TENDINȚE ACTUALE ÎN DEZVOLTAREA INDUSTRIEI CREATIVE

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE CREATIVE INDUSTRY

Tatiana TOFAN,
dr. în econ., conf. univ.,
Departamentul Administrarea Afacerilor, USM,

Marilena DONCEAN,
cercetător științific cat. III, dr. în ec.,
Institutul de Cercetări Economice și Sociale „Gh. Zane"
Filiala Iași a Academiei Române,

Mihail DOGOTARI,
drd., Școala Doctorală științe sociale și ale educației, USM

SUMMARY

In this article, research is presented regarding the current trends in the development of the creative industry at the level of the European Union, making a possible classification of the sectors targeted by the creative industries. The article also describes the activities carried out by the European Union to develop cultural and creative industries.

Keywords: creativity, creative industries, cultural industries etc.

Creativitatea este un concept multidimensional și se poate manifesta în mai multe domenii. Identificarea și cuantificarea naturii creativității constituie obiective dificile. Conceptul de creativitate poate fi definit din perspectiva unor discipline diferite: psihologie, psihologie socială, științe cognitive, arte, inteligență artificială, filozofie, economie, management etc. și de la multe niveluri distincte: cognitiv, intelectual, social, economic, artistic, literar etc.

UNESCO definește *industriile creative* - industriile care afectează simultan crearea, producția și comercializarea conținutului creativ cu caracter cultural și intangibil. Conținutul este protejat de drepturile de autor și poate arăta ca un bun sau un serviciu [2].

Industriile culturale includ publicarea tipărită și multimedia, producția de filme audiovizuale și fonografice, precum și artizanatul și designul. Însă termenul «*industrii creative*" include un set mai mare de activități care cuprind industriile culturale la care se adaugă toate activitățile de producție culturală sau artistică, indiferent dacă acestea au loc direct sau sunt produse ca entitate. Industriile creative sunt acelea ale căror produse sau servicii conțin o proporție substanțială de întreprindere artistică sau creativă și includ activități precum arhitectură și publicitate [4].

O altă abordare a industriei culturale este, că „Industriile creative produc legături simbolice a căror valoare depinde în principal de jocul semnificațiilor simbolice. Valorile depind de consumatorii finali care decodifică și identifică valorile din aceste semnificații. Valoarea „legăturilor simbolice" este la fel de dependentă de percepțiile utilizatorilor, precum și de crearea conținutului original și această valoare se poate traduce sau nu în rentabilitatea investiției. "[3]

Industriile creative se referă la o serie de activități economice bazate pe generarea și exploatarea cunoașterii, a informației, a ideilor. Termenul „industrie creativă" își are originea în teorii mai vechi – provenind în general din spațiul european – care discută problematica la plural, în sensul „industriilor culturale" (Hesmondhalgh 2002), global, în sensul unei „economii creative" (Howkins 2001) sau în sensul „producției culturale de comodități" (Scott 2004).

Conceptul de „*industrie creativă*" cuprinde domeniile a căror activitate implică creativitate artistică sau științifică precum arhitectură și regenerare urbană, artă și design, artele spectacolului, film și video, fotografie, inventica industrială și inteligența artificială, mass-media (pe suport de hârtie, audio sau video), modă și design vestimentar, meșteșuguri tradiționale, monumente și turism cultural, muzică, publicitate, software și jocuri video interactive, tipărituri și legătorie, web design.

La fel industriile creative vizează tot ceea ce este produs de creativitatea artistică și științifică, și are potențial industrial, adică intră în circuitul economic, produce valoare, generează venituri publice prin taxele și impozitele plătite, creează locuri de muncă și profit, ajută la dezvoltarea regională și națională.

- **O posibilă clasificare a sectoarelor vizate de industriile creative este următoarea: [5]**

✓ *Industriile culturale*: acest sector se referă la producția, editarea și distribuția de produse culturale. Include cinema , video , radio , televiziune , editare , muzică , tipărire etc.

✓ *Industriile creative*: acest sector se referă la toate activitățile legate de proprietatea intelectuală. Reunește publicitatea, arhitectura, moda, comunicarea, artele spectacolului, bijuteriile, fotografia, designul, multimedia etc.

✓ *Activitățile legate punct de vedere economic* pentru industriile creative și culturale: acest sector include turism, galerii de artă, muzee, patrimoniu, artizanat și meșteșuguri, TIC , piața de artă și antichități , etc.

- **Caracteristicile industriilor creative.** In majoritatea rapoartelor a UE, apar trei constatări principale referitoare la industriile creative [6]:

✓ Cel al rangului semnificativ pe care îl ocupă în societate, precum și rata de creștere mai mare decât media.

✓ Cea a diversității modurilor de organizare și funcționare în vastul sector al industriilor creative. Rapoartele subliniază adesea necesitatea de a încuraja legăturile dintre sectoarele sau ramurile care alcătuiesc industriile creative. Anumite rapoarte, în special raportul german, încearcă să studieze asemănările operaționale care ar prevala asupra diferențelor.

✓ Cel al locului special de design și software pentru jocuri.

În a. 2010 Uniunea Europeană a publicat manualul „*Dezlănțuirea potențialului in-*

dustriilor culturale și creative ", în acest manual Comisia Europeană indică faptul că „*pentru ca Europa să rămână competitivă în acest mediu global în continuă schimbare, trebuie să pună în aplicare condiții care să permită creativității și inovării să înflorească într-o nouă cultură antreprenorială* ". La fel se descrie că „ *industriile culturale și creative au un potențial în mare parte neexploatat pentru a crea creștere economică și locuri de muncă* „. Comisia Europeană subliniază faptul că industriile creative au un potențial de creștere puternică și să ofere locuri de muncă de calitate la aproximativ cinci milioane de oameni din întreaga Uniunea Europeană [7].

Raportul ICN Business School comandat de Greater Lyon în a. 2007 specifică ce pot aduce aceste industrii economiei per ansamblu:

✓ Percepția lor despre ceea ce este consumul, o reflectare în termeni de simboluri și experiențe care face posibilă trecerea dincolo de abordarea produsului sau serviciului.

✓ Capacitatea lor antreprenorială care permite fie o punere în comun a resurselor pentru alte sectoare prin externalizarea anumitor activități, fie o dinamică de derivare

✓ Mobilitatea naturală a jucătorilor din acest sector în comparație cu alte sectoare.

✓ Cercetările și datele colectate în întreaga lume susțin această ipoteză. În UE, sectoarele creative de bază au generat 558 de miliarde de euro ca valoare adăugată la PIB - aproximativ 4,4% din PIB-ul total al UE, conform unor date din 2018.

✓ În aceste sectoare există echivalentul a aproximativ 8,3 milioane de locuri de muncă cu normă completă, care sunt ocupate de 3,8% din totalul forței de muncă din UE. De asemenea, conform statisticilor, în majoritatea SCC-urilor procentajul angajării tinerilor este mai mare decât în restul economiei, iar acest domeniu s-a dovedit a fi foarte rezilienți, față de altele, în timpul recesiunii economice și financiare din anul 2008 în Europa. Conform datelor economice mondiale pentru anul 2018, Europa era lider în acest domeniu și devine un catalizator al dezvoltării. SCC –urile generează 3% din PIB-ul mondial (2.250 de miliarde USD ca venituri) și asigură 29,5 de milioane de locuri de muncă în întreaga lume [8].

Comisia Europeană sprijiniă sectoarele culturale și creative prin intermediul programului „*Europa creativă*" 2021-2027, consultat cu o gamă largă de părți interesate și experți din statele membre. Aceste consultări au avut loc în paralel cu evaluarea intermediară a programului „*Europa creativă*" 2014-2020, concluzia în cazul ambelor acțiuni fiind că nevoile anumitor sectoare nu au fost suficient abordate în cadrul programului actual.

Programul „*Europa creativă*" 2021-2027 urmărește să corecteze aceste deficiențe prin includerea unui nou sprijin sectorial specific în domenii precum: muzică, arhitectură, cărți și editare, patrimoniul cultural. Aceste acțiuni sectoriale se vor axa pe consolidarea capacităților, profesionalizare și dezvoltarea talentelor, colectarea de date pentru o mai bună înțelegere a sectoarelor, precum și pe oportunitățile de export. Acestea se vor baza și vor completa acțiunile și proiectele derulate de UE în ultimii ani, cum ar fi inițiativa „*Muzica mișcă Europa*" [11].

La fel Programul „*Europa creativă*" 2021-2027 are două subprograme: CULTURA și MEDIA (audiovizual), precum și o componentă intersectorială. Scopul componentei intersectoriale este de a consolida colaborarea dintre diferitele sectoare culturale și cre-

ative (CCS) pentru a le ajuta să înfrunte provocările comune cu care se confruntă și să găsească soluții inovatoare.

La fel în ianuarie 2020 UE a inițiat proiectul de politică FLIP „*Finanțare, învățare, inovare și brevetare*" pentru industriile culturale și creative [11].

În afara acestor inițiative specifice, există o varietate de scheme europene de sprijin pentru sector și industrie care abordează aceste aspecte:

- ✓ Mecanismul de garantare pentru sectoarele culturale și creative din cadrul programului „Europa creativă" 2014-2020
- ✓ Finanțarea de către Institutul European de Inovare și Tehnologie a unor noi comunități ale cunoașterii și inovării pentru industriile culturale și creative
- ✓ Opțiuni în cadrul programului Orizont Europa
- ✓ Erasmus pentru tinerii antreprenori
- ✓ Proiectul de parteneriat Worth
- ✓ Inițiativa STARTS (Inovare la intersecția dintre știință, tehnologie și arte), programul de rezidențe STARTS
- ✓ Sprijin din partea UE pentru întreprinderile nou-înființate din sectorul digital.

La nivel european a fost create rețele în domeniul sectoarelor culturale și creative, acestea sunt:

- ✓ Rețeaua europeană a întreprinderilor creative
- ✓ Rețeaua europeană a centrelor creative
- ✓ Rețeaua (rețelele) europeană (europene) de incubatoare pentru inovarea bazată pe creativitate
- ✓ Rețeaua paneuropeană de centre de inovare digitală
- ✓ Inițiativa regională pentru cultură și creativitate
- ✓ Rețeaua de cercetare și inovare a regiunilor europene – Grupul de lucru pentru design și creativitate.

Pentru a sprijini sectoarele culturale și creative prin elaborarea de politici bazate pe date concrete, Comisia Europeană și Eurostat lucrează la statistici în domeniul cultural și la alte studii relevante domeniului.

În concluzie se poate de menționat, că creativitatea este un concept multidimensional și se poate manifesta în mai multe domenii. La fel putem menționa, că identificarea și cuantificarea naturii creativității constituie obiective dificile. Sectoarele culturale și creative sunt importante pentru dezvoltarea continuă a societăților și stau la baza economiei creative. Bazate intensiv pe cunoaștere, pe creativitate și talent, acestea generează o bogăție economică. La fel acestea sunt importante pentru consolidarea sentimentului de identitate, cultură și valori europene comune. Din punct de vedere economic, acestea înregistrează o creștere peste medie și creează locuri de muncă - în special pentru tineri - sporind în același timp coeziunea socială.

BIBLIOGRAFIE

1. Benghozi P.J., Chantepie P. 2017. Jocuri video: industria culturală a secolului XXI? Paris: Ed. Des Presses de Sce Po.
2. Benghozi PJ , Lyubareva, I. 2014. „Când organizațiile din industriile culturale caută noi modele de afaceri: un studiu de caz al presei online franceze", International Journal of Arts Management , vol. 16, nr. 3, pp. 6-19.
3. Chantepie P., Le Diberder A. 2005. Revoluția digitală și industriile culturale . Paris: Descoperirea.
4. Bouquillon P. 2012. Economia creativă, industriile creative: concepte de definit , Presses Universitaires de Vincennes.
5. Bouquillion P., Miège B., Mœglin P., 2013. Industrializarea bunurilor simbolice. Industriile creative versus industriile culturale. Grenoble, presa universitară din Grenoble.
6. Bouquillon P. 2012. Economia creativă, industriile creative: concepte de definit , Presses Universitaires de Vincennes.
7. Bouquillion P., Miège B., Mœglin P., 2013. Industrializarea bunurilor simbolice. Industriile creative versus industriile culturale. Grenoble, presa universitară din Grenoble.
8. D'Angelo M . 2013. Actori culturali: poziții și strategii în domeniul culturii și industriilor creative. Un studiu în douăzeci de țări europene . Paris: Idea Europe. (ISBN 2-909941-13-2)
9. D'Angelo M . 2013. Actori culturali: poziții și strategii în domeniul culturii și industriilor creative. Un studiu în douăzeci de țări europene . Paris: Idea Europe. (ISBN 2-909941-13-2)
10. Florida R. 2005. Orașele și clasa creativă . New York: Routledge.
11. Mœglin P., 2018. „Unele presupoziții ale politicilor publice în domeniul industriilor și economiilor creative", Les Enjeux de l'Information et de la Communication , n ° 18 / 3A, pp.103-113, https: // lesenjeux .univ-grenoble-alpes.fr / 2017 / supplement-a / 08-de-quelques-presupuses-des-politiques-publiques-dans-le-domaine-des-industries-et-economies-creatives /
12. Smith C. 1998. Marea Britanie creativă . Londra: Faber & Faber.