 15 represents the population of the research from Timisoara. The method used is the survey as form of the sociological inquiry.

- Working tool - the questionnaire administered at home by operators
- Probabilistic, stratified, two-staged sampling
- Sample volume: 1110
- Data collection: October 25-November 14, 2013
- Representativeness for the population aged over 15 in Timisoara, the error margin of + 2.9%, in terms of confidence level of 95%;

RESEARCH OBJECTIVES:

1. Identify the cultural consumption level
2. Identify the content of cultural consumption
3. Identify patterns of cultural consumption
4. Identify new cultural needs

TIMISOARA SURVEY - RESEARCH RESULTS FREE TIME AND SPECIFIC ACTIVITIES

For the citizens of Timisoara, the available free time during the week is on average 5.68 hours and at the weekend 9 hours.

In order of importance, the most important ways of spending free time are: walking (in the park) (27.1), followed by watching TV (20%) and relaxing

with children (16%). Other leisure activities are: reading (9%), searching on the internet (8%) sports 6 (%), cooking, shopping and listening to music, each with 3%. Most respondents enjoy spending free time at home and in public spaces (33.5%).

With a close score are those who prefer spending more time at home (32.9%), followed by those who usually spend time at home and sometimes in public places (18.1%). On the other hand, there are those who spend more leisure time in public spaces (6.1%) followed by those who typically spend time in public spaces, and sometimes at home (7.7%).

CULTURAL CONSUMPTION

The most important cultural landmarks from Timisoara are in order of importance: the Metropolitan Cathedral (25.7%), the Opera House (20.1%) followed by the Union Square (9.8%), the Centre (downtown area 8%) and the National Theatre (4.3%). More than half of respondents value culture positively, considering that it is **very important** to them (36.6%) and **important** (24.3%). 11.4% consider culture of **little importance**, while 4.1% consider it of **very little importance**. The remaining respondents - 22.1% assign average importance to culture.

In order to increase the accuracy of the cultural consumption measurement, a delimitation has been established between the constant audience, the occasional audience, the non-consumers for each cultural institution according to its program and offer.

The constant audience, who go up to “2-3 times a month”, “monthly” or “2-3 times a year” to the performances of the **National Theatre** is represented by 24.4% of respondents. **The occasional audience** (those who rarely go to the performances of the National Theatre) is 35.6% of respondents and **non-consumers** (those who have never attended the institution) are 37%. The difference to 100% is given by those who did not answer.

The constant audience (up to 2-3 times per year) of the **German State Theater** is given by 4.7% of respondents, **the occasional audience** (those who rarely go to this kind of performances) is 16.4% and **non-consumers** are in proportion of 74%. The difference up to 100% belongs to those who did not answer.

The constant audience (up to 2-3 times per year) of the **Hungarian State Theatre** is represented by 4.2% of the respondents, **the occasional audience** (those who rarely go to this kind of performances) is 13.4% and **non-consumers** are in a ratio of 77.6%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The constant audience (up to 2-3 times per year) of the **Theatre for Children and Youth** is given by 11.1% of the respondents, **the occasional audience** (those who rarely go to this kind of performances) is 21.7% and **non-consumers** are in a ratio of 61.4%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The constant audience (up to 2-3 times per year) of the **National Opera House** is represented by 24.1% of the respondents, **the occasional audience** (those who rarely go to this kind of performances) is 32.8% and **non-consumers** are in a ratio of 39.3%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The constant audience (up to 2-3 times per year) of the **Banat Philharmonic** is represented by 18.2% of the respondents, **the occasional audience** (those who rarely go to this kind of performances) is 29.3 % and **non-consumers** are in a ratio of 47.3%. The difference to 100% belongs to those did not answer.

The constant audience (up to 2-3 times per year) of the **Museum of Art** is represented by 16.5% of the respondents, **the occasional audience** (those who rarely visit it) is 32.6% and **non-consumers** are in a ratio of 45.7%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of the **Banat Museum** is represented by 17.1% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely go to this institution) is 37 % and **non-consumers** are in a ratio of 41.6%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of the **Village Museum** is represented by 22% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely visit it) is 35.3% and **non-consumers** are in a ratio of 38.9%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of **Galleries and art exhibitions** is represented by 21.2% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely visit such places) is 29% and **non-consumers** are in a ratio of 44.5%. The difference to 100% belongs to those did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of the **Revolution Memorial** is represented by 4.1% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely visit it) is 22.3 % and **non-consumers** are in a ratio of 63.8%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of the **Culture House** is represented by 9.2% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely visit it) is 27.7 % and **non-consumers** are in a ratio of 56.5%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of **libraries** is represented by 15 % of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely visit it) is 40.6 % and **non-consumers** are in a ratio of 39 %. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of **cinemas** is represented by 21.6% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely visit it) is 42.9 % and **non-consumers** are in a ratio of 30.1%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of **bookshops** is represented by 25.8% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely visit it) is 38.7 % and **non-consumers** are in a ratio of 30.7 %. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of cultural activities of **Foreign Cultural Centers** is represented by 3.7% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely attend such activities) is 28.4 % and **non-consumers** are in a ratio of 59.8%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of cultural activities organized by **NGOs** is represented by 3.6% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely attend such events) is 28.3 % and **non-consumers** are in a ratio of 60.5%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of **church goers** is represented by 11.4% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely go to church) is 31.5 % and **non-consumers** are in a ratio of 50 %. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

The **constant audience** (up to 2-3 times per year) of cultural events in **cafés and other unconventional spaces (squares, parks, streets)** is represented by 9.7% of the respondents, the **occasional audience** (those who rarely visit it) is 36.8 % and **non-consumers** are in a ratio of 43.9%. The difference to 100% belongs to those who did not answer.

Top three musical genres preferred by respondents, in order of importance are: dance music 40% (23% pop music, 7% pop, 7% rock, 3% hip-hop), folk music 19%, and classical music 13%, and the average number (units) of audio albums purchased annually is 1.53.

Top three dances preferred by respondents, in order of importance are:

folk dances at a rate of 17%, pop music or club dances, 19%, and ballroom dancing 15%.

The preferred theatre type by Timisoara's inhabitants is the variety theatre, followed by classical with 34% and 6% appreciate the experimental one. The first three types of shows preferred by the respondents in theatre, in order of importance are: 35% comedies, 19% dramas, followed by the romances and tragedies with 9% each.

The largest share of respondents (58%), do not know that the shows of the German and Hungarian Theatres are translated with the help of headphones or are subtitled.

The first three types of exhibitions preferred by respondents, in order of importance are: paintings, at the rate of 21%, arts and crafts 19%, sculpture 9%, and the average number (units) of handicrafts purchased annually is 1.57. Most often bought art objects are paintings/pictures (21%) and decorative objects (20%).

Top three types of books preferred by the respondents, in order of importance are: crime books 15%, specialty literature, and romantic books, each with 12% and 8% for historical books, and the average number of (units) books purchased annually is 5.22.

The film genres preferred by Timisoara's inhabitants are comedies (21%), followed by crime/action movies, 17% and drama 12%, and the average number (units) of movies purchased annually is 1.97.

CULTURAL OFFER

62% of the respondents take part in the festivals organized in the city. Most of them are satisfied (50%) and very satisfied (11%) of their cultural offer, 32% state that they have a medium degree of satisfaction for the festivals organized in the City. Festivals deemed as missing from the current cultural offer are the music festivals (7.1%), educational programs 3.7%, and festivals for children, 3.2%. A small proportion of the population - 9% - declared to participate in cultural events organized by ethnic communities in Timisoara.

To a great extent, the inhabitants of Timisoara consider that the cultural scene should be extended to other unconventional spaces, such as: parks 36%, street 30%, and 25.9% districts.

Cultural education is considered very important for children by 61% of respondents, and important by 21% of them. However, the frequency of attending cultural groups is relatively low, most often the children or grandchildren of the interviewed people attend dance groups (9.6%), drawing groups (6.2%) and music groups (5%).

The most common acts of creation of Timisoara's inhabitants are poetry (24%), hand-made products (17%) and photo-video materials (16%).

Most of Timisoara's inhabitants declare themselves very satisfied (7%) and satisfied (45%) of the existing cultural offer. In contrast, those who say they are very dissatisfied and unhappy, accumulate a total of 7%. The main improvement desired in the cultural life of the city would be the following, according to the score: promotion (26%), quality (22%), diversity (20%) followed by novelty (15%) and availability (13%).

The first three criteria underlying the decision to participate in a cultural event are: an interesting topic (26%), price and reputation of protagonists, each with 13%, and the quality of the event (12%). Cultural events attended by the citizens of Timisoara last year are: the Wine Festival (8.1%), the Beer Festival (5.9%), and the Festival of Hearts (5%). The opera and the theatre plays registered shares of 4.1% and 2.4%.

Most respondents (39.6%) believe that, compared to last year, the cultural offer remained the same, 19.5% consider that the offer increased, and 7.4% that it decreased. The difference up to 100% belongs to those who do not know or do not respond. Largely, it is considered that the cultural offer is

first known in the city (26%), then, in the region (9%), country (7%) and on international scale (5%).

The most commonly used information sources for shows and concerts are: the Internet (31%) and TV (15%).

The most commonly used information sources for museums and galleries are: the Internet (20%) and posters (12%).

The cultural offer of Culture Houses, cultural centres in Timisoara is known in the town via Internet (19%) and posters (11%).

The internet (27%) and posters (13%) are the main sources of information for cinemas.

For the activities of the libraries, Timișoara's inhabitants get informed on the spot (17%) and on the internet (17%) but also from friends, acquaintances (10%). The same sources are used for bookshops (on the spot -21%, -15% internet).

The main places visited by Timisoara's inhabitants together with the people from outside the town or country, are: the historical city centre (42.5%), the Union Square (9.3%), the Mall (9%), the Metropolitan Cathedral (6.5%), the Opera Square (4.4%).

More than two thirds of respondents (76%) believe that cultural tourism is an opportunity for the economic development of the City. Priority measures to be taken are (mainly) the restoration (66.8%), promoting the city as a tourist destination (61.7%), the availability of quality cultural events (57.2%), the availability of quality travel services (56.8%), the existence of several tourist information points (53.1%), the presence of potential cultural presentation materials (51%).

SOCIOLOGICAL INTERVIEW REGARDING THE CULTURAL OFFER IN TIMISOARA

METHODOLOGICAL ASPECTS

The population investigated - managers of cultural organizations in Timisoara

The method used is the sociological interview

Working tool - interview guide administered by operators

Respondents: managers of cultural organizations

Data collection: October 25-November 14, 2013

The main problems faced by managers of active organizations in the cultural area of Timisoara are in order of their importance:

- financial resources (cited by most of the respondents)
- the building where the activity takes place, cultural legislation
- the technical means
- the public/the consumers
- central public administration
- local cultural environment, local administrative environment, and local political environment

The interviews applied to the managers of the main organizations working in the cultural field, helped identify possible solutions to address the main problems faced by these organizations. Solutions relate mainly to:

- obtain financing through cultural projects with irredeemable funds,

accessing funds/raising funds allocated to cultural activity, writing cultural projects

- changing cultural legislation to foster financial support, the presence of standardized laws in cultural institutions

Other solutions seen as possible remedies for existing dysfunctions, as they were perceived by managers, are:

- Involvement of local authorities in the allocation of spaces for real actors in the cultural environment in appropriate non-profit activity, which adds value to public space
- Establish a common front of NGOs to generate lobby for amending legislation
- Constructive dialogue between administrative environment and young artists with organizational ambitions
- Depolitization of public administration (local and central)
- Appointment of professionals in decision-making positions
- Self-improvement in terms of customer service

Almost all organizations operating in the cultural environment have a management strategy that guides their activity. The management strategy of the main cultural actors in Timisoara includes streamlining existing spaces, arrangement of rooms or offices, or, completion of rehabilitation works where appropriate. There were also mentioned objectives related to:

- Diversifying the cultural offer
- Becoming aware and responding the cultural needs of the community; Placing the artist in the (epi)center of the community sensitivity
- Total protection of the heritage
- Diversification of services, self-improvement in terms of quality of services
- Improvement of annual cultural events
- Working with constant cultural actors
- Diversification of fund sources

In order to support their own organization, managers consider that the local and central public administration need:

- Firstly, to provide funding for projects / programs
- Secondly, to carry out multi-annual funding
- Thirdly, at the same level, as perception value, to develop and improve cultural laws, and to provide support in order to attract European funds

According to those interviewed, the funding of cultural projects, which are vital to the city, should take place at the same time with the support for the attraction of European funds so that cultural organizations become sustainable. The concept of multi-year funding is based on the fact that a multiannual project gets prestige and the confidence of citizens from a year to another. It provides a predictability from the organizer's point of view regarding the usable resources (small or large).

Even though it is well known, the idea supported by many managers could be summarized by the following sentence: to achieve a cultural act at its best, it requires financial funds and qualified personnel.

To the question: "What is the advantage of Timisoara in achieving the title of European Capital of Culture 2021?", most of those interviewed answered that it was multiculturalism, cultural diversity.

Other identified strengths are:

- Geographical location as far as the current European development policy is concerned
- Permeability of the borders of this area
- Very good cultural infrastructure
- Status of the city of revolution, symbolic capital
- Number of cultural institutions, which are present and active in Timisoara; theatres of minorities
- City with history and heritage buildings; parks and historical monuments
- University centre

For those interviewed, the main difficulties to achieve this goal are the following:

- low participation of the population in the cultural act or weak support from the population, personal lack of involvement, lack of community interest, lack of interest in culture, lack of solidarity, absence of solidarity in some parts of the society from Timisoara
- Poor funding and inadequate funds, underfunding
- Lack of cultural legislation and coordination;
- Lack of a common vision for all the important actors of the city (public administration, businesses, cultural operators, and population), as well as the lack of a general program for the city

Research in Timis County Survey on cultural consumption in Timis county - County population except Timisoara

FREE TIME AND SPECIFIC ACTIVITIES

The perception of free time differs in the rural and urban environment. Generally, free time is understood and valued differently. The permanent concern of the villagers for the household, as in the popular belief that “work never ends in the village” makes rural residents and sometimes citizens of small towns consider free time differently. Unlike the urban environment, where the weekend is valued as an important chapter of the free time, in the village, the weekend does not mean continuous free time. Saturday is often perceived as an ordinary working day in the household. Sunday is the only day with leisure meanings. The comparison between the average number of free hours in the village and the urban areas, confirms the previous assertion that those in rural areas and small towns believe that they have less free time, both during the week, and especially at weekends.

Thus, for the citizens of Timisoara, the available free time during the week is on average 5.68 hours and at weekends 9:00 hours. For the residents of the county, of small towns and rural areas, the available free time during the week is 5.36 hours, while at the weekend is on average 8.38 hours.

There is definitely a more generous offer in terms of opportunities to spend free time in Timisoara, than in the small towns of the county or in the rural areas. However, the main means of leisure are about the same. The only different thing is their hierarchy. In Timis County, watching TV shows is the favorite activity, which registered 22%. This does not mean that 22% of the surveyed population prefers this way of spending leisure time, but it shows that of all the means of leisure, watching TV has this share, determined through the following methodology, which will be explained below. Thus, in the analysis of the questions requiring a hierarchy from the respondents,

the following methodology was applied to determine the position held by an answer: 3 points were assigned for each 1st place occurrence, 2 points for each 2nd place occurrence, and 1 point for each 3rd place occurrence. Each answer had a total score, resulted from the sum of the points, depending on the place where it was mentioned, thus obtaining a set of absolute frequencies. For a better comparison with the answers to other items in the questionnaire, these absolute frequencies were transformed into relative frequencies (percentages).

The outdoor walks (in the village, in the park) are another way of spending leisure time, in the urban area of the county and rural area, which is much less valued as the previous activity. When they are not watching TV shows or walking outdoors, the county residents prefer spending their free time with their family, children, reading (newspapers) or simply relaxing in the household.

Most respondents prefer spending their free time at home and in public spaces. (33.5%). Those who prefer spending more time at home registered a close score (32.9%), being followed by those who usually spend time at home and sometimes in public places (18.1%). On the other hand, there are those who spend more free time in public spaces (6.1%), followed by those who generally spend their free time in public spaces and sometimes at home (7,7%).

“Home” or domestic space remains the favorite place for leisure activities for half of the inhabitants of small towns in Timis County, but also for those in rural areas. Another percentage of 13.9% of respondents sustained that they usually spend their free time at home and only occasionally in public spaces, while almost a quarter of the county population, outside Timisoara, equally prefer private space and public space. As expected, the percentages of those who spend their free time especially in public spaces and occasionally at home, as well as of those who relax especially outside the household, are low: 5.8% and 5.4%.

CULTURAL CONSUMPTION

The most important cultural landmarks for the residents of the county towns, are listed below according to their importance: local church or monastery (where applicable) - for 26,5%, then the Feast of the Village Community (Ruga) - a village celebration and opportunity to meet relatives and close friends - for 10.5%. The following cultural landmarks are the community centres (6.4%), the local castle or fortress from the city (6%), etc. It is important to mention, that both in Timisoara and in the other towns in Timis County, the same types of cultural landmarks are valued by a similar proportion of the population (the Metropolitan Cathedral vs. the Church in the village).

More than half of the respondents value culture positively, considering it very important (25.9%) and important (29.4%). A very small importance is given to culture by 8.9%, while 5.3% give culture a small importance. A third of the respondents from the small urban areas and rural areas - 29.5% assign culture a moderate importance.

In terms of cultural consumption, outside Timisoara, there is a reduced public for museums. More than half of the surveyed population is non-consumer, who does not visit this institution. One third of the respondents are an occasional public, generally inhabitants of the following towns: Lugoj, Jimbolia, Faget, Sânnicolau Mare, or adjacent localities of Timisoara. The same applies to the audience of the cinema, to the public of libraries, bookshops, and of cultural activities organized by NGOs, or to the public of tour activities. For all these, on average about two-thirds of the surveyed population are non-consumers, or in extreme cases, they turn into occasional public. Such a lack of cultural consumption is expected in those areas where the appropriate cultural offer is missing entirely (in rural areas). Things change when it comes to cultural consumption of the activities organized by the church (40%

constant public) and by the Cultural Centre (one third of the public becomes constant when there are such events). As expected, the Church remains an important cultural landmark, almost the only one, especially in the village. However, sporadically the cultural offer is manifested in Cultural Centers or in the activities promoted by school.

Regarding the cultural consumption preferences of the population from small urban areas and rural areas of Timis County, for types of music, dance, types of performances, exhibition genres, favorite books and movies, the results of the survey are presented below:

- the top three favorite music genres of the respondents, in order of their importance are **folk music** for 34%, **dance music**, in a proportion of 21%, **folk / pop music** - 7% and 7% **classical music**, etc., and the **average number (units) of audio albums purchased annually is 0.85**.
- the top three favorite dance genres of the respondents, in order of importance are: folk dances at a rate of 44%, modern dance (contemporary, youth, club, disco) 15% and ballroom dancing / classic dancing 14%.

The kind of theatre performance preferred by 49% of the inhabitants of Timis county, except Timisoara, is the comedy, followed by a rate of 25% for drama, 7% for romance, 7% for tragedy, and 5% for children theater / puppets.

The first types of exhibition preferred by the respondents, in order of importance are: painting and art exhibitions by 24%, animals by 12%, cars, motorcycles by 11%, flowers by 11%, crafts, handicrafts by 8%, and the average number (units) of handicrafts purchased annually is 1.50.

The first genres of books preferred by the respondents, in order of importance are love and romance in a proportion of 19%, crime for 14%, classic novels at the rate of 8%, historical, biographical 8%, while specialized literature 8%. The average number (units) of books purchased annually is 2.84, about half of what a resident of Timisoara buys on average per year.

The favorite genres of movies for most of the inhabitants of Timis County, except Timisoara, are crime and action movies (24%), comedies (24%), followed by romantic movies (12%), and soap operas, serials (6%) etc. The average number (units) of movies purchased annually is 0.46.

PERCEPTION OF CULTURAL OFFER

53% of respondents participate in festivals held in the town of residence. Most of them are satisfied (35%) and very satisfied (18%) of their cultural offer, with 29% saying they have a moderate degree of satisfaction about these festivals. Festivals deemed missing from current cultural events are: music festivals, shows, concerts (17.9%), festivals centered on tradition, folklore, crafts, programs with an educational role (10.4%) and popular music festivals, 7.4% etc. A small proportion of the population -15%- say that they participate in cultural events organized by the local ethnic communities.

Cultural education is considered very important for children, by 30% of respondents, and of great importance by 10% of them. The frequency of attending cultural groups is relatively low, often the children or grandchildren of the people interviewed possibly attend dance circles (5.8% - frequently, 7.6% - sometimes 5% - rare). The most often cited reason for children/ grandchildren's lack of participation in various groups, is the absence of the groups, as they are not organized in rural areas.

Residents of small towns and rural areas of Timis County declare themselves very satisfied and satisfied (28%) with the existing cultural offer in the village. In contrast, those who say they are very unsatisfied and unhappy, accumulate a total of 33%. Almost no activities are organized in rural areas, but this is not a recent fact. All cultural events are missing here. Both in

rural areas and small towns, people desire to go to the theatre and opera (10.9%), cinema (8.6%), to concerts and performances (7.6%).

The main improvement desired for the cultural life of the county localities would be in the order of the score: diversity (34%), novelty (19%), quality (18%), promotion (11%), and rhythm (6%).

The first three criteria underlying the decision to participate in a cultural event are: an interesting topic (21%), price (15%), reputation of the protagonists (13%), quality of the event (12%), period of deployment (10%). The cultural events attended last year by the Timis County residents, except Timisoara's inhabitants are: the Feast of the Rural Community (Ruga), the Wine festival, the Beer festival (38.9%) and the Folk festival (5.6%), or the Days of the Village (4.5%).

The most commonly used information sources concerning shows or concerts are: posters (34%), friends and acquaintances (24%), internet (16%) and on the spot (8%).

For museums and galleries, primary sources of information are posters (10%), friends and acquaintances (7%), but 62% said they do not use any source of information for this. In many cases there is no question about the existence of any museum exhibitions or galleries.

The cultural offer of Culture Houses, Cultural Centres in Timisoara is known by the inhabitants of the county through posters (19%), friends and acquaintances (19%). Generally, the internet is not the main source of information about the county's cultural offer, although in Timisoara it is one of the main used sources. On the other hand, small town inhabitants who want to watch a movie at the cinema, come to Timisoara and get informed about the offer on the internet. Generally, in small urban and rural areas, information sources are very little used for the activities of libraries and bookshops.

Most respondents (55%) believe that, compared to last year, the cultural offer remained the same, 19% believe that it increased while 21.6% believe that it decreased. The difference up to 100% is represented by those who do not know or did not respond (4.5%).

Almost half of the respondents (48%) believe that cultural tourism or weekend tourism is an opportunity for the economic development of their community. Priority measures to be taken are (mostly): capitalization of local tradition (29.2%), the availability of quality travel services (29.2%), attractive natural scenery (26.6%), promoting the community as a tourist destination (26.4%), the existence of historical monuments (26.2%), the availability of materials presenting the cultural and natural potential (18.8%).

In general, the creation tendency of people in small towns and rural areas of Timis County is reduced. However, some of the possible creations are: poetry and hand-made products; they were the most mentioned by 8.3% of respondents in the first case, and by 7.9% of respondents in the second case.

Istraživanje u Temišvaru i Županiji Timiș

SINTEZE

ANKETA KULTURNE PONUDE I POTRAŽNJE U TEMIŠVARU SOCIOLOŠKA ANKETA

METODOLOŠKI ASPEKTI

VRSTE ANKETA SPROVEDENIH ZA UVID KULTURNE PONUDE I POTRAŽNJE TEMIŠVAR I ŽUPANIJA TIMIȘ

1. SOCIOLOŠKA ANKETA NA OSNOVU UPITNIKA

- 1110 upitnika u gradu (primenjena u svim naseljima)
- 600 upitnika u županiji Timis

- UZORKOVANJE: 9

- Urbano područje (4): Lugoj, Žombolj, Veliki Senmikluš, Faget

- Ruralno područje (11): Balint, Birda, Čenej, Denta, Gavojdia, Gottlob, Margina, Ortisoara, Piškija, Sannandrei, Veliki Topolovac

2. SOCIOLOŠKI INTERVJU VODIČ

- 50 menadžera organizacija aktivnih u kulturnom domenu i ličnosti kulturnog života u županiji Timis

3. Statistička analiza - Statistički upitnik

- Institucije i kulturne organizacije u Temišvaru i županiji Timiș (uključujući opštine u županiji)

ANKETA TEMIȘVAR - METODOLOGIJA ANKETIRANJA

Anketa stanovništva starijeg od 15 godina, u Temišvaru”

- Metoda - anketa kao vrsta sociološkog istraživanja
- Radni instrument - operateri dele upitnike po kućama
- Uzorkovanje verovatnoće, slojevita, dva stadija
- Broj uzorka 1110
- Prikupljanje podataka: 25. oktobar - 14 novembar, 2013
- Reprerentativnost stanovništva starijeg od 15 godina u Temišvaru, sa greškom od + 2,9%, u smislu nivoa poverenja od 95 %

CILJEVI ANKETE:

1. Identifikovanje kulturne potrošnje
2. Identifikovanje sadržaja kulturne potrošnje
3. Identifikovanje obrasca kulturne potrošnje
4. Identifikovanje novih kulturnih potreba

SOCIOLOŠKA ANKETA U TEMIȘVARU - REZULTATI ANKETE

SLOBODNO VREME I SPECIFIČNE AKTIVNOSTI

Za građane Temišvara slobodno vreme koje imaju na raspolaganju tokom nedelje je u proseku 5,68 sati i za vikend 9 sati. In redosledu važnosti, glavni načini na koji građani provode slobodno vreme: šetnja (u parku) (27.1 %), TV (20 %), a ostatak, sa decom (16%). Drugi načini provođenja slobodnog

vremena: čitanje (9 %), surfovanje internetom (8 %) sport 6 (%), kuvanje, šoping i slušanje muzike, svaki sa 3 %. Većina ispitanika radije provodi slobodno vreme kod kuće i na javnim mestima (33.5%). Približan broj su oni koji vole da provedu više slobodnog vremena kod kuće (32,9 %), zatim oni koji provode uglavnom kod kuće, a ponekad na javnim mestima (18,1%). Na suprotnoj strani su oni koji provode više slobodnog vremena u javnim prostorima (6,1 %), zatim oni koji tipično provode na javnim mestima, a ponekad i kod kuće. (7,7 %).

KULTURNA POTROŠNJA

Najznačajnije kulturne znamenitosti su po redosledu važnosti za Temišvarce, Katedrala (25.7 %), Opera (20,1 %), zatim Trg Ujedinjenja (9.8 %) centar (centralni deo grada 8 %) i Narodno pozorište (4,3%). Više od polovine ispitanika vrednuju kulturu pozitivno, smatrajući da je veoma važna (36,6 %) i važna (24,3%). Da je od malog značaja smatraju samo 11,4% i od vrlo malog značaja 4,1%. Preostali ispitanici - 22,1 % smatraju da je značajna.

Konstantna publika, oni koji idu "2-3 puta mesečno", "mesečno" ili "2-3 puta godišnje" na predstavama u **Narodnom Pozorištu** predstavljaju 24.4 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu na predstavama Narodnog pozorišta) predstavlja 35,6 % ispitanika i **ne-potrošači** (koji nikada nisu prisustvovali na predstavama ove institucije) predstavljaju 37 %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, koja ide "2-3 puta godišnje" na predstavama u **Nemačkom Pozorištu** predstavlja 4,7 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu na predstavama pozorišta) predstavlja 16,4 % ispitanika i **ne-potrošači** (koji nikada nisu prisustvovali na predstavama ove institucije) predstavljaju 74 %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, koja ide "2-3 puta godišnje" na predstavama u **Mađarskom Pozorištu** predstavlja 4,2 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu na predstavama pozorišta) predstavlja 13,4 % ispitanika i **ne-potrošači** (koji nikada nisu prisustvovali predstavama ove institucije) predstavljaju 77,6 %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, koja ide "2-3 puta godišnje" na predstavama u **Dečjem Pozorištu** predstavlja 11,1 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu na predstavama pozorišta) predstavlja 21,7 % ispitanika i **ne-potrošači** (koji nikada nisu prisustvovali predstavama ove institucije) predstavljaju 61,4 %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, koja ide "2-3 puta godišnje" na predstavama u **Narodnoj Operi** predstavljaju 24.1 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu na predstavama opere) predstavlja 32,8 % ispitanika i **ne-potrošači** (koji nikada nisu prisustvovali na predstavama ove institucije) predstavljaju 39,3 %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, koja ide "2-3 puta godišnje" na predstavama **Banatske Filharmonije** predstavljaju 18,2 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu na predstavama filharmonije) predstavlja 29,3 % ispitanika i **ne-potrošači** (koji nikada nisu prisustvovali na predstavama ove institucije) predstavljaju 47,3 %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, koja ide "2-3 puta godišnje" u **Muzeju Umetnosti** predstavlja 16,5 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu) predstavlja 32,6 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju 45,7 %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, (koja ide "2-3 puta godišnje") **Muzeja Banata** predstavlja 17 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu) predstavlja 37 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju 41,6 %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima

Konstantna publika, (koja ide "2-3 puta godišnje") **Muzeja Sela** predstavlja 22 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu) predstavlja 35,3 %

ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **38,9** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima

Konstantna publika, (koja ide "2-3 puta godišnje") **Galerija I Umetničkih Izložba** predstavlja 21,2 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu) predstavlja 29 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju 44,5 %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, (koja ide "2-3 puta godišnje") **Memorijala Revolucije** predstavlja 4,1 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu) predstavlja 22,3 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **63,8** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima

Konstantna publika, (koja ide "2-3 puta godišnje") **Doma Kulture** predstavlja 9,2 % ispitanika. **Povremena publika** (koji retko idu) predstavlja 27,7 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **56,5** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, (skoro mesečno) **Biblioteke** predstavlja 15 % ispitanika. **Povremena publika** (2-3 puta godišnje ili ređe) predstavlja 40,6 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **39** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, (skoro mesečno) **Bioskopa** predstavlja 21,6 % ispitanika. **Povremena publika** (2-3 puta godišnje ili ređe) predstavlja 40,6 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **39** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, (skoro mesečno) **Knjižara** predstavlja 25,8 % ispitanika. **Povremena publika** (2-3 puta godišnje ili ređe) predstavlja 38,7 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **30,7** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, (skoro mesečno) **Kulturnih Aktivnosti Stranih Kulturnih Centara** predstavlja 3,7 % ispitanika. **Povremena publika** (2-3 puta godišnje ili ređe) predstavlja 28,4% ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **59,8** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, (skoro mesečno) **Kulturnih Aktivnosti Nvo** predstavlja 3,6 % ispitanika. **Povremena publika** (2-3 puta godišnje ili ređe) predstavlja 28,3 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **60** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, (skoro mesečno) **Kulturnih Aktivnosti Organizovanih Od Strane Crkve** predstavlja 11,4 % ispitanika. **Povremena publika** (2-3 puta godišnje ili ređe) predstavlja 31,5 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **50** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Konstantna publika, (skoro mesečno) **Kulturnih Aktivnosti Organizovanih U Kaficima I Drugim Nekonvencionalnim Prostorima** (trgovi, parkovi, ulice) predstavlja 9,7 % ispitanika. **Povremena publika** (2-3 puta godišnje ili ređe) predstavlja 36,8 % ispitanika i **ne-potrošači** predstavljaju **43,9** %. Razlika do 100% je dopunjena non-respondentima.

Prva tri omiljena žanra muzike ispitanika, u redosledu važnosti su: zabavna muzika 40 % (zabavna 23 %, pop 7 %, rock 7 %, hip-hop 3 %), narodna muzika 19 % i klasična muzika 13 % a prosečan broj audio albuma kupljenih godišnje je 1,53.

Prva tri omiljena plesna žanra ispitanika u redosledu važnosti su: narodne igre 17 %, ples na pop muziku, ples u klubovima 19 % i 15% umetnički ples.

Omiljeni tipovi pozorišnih predstava od 43 % građana Temišvara su zabavno pozorište, i klasično 34 % i 6 % eksperimentalno pozorište. Prve tri omiljene vrste pozorišnih predstava, po redosledu važnosti su: 35 % komedije, drame 19 % i zatim romantične tragedije 9%.

Najveći procenat ispitanika (58 %) ne zna da su pozorišne predstave nemačkog i mađarskog pozorišta prevedene ili da postoji simultani prevod

sa slušalicama.

Prve tri omiljene vrste izložbi, po redosledu važnosti su: slikarstvo 21 %, umetnost 19% i rukotvorine, skulptura 9%, a prosečan broj rukotvorina kupljenih godišnje je 1,57. Umetnički predmeti najčešće kupljeni su slike 21 % i ukrasni predmeti (20%).

Prve tri omiljene vrste knjiga, u redosledu važnosti su: policijski romani 15%, a specijalna literatura i ljubavni romani, svaki sa 12 % i 8 % istorijski romani i prosečan broj knjiga kupljenih godišnje je 5.22.

Prva tri omiljena žanra filmova su komedije (21 %), zatim policijski / akcioni filmovi 17 % i drame 12% a prosečan broj (jedinica) kupljenih filmova godišnje 1.97 filmova.

KULTURNA PONUDA

62 % ispitanika učestvuju u organizovanim festivalima u gradu. Većina njih su **zadovoljni** (50 %) i **veoma zadovoljni** (11 %) sa njihovim kulturnim ponudama, 32 % navodeći da imaju zadovoljavajući stepen zadovoljstva što se tiče festivala organizovanih u gradu. Festivali smatrani da nedostaju u kulturnoj ponudi su **muzički festivali** (7,1%), **obrazovni programi i festivali za decu** 3,7 % 3,2 %. Mali deo stanovništva - 9% - odgovorio je da učestvuje u kulturnim manifestacijama koje organizuju etničke zajednice u Temišvaru. U velikoj meri građani Temišvara smatraju da kulturna scena treba da se proširi na drugim nekonvencionalnim prostorima kao što su: parkovi 36 % ulica 30 % i 25,9% naselja. Kulturno obrazovanje se smatra veoma važnim za decu od strane 61 % ispitanika, i od velikog značaja za 21 % od njih. Međutim učestalost učešća u kulturnim krugovima je relativno niskog profila, često deca ili unuci sagovornika učestvuju u plesnim krugovima (9,6%), **krugovima crtanja** (6,2 %) i **muzike** (5 %).

Najčešća umetnička dela Temišvaraca su **pesme** (24 %), **ručni rad** (17 %) i **foto - video materijali** (16%).

Građani Temišvara se najvećim delom smatraju **veoma zadovoljni** (7 %) i **zadovoljni** (45 %) sa postojećom kulturnom ponudom. Nasuprot njima, nalaze se oni koji kažu da su veoma nezadovoljni i nesrećni, ukupno 7 %. Glavna željena poboljšanja što se tiču kulturnog života u gradu bila bi po redu važnosti **promovisanje** (26%), **kvalitet** (22%), **raznovrsnosti** (20 %), zatim **novina** (15 %) i **dostupnosti** (13%). Prva tri kriterijuma na kojima se zasniva odluka za učestvovanje u kulturnom događaju su zanimljivi predmet (26 %), cena i ugled protagonista, svaki sa 13 % i kvalitet događaja (12%). Kulturni događaji na kojima su građani Temišvara prisustvovali u prošloj godini su Festival vina (8,1 %), Festival piva (5,9%) Festival srca (5 %). Najveće učešće od 4,1% i 2,4 % bilo je na pozorišnim predstavama i na predstavama opere.

Većina ispitanika (39,6 %) veruje da, u odnosu na prošlu godinu, kulturne manifestacije su ostale iste, 19.5 % da je njihov broj porastao, a 7,4 % da je opao. Razlika do 100% je za one koji ne znaju, ili nisu odgovorili. Uglavnom se smatra da su kulturni događaji poznati u gradu (26 %), u regionu (9 %), u državi (7 %) i na međunarodnom nivou (5 %).

Najčešće korišteni izvori informacija o predstavama i koncertima su internet (31 %) i TV (15 %).

Za muzeje i galerije se koriste kao primarni izvor informacija internet (20%) i plakati (12 %).

Kulturna ponuda kuća kulture, kulturnih centra u Temišvaru je poznat građanima Temišvara putem interneta (19 %) i plakata (11 %).

Internet (27 %) i plakati (13 %) su glavni izvori informacija za bioskope.

O aktivnostima biblioteka, Temišvarci se obaveštavaju na licu mesta (17 %) i preko interneta (17 %), ali i od prijatelja, poznanika (10 %). Isti izvori se koriste za biblioteke (na licu mesta -21 %, -15% internet).

Mesta gde građani Temišvara idu sa gostima i strancima, su istorijski centar grada (42,5 %), Trg Ujedinjenja (9.3 %), Mol (9 %), Katedrala (6.5 %) Trg Opere (4,4 %).

Više od dve trećine ispitanika (76 %) smatra da je kulturni turizam prilika za ekonomski razvoj grada. Prioritetne mere koje treba preduzeti su (uglavnom) restauracija (66,8 %), promovisanje grada kao turistička destinacija (61,7%), dostupnost kvalitetnih kulturnih dešavanja (57,2%), dostupnost kvalitetnih turističkih usluga (56,8 %), postojanje nekoliko turističkih informativnih tačaka (53,1 %), postojanje prezentacionih materijala o kulturnom potencijalu (51 %).

SOCIOLOŠKI INTERVJU KULTURNE PONUDE I POTRAŽNJE U TEMIŠVARU

METODOLOŠKI ASPEKTI

Anketirano stanovništvo - menadžeri kulturnih organizacija u Temišvaru

Metod koji se koristio je sociološki intervju

Radni instrument - vodič za intervju, korišten od strane operatera

Ispitanici: menadžeri kulturnih organizacija

Prikupljanje podataka: 25. oktobar - 14 novembar, 2013

Glavni problemi sa kojima se suočavaju menadžeri u kulturnim organizacijama aktivnim u gradu Temišvaru su u redosledu njihovih važnosti:

- finansijska sredstva (navedena od strane većine ispitanika)
- zgrada u kojoj aktiviraju, kulturno zakonodavstvo
- njihova tehnička sredstva
- publika / potrošači
- centralna vlada
- lokalna kulturno okruženje, lokalni administrativni ambijent, odnosno, lokalno političko okruženje

Intervjui sa rukovodiocima glavnih organizacija koje rade u oblasti kulture pomogli su da se identifikuju moguća rešenja glavnih problema sa kojima se suočavaju ove organizacije. Rešenja se odnose uglavnom na:

- dobijanje finansiranja uz pomoć kulturnih projekata, grantova, pristup fondovima / prikupljanje sredstava dodijeljenih za kulturnu aktivnost, pisanje kulturnih projekata, itd
- izmene zakona za podsticanje kulturne finansijske podrške, postojanje unitarnih zakona za kulturne institucije

Druga moguća rešenja za postojeće disfunkcije, po mišljenju menadžera su:

- uključivanje lokalnih vlasti u raspodeli prostora za realne aktere u kulturnoj sredini u odgovarajućim uslovima za neprofitne aktivnosti koje dodaju vrednost javnom prostoru
- uspostavljanje zajedničkog fronta NVO za lobby za izmjenu i dopunu zakona
- konstruktivan dijalog administrativnog okruženja i mladih umetnika sa organizacionim ambicijama
- depolitizacija vlade (lokalna i centralna)
- imenovanje profesionalaca na pozicijama odlučivanja
- samo - poboljšanje usluga pruženim klijentima

- skoro sve organizacije koje rade u kulturnom okruženju, imaju strategiju upravljanja svojih aktivnosti. Strategija upravljanja glavnih kulturnih aktera u Temišvaru uključuje pojednostavljenje postojećih prostora, raspored prostorija, odnosno kancelarija ili završetak radova rehabilitacije gde je to moguće.

Pomenuti su i drugi ciljevi:

- diversifikacija kulturne ponude
- poznanavnje i zadovoljavanje kulturne potrebe zajednice, Stavljanje umetnika u (epi) centru osetljivosti zajednice
- ukupna zaštita zadužbine
- diversifikacija usluga, samo- poboljšanje u pogledu kvaliteta usluga
- poboljšanje godišnjih kulturnih događaja
- rad sa stabilnim kulturnim akterima
- diversifikacija izvora sredstava

Radi podržavanja njihovih organizacija, menadžeri smatraju da lokalna javna i centralna administracija treba da:

- u prvom redu obezbedi finansiranje projekata / programa
- u drugom redu, da vrši višegodišnje finansiranje
- u trećem redu, da razvija i unapređuje kulturne zakone, koje pružaju podršku za evropske fondove

Prema onima koji su bili intervjuisani, finansiranje kulturnih projekata od vitalnog značaja za grad mora da ide ruku u ruku sa podrškom za evropske fondove, tako da kulturne organizacije postanu održive. Potreba za višegodišnje finansiranje se zasniva na činjenici da višegodišnji projekti stižu ugled i poverenje građana sa svakom proteklom godinom i obezbeđuje predvidljivost organizatora u vezi resursa (male ili velike) koje mogu koristiti.

Iako već svima poznata, skoro svi menadžeri su podržali ideju koja se može se rezimirati sledećom rečenicom: da bi se postigao kulturni čin u optimalnim uslovima potrebna su finansijska sredstva i osoblje.

Na pitanje: "Koja je prednost Temišvara za dobijanje titule Evropske prestonice kulture 2021", većina ispitanika je pomenula multikulturalizam, kulturnu raznolikost.

Druge identifikovane prednosti:

- geografski položaj iz perspektive razvoja sadašnje evropske politike
- propustljivost granica ovog područja
- dobra kulturna infrastruktura
- status grada revolucije, simbolički kapital
- broj kulturnih institucija prisutan i aktivan u Temišvaru, pozorišta svih manjina
- grad sa istorijom i nasleđem; parkovi i istorijski spomenici
- Univerzitet, itd.

Glavne poteškoće za postizanje tog cilja, po mišljenju ispitanika su:

- nisko učešće stanovništva u kulturnim aktivnostima ili slaba podrška stanovništva, lično neučestvovanje, nezainteresovanost zajednice, nedostatak interesa za kulturu, nedostatak solidarnosti, odsustvo solidarnosti u raznim segmentima društva Temišvara
- slabo finansiranje i nedovoljna sredstava, nedovoljno finansiranje
- nedostatak kulturnog zakonodavstva i koordinacije

- nedostatak zajedničke vizije koju da koriste svi ključni igrači u gradu (gradonačelnici, preduzeća, kulturni radnici, stanovnici), opšti program za grad

Sociološka anketa kulturne potrošnje u županiji Timiš

Stanovništvo županije, bez Temišvara

SLOBODNO VREME I SPECIFIČNE AKTIVNOSTI

Percepcija slobodnog vremena se razlikuje više u ruralnim sredinama nego u urbanim sredinama. U principu, slobodno vreme je drugačije shvaćeno i cenjeno. Stalna briga seljana za svoja domaćinstava, ukorenjena ideja da „seoski dan se nikada ne završava” čini stanovnike ruralnih oblasti i stanovnike malih gradova da drugačije vrednuju slobodno vreme. Za razliku od gradske sredine, gde se kraj nedelje vrednuje kao važno poglavlje u budžetu slobodnog vremena, u ruralnoj sredini, vikend ne označava kontinuirano slobodno vreme, subota se često doživljava kao radni dan, po domaćinstvu. Nedelja je jedini dan sa valencama slobodnog dana, i poređenje prosečnog broja sati na raspolaganju u urbanim sredinama, potvrđuje prethodno navedeno: osobe u ruralnim sredinama i manjim gradovima veruju da imaju manje slobodnog vremena, kako tokom nedelje, tako i vikendom.

Tako da, dok građani Temišvara imaju prosek raspoloživog slobodnog vremena od 5,68 časova i vikendom 9 časova, stanovnici županije i malih gradova, kao i ruralnih okruga - imaju na raspolaganju slobodno vreme u toku nedelje 5.36 časova, a vikendom u proseku 8.38 časova.

Jasno je da postoji veća ponuda u smislu mogućnosti provođenja slobodnog vremena u gradu Temišvaru u odnosu na ono što se dešava u malim gradovima u županiji Timiš i u ruralnim sredinama. Međutim, glavni načini provođenja slobodnog vremena su otprilike isti, ali se razlikuju samo u njihovoj jerarhiji. U županiji Timiš, gledanje televizijskih emisija je omiljen način - koji je osvojio 22%. To ne znači da 22% od ispitanog stanovništva više vole ovaj način slobodnog vremena, to znači da od svih vidova, gledanje TV-a predstavlja 22%, procenat određen metodologijom računanja koji ćemo predstaviti u nastavku. Tako da, analiza pitanja iz upitnika koji zahtevaju da upitnici odrede jerarhiju, primenjuje sledeću metodologiju za određivanje pozicije svakog odgovora: svaka pojava na prvom mestu bila je procenjena sa 3 poena, svaka pojava na drugom mestu bila je procenjena sa 2 poena, dok svaka pojava jednog odgovora na trećem mestu bila je procenjena sa jednim poenom. Zatim su se sabrali bodovi, zavisno od pomenutog mesta, čime se dobija skup apsolutnih frekvencija. Za bolju uporedivost sa drugim stavkama u odgovorima iz upitnika, ove apsolutne frekvence su pretvorene u relativne frekvence (procenti).

Drugi način provođenja slobodnog vremena, u urbanom i ruralnom okruženju su šetnje na otvorenom (selo, park) ali mnogo manje vrednovana. Kada ne gledaju emisije na TV-u ili se ne šetaju na otvorenom, stanovnici iz županije vole da provode svoje slobodno vreme sa porodicom, sa decom, ili čitajući (novine) ili jednostavno opuštajući se u domaćinstvu.

Većina ispitanika vole da provode svoje slobodno vreme *kod kuće i na javnim mestima*. (33,5%). Sa približnim rezultatom su oni koji vole da provedu više slobodnog vremena *kod kuće* (32,9%), zatim slede oni koji *obično provode vreme kod kuće, a ponekad i na javnim mestima* (18,1%). Na suprotnoj strani su oni koji provode svoje slobodno vreme *više na javnim mestima* (6,1%), zatim oni koji *obično provode na javnim mestima, a ponekad i kod kuće*. (7,7%).

„Kod kuće” ili domaći prostor ostaje poželjan kao prostor za slobodne aktivnosti za polovinu stanovnika malih gradova u županiji Timiš, ali i za one u ruralnim sredinama. Još jedan procenat od 13,9% ispitanika je potvrdilo da obično svoje slobodno vreme provodi kod kuće i samo povremeno u

javnim mestima, dok gotovo četvrtina okruga, van Temišvara, podjednako vole privatan prostor kao i javni prostor. Kao što se očekivalo, procenat onih koji provode svoje slobodno vreme, posebno na javnim mestima, ponekad kod kuće, ali i oni koji se opuste, posebno van domaćinstva, je mali: 5,8% odnosno 5,4%.

KULTURNA POTROŠNJA

Najznačajnije kulturne znamenitosti za stanovnike seoskih okruga, su po redosledu važnosti: lokalna crkva ili manastir (gde je to primereno) - za 26,5%, zatim Seoska Slava - slava sela i prilika da se sastanu rođaci i najbliži - 10,5%. Sledeća kulturna obeležja su Kulturna Umetnička Društva (KUD - 6,4%), lokalni zamak (6%), itd. Treba napomenuti da se u gradu Temišvaru kao i u ostalim gradovima županije Timiš, vrednuju iste vrste kulturnih znamenitosti, sličan procenat stanovništva (Rumunska Saborna crkva u Temišvaru vs. Seoska crkva).

Više od polovine ispitanika pozitivno vrednuju kulturu, smatrajući je važnom (25,9%) i vrlo važnom (29,4%). Veoma mali značaj dat je kulturi od strane 8,9% za prvu kategoriju i 5,3% za drugu kategoriju. Trećina ispitanika u malim gradovima i ruralnim sredinama - 29,5% dodeljuje kulturi odgovarajući značaj.

U pogledu kulturne potrošnje, van Temišvara, postoji vrlo malo publike za muzeje. Više od polovine ispitanog stanovništva su nepotrošači, ne pohađajući ovu ustanovu. Jedna trećina ispitanika je povremena publika a većina njih su stanovnici gradova: Lugož, Žombolj, Fađet, Veliki Semikluš, ili okolnih sela pored Temišvara, koji postaju javnost za muzeje tih mesta. Isto pravilo važi i za publiku bioskopa, biblioteka, knjižara, kulturnih aktivnosti organizovanih od strane NVO. Sa ovim pokazateljima, u proseku oko dve trećine ispitanog stanovništva su nepotrošači, ili u ekstremnim slučajevima, povremena publika. Očekuje se da će nedostajati ova vrsta kulturne potrošnje u sredinama gde adekvatni kulturni sadržaj nedostaje u potpunosti (u ruralnoj sredini). Stvari se menjaju kada je reč o kulturnoj potrošnji organizovanih aktivnosti od strane crkve (40% konstantna javnost) i Kulturnog Umetničkog Društva (trećina postaje konstantna publika kada postoje odgovarajuće manifestacije). Kao što se očekivalo, Crkva postaje važan kulturni objekat posebno u ruralnoj sredini, gotovo jedini, iako sporadično kulturna ponuda se manifestuje u okviru Kulturnog Umetničkog Društva ili u aktivnostima koje promovise škola.

Što se tiče sklonosti prema kulturnoj potrošnji stanovništva u malim urbanim i ruralnim oblastima županije Timiš, prema muzičkim žanrovima, plesnim žanrovima, vrstama predstava, izložbama, omiljenim knjigama i filmovima, situacija je sledeća:

Prva tri muzička žanra omiljena od strane ispitanika, u redosledu važnosti su: **narodna muzika** u proporciji od 34%, **zabavna muzika** 21%, **muzika folk/pop** 7% i **klasična muzika** 7%, itd. Prosek (jedinica) audio albuma kupljenih godišnje je 0,85.

Prva tri plesnih žanra omiljena od strane ispitanika, u redosledu važnosti su: **narodne igre** 44%, **moderni ples** (savremeni, za mlade, klub, disk) 15% i **klasičan ples** 14%.

Pozorište je omiljeno za 49% stanovnika županije Timiš, izuzetak jeste grad Temišvar, gde vlada **komedija**, zatim **drama** 25%, 7% stanovnika voli **roman-su**, **tragediju** 7%, a **pozorište za decu** 5%.

Prvi žanrovi izložba omiljenih od strane ispitanika, po redosledu važnosti su: **slikarstvo i umetnost** u proporciji od 24%, **životinje** 12%, **automobili, motocikli** 11%, **cveće** 11%, **zanati, rukotvorine** 8%, a **prosečan broj (jedinica) rukotvorina kupljenih godišnje** je 1,50.

Prvi žanrovi knjiga omiljenih od strane ispitanika, po redosledu važnosti su **ljubavni** i **romantični romani** u proporciji od 19%, **policijski romani** od 14%,

klasični romani 8%, istorijski, biografski 8%, dok specijalizovana literatura 8%, a prosečan broj (jedinica) knjiga kupljenih godišnje je 2,84, odnosno oko polovine godišnje kupovine, jednog stanovnika Temišvara.

Žanrovi omiljenih filmova od strane ispitanika županije Timiš, izuzev Temišvara, su filmovi (trileri), akcijski 24%, zatim komedije 24%, ljubavni filmovi/romantični 12%, zatim sapunice i serije 6% itd. Prosečan broj kupljenih filmova godišnje je 0,46.

KULTURNA PONUDA

53% ispitanika učestvuju na festivalima održanim u gradu stanovanja. Većina njih su zadovoljni (35%) i veoma zadovoljni (18%) njihovom kulturnom ponudom, 29% je izjavilo da imaju odgovarajući stepen zadovoljstva u vezi sa ovim festivalima. Festivali za koje se smatra da nedostaju iz kulturne ponude su festivali muzike, predstave, koncerti (17,9%), festivali usmereni na tradiciju, folklor, zanate, obrazovni programi 10,4%, festivali muzike i folkloru 7,4% itd. Mali procenat stanovništva 15% rekao je da učestvuju u kulturnim manifestacijama u organizaciji lokalnih etničkih zajednica.

30% ispitanika smatra kulturno obrazovanje za decu veoma važno, i važno za 10% njih.

Učestalost učešća u kulturnim krugovima je relativno nisko, deca ili unuci ispitanika učestvuju eventualno u plesnim krugovima (5,8% često, 7,6 ponekad, 5% retko). Najčešći razlog što deca ili unuci ne učestvuju u različitim krugovima jeste to što nisu organizovani i što ne postoje u ruralnom području.

28% stanovnika malih gradova i ruralne sredine županije Timiš izjavljuju da su veoma zadovoljni i zadovoljni kulturnom ponudom u sredini. Nasuprot tome, oni koji kažu da su vrlo nezadovoljni i nezadovoljni akumuliraju ukupno 33%. U ruralnim oblastima, ne organizuje se ništa, ali to nije novost. Ovde nedostaju sve kulturne aktivnosti. Oseća se kao potreba, kako u ruralnoj sredini tako i u malim gradovima, želja da se ide u pozorište ili operu (10,9%), u bioskop (8,6%), na koncertima, priredbama (7,6%).

Poboljšanje kulturnog života opština županije može imati sledeći redosled raznovrsnost (34%), novina (19%), kvalitet (18%), promocija (11%), ritam (6%).

Prva tri kriterijuma na kojima se zasniva odluka da učestvuju na nekom kulturnom događaju su: zanimljiva tema (21%), cena (15%), ugled protagonista (13%), kvalitet događaja (12%), vreme održavanja (10%). Kulturni događaji na kojima su prisustvovali prethodne godine stanovnici županije Timiš, osim stanovnika Temišvara, su seoske slave, festival vina, festival piva (38,9%), jedan festival folkloru (5,6%) ili dani opštine (4,5%).

Najčešći izvori informacija o predstavama i koncertima su plakati (34%), prijatelji i poznanici (24%), internet (16%) i mesto događaja (8%).

Za muzeje i galerije se koriste kao izvor informisanja plakati (10%), kao i prijatelji i poznanici (7%), ali u ovom slučaju 62% nisu izjavili da koriste bilo koji izvor informisanja u tom pogledu. U većini slučajeva ne postoje muzejske izložbe i galerije.

Kulturna ponuda Kulturnih Umetničkih Društava, kulturnih centara u Temišvaru je poznata stanovnicima županije putem plakata (19%) i putem prijatelja i poznanika (19%). U principu, internet nije izvor informacije o kulturnoj ponudi županije, iako se u Temišvaru, koristi kao jedan od glavnih izvora. Izuzetak čine, mali gradovi u kojima ljudi željni da pogledaju film u bioskopu dolaze do Temišvara i informišu se o ponudi koja postoji na internetu. U principu, veoma malo se koriste u malim gradovima i ruralnoj sredini, izvori informacija o bibliotekama i knjižarama.

Većina ispitanika (55%) veruje da, u odnosu na prošlu godinu, kulturna ponuda je ostala ista, 19% čak misli da je povećana, dok 21,6% da je smanjena. Razlika do 100% su oni koji ne znaju ili nisu odgovorili (4,5%).

Skoro polovina ispitanika (48%) veruje da kulturni turizam ili turizam za vikend

je prilika za ekonomski razvoj njihove zajednice. Prioritetne mere koje treba preduzeti su (uglavnom): vrednovanje lokalne tradicije (29,2%), dostupnost kvalitetnih turističkih usluga (29,2), atraktivan prirodan ambijent (26,6%), promovisanje zajednice kao turistička destinacija (26,4), postojanje istorijskih spomenika (26,2%), dostupnost materijala predstavljanja kulturnog i prirodnog potencijala (18,8%).

U principu, trend umetničkog ispoljavanja ljudi u malim gradovima i ruralnim područja županije Timiš se smanjuje. Međutim, među navedenim kreacijama: pesme i ručni proizvodi se najčešće pominju od strane 8,3% ispitanika u prvom slučaju, odnosno 7,9% ispitanika u drugom slučaju.

