



Unitatea 1:
Management și
antreprenoriat în ICC

Autor(i):

Prof. Elida Mesaroš Lajko

Prof. Olivera Gračanin

Tema 1.1.
Înțelegerea ICC.
Colaborări intersectoriale.

Instituție (instituții):

UNS, Serbia



Cofinanțat prin
programul Erasmus+
al Uniunii Europene

Sprijinul acordat de Comisia Europeană pentru realizarea acestei publicații nu constituie o aprobare a conținutului, care reflectă doar opiniile autorilor, iar Comisia nu poate fi considerată responsabilă pentru orice utilizare care ar putea fi dată informațiilor conținute în aceasta. Număr de proiect: 2020-1-BG01-KA203-079193.

Acest material face parte din conținutul de formare pentru programul de studii “Management și antreprenoriat în industriile culturale și creative” pentru studenții de la licență și master în business și științe economice (B&E) și cuprinde 10 teme în total. Acesta a fost elaborat în cadrul parteneriatului strategic Erasmus+ “FENICE - Promovarea spiritului antreprenorial și a inovării în industriile culturale și creative prin educație interdisciplinară”.

Conținutul cursului de formare pe scurt:

Programul FENICE

Unitatea 1: Management și antreprenoriat în ICC

Tema 1.1. Înțelegerea ICC. Colaborări intersectoriale.

Tema 1.2. Creativitate și inovare. Responsabilitate și comportament etic.

Tema 1.3. Politici și instituții culturale. Proprietatea intelectuală.

Tema 1.4. Noile media, tehnologiile creative și mediul digital.

Unitatea 2: Practică antreprenorială – Modelarea unei întreprinderi de ICC

Tema 2.1. Proiectarea unei întreprinderi pentru ICC: pregătirea unui plan de afaceri și prezentarea afacerii

Tema 2.2. Către valoare: Evaluarea Economică, de Piață și Culturală a produselor și serviciilor din ICC..

Tema 2.3. Piață, concurență, consum și branding în ICC.

Tema 2.4. Modele de afaceri, sisteme, parteneriate.

Tema 2.5. Managementul echipei și managementul schimbării în ICC.

Tema 2.6. Finanțarea. Oportunități și riscuri.

Puteți găsi mai multe informații pe pagina de pornire: <http://www.fenice-project.eu>

Declarație privind drepturile de autor:



Această lucrare este licențiată sub licența internațională Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0. Puteți:

- să dați mai departe — să copiați și să redistribuiți materialul în orice mediu sau format
- să adaptați — să remixați, să transformați și să construiți pe baza acestui material

în următorii termeni:

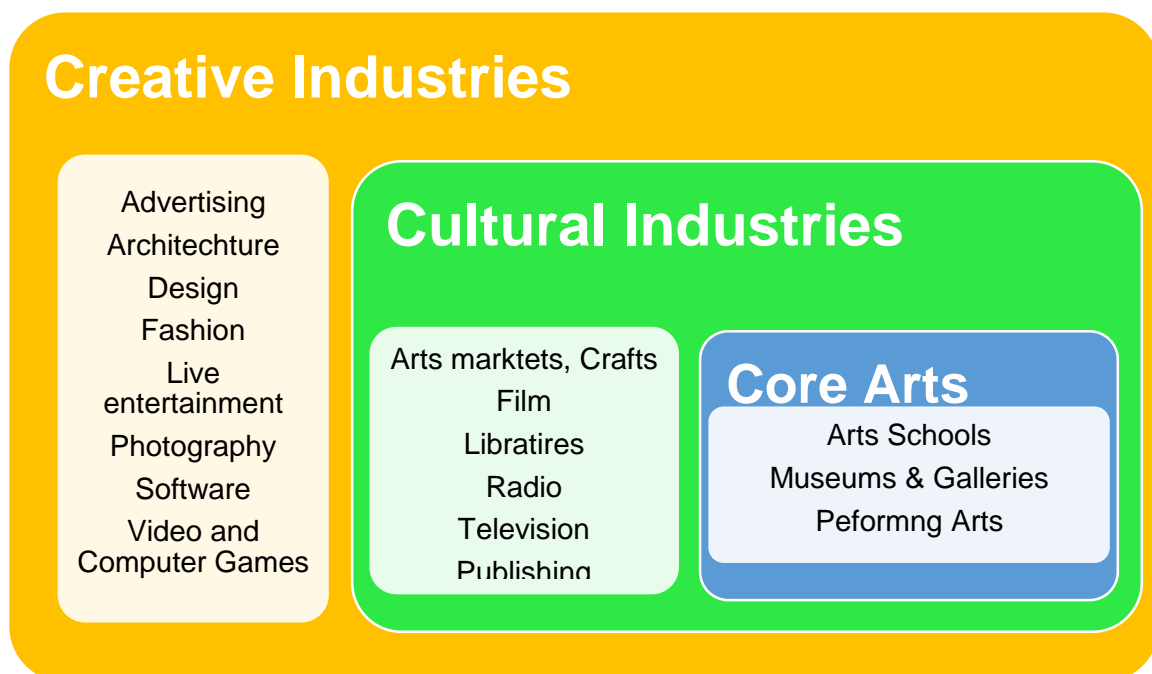
- Attribution (atribuire) — Trebuie să acordați creditul corespunzător, să furnizați un link către licență și să indicați dacă s-au făcut modificări. Puteți face asta în orice mod rezonabil, dar nu în vreun mod care să sugereze că licențiatorul vă aprobă pe dumneavoastră sau utilizarea dumneavoastră.
- NonCommercial (noncomercial) — Nu puteți utiliza materialul în scopuri comerciale.
- ShareAlike (distribuire în condiții identice) — Dacă remixați, transformați sau construiți pe baza materialului, trebuie să distribuiți contribuțiile dumneavoastră sub aceeași licență ca și originalul.

1. Prezentarea generală a TEMEI

Tema prezintă esența industriilor culturale și creative (ICC) și specificul acestora ca domeniu de activitate economică în curs de dezvoltare rapidă care favorizează creșterea economică, crearea de locuri de muncă și veniturile din exporturi, promovând în același timp incluziunea socială, diversitatea culturală și dezvoltarea umană, în special la nivel local și regional. Se acordă atenție interpretării ICC ca sectoare interdisciplinare cu un potențial ridicat de absorbție a cunoștințelor, care se bazează, de asemenea, pe resursele și patrimoniul local.

2. Rezumatul TEMEI

Industria culturale și creative sunt recunoscute ca motoare de creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii pentru Europa. Pe lângă contribuția la creșterea economică, acestea încurajează coeziunea socială, alimentează inovațiile și creează locuri de muncă la nivel local și regional, în ciuda provocărilor cu care se confruntă economiile europene în urma bugetelor publice restrictive de după criză. Ele generează inovații ne-tehnologice care fac cel mai eficient legătura între prioritățile de dezvoltare socială și economică. În plus, trebuie să se țină seama de o distincție între industriile culturale și cele creative: industriile culturale sunt determinate la nivel regional, se bazează pe resurse locale și aduc valoare comunităților prin crearea de locuri de muncă la nivel regional și local, în timp ce industriile creative se referă la economia globală.



Sursa: Tomczak, Paulina & Stachowiak, Krzysztof. (2015). *Location Patterns and Location Factors in Cultural and Creative Industries. Quaestiones Geographicae*. 34. 7-27. 10.1515/quageo-2015-0011.

În ultimele patru decenii, ICC au cunoscut o dezvoltare extraordinară, devenind unul din cele mai dinamice sectoare, cu posibilități uriașe de dezvoltare ulterioară, atât lateral, cât și ca mărime.

Definițiile industriilor culturale și creative sunt diverse. În cele ce urmează, ne vom axa, în principal, pe cele care sunt aplicate în contextul european – cele ale UNESCO, ale Uniunii Europene și ale unor țări europene cu politicile cel mai bine articulate în domeniul ICC.

Definiția industriilor creative de la Departamentul pentru Cultură, Media și Sport al guvernului britanic este următoarea: “Acele industrii care își au originea în creativitatea, abilitățile și talentul individual și care au un potențial de creare de bogăție și de locuri de muncă prin generarea și exploatarea proprietății intelectuale”.

Uniunea Europeană consideră ICC toate industriile (grupuri de entități - întreprinderi și afaceri) care aparțin sectoarelor culturale și creative (SCC). Mai mult, SCC sunt definite ca fiind toate sectoarele ale căror activități se bazează pe valori culturale sau pe alte expresii artistice creative individuale sau colective (Propunere de Regulament al Parlamentului European și al Consiliului de instituire a Programului Europa Creativă (2021-2027)). Este recunoscut la cel mai înalt nivel politic faptul că ICC, în special SCC, în general, au o valoare economică foarte mare, pe lângă consolidarea noțiunii de identitate europeană, a valorilor și a patrimoniului comun, deoarece sunt intensive în cunoștințe și talente, generează inovații și o creștere ridicată și oferă o nișă pentru antreprenoriat și activități independente, în special pentru tineri.

Atunci când vorbim despre ICC în Europa, trebuie să luăm în considerare faptul că sectoarele culturale și creative din Europa reprezintă 4,4 % din PIB-ul UE, că acestea creează 12 milioane de locuri de muncă cu normă întreagă și o valoare adăugată la PIB de 509 miliarde de euro (Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry. Disponibil online: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/cd264783-3977-11e9-8d04-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-119795248>)

Ce anume face din ICC un sector atât de agil și dinamic al economiei? În primul rând, este interdisciplinaritatea, care permite ICC să fie independente, dar și să se afilieze la orice alt sector în creștere și, prin promovarea altor sectoare, să se dezvolte și ele, de asemenea.

UNESCO definește industriile culturale și creative (ICC) ca fiind “sectoare de activitate organizată al căror scop principal este producția sau reproducerea, promovarea, distribuția și/sau comercializarea de bunuri, servicii și activități de natură culturală, artistică sau legată de patrimoniu.” (UNESCO, 2015). Această definiție include nu numai produsele finale ale creativității umane, dar și întregul lanț de activități de sprijin necesare pentru a susține crearea, producția și distribuția produselor creative, cum ar fi meșteșugurile, producția alimentară, tipărirea sau difuzarea.

ICC apar sub diverse forme:

Creative Industries			
HERITAGE	ARTS	MEDIA	FUNCTIONAL CREATIONS
Traditional cultural expressions art crafts festivals celebrations	Visual arts painting sculpture antique photography etc.	Publishing and printed media books newspapers press and other publications	Design interior graphic fashion jewellery toys
Cultural sites historical monuments museums libraries archives etc.	Performing arts live music theatre dance opera puppetry circus etc.	Audio-visuals film television and radio broadcasting	Creative services architecture advertising creative R&D cultural services digital services etc.
		New media digitalized content software video games animations etc.	

Sursa: Northern Future Forum: <https://www.nff2015.is/themes/creative-industries-growth-engine-for-the-future/>

ICC au un rol major în cea de-a patra revoluție industrială și a internetului care a condus la transformarea digitală a societății moderne (cunoscută sub denumirea de Industria 4.0). Această conotație este și mai importantă în contextul economiei experienței, în care bunurile și serviciile sunt evaluate în funcție de experiențele pe care le creează pentru clienți (Pine și Gilmore, 1998). Lanțul de creare a valorii în ICC definește în mare măsură procesul de monetizare a rezultatelor activităților creative umane și de transformare a acestora în produse comercializabile, al căror consum depinde în mare măsură de implicarea și interpretarea clienților (i.e. experiențele create).

Complexitatea ICC face ca definirea acestora să fie o provocare, în special atunci când se definesc procesele tipice din industrie, echipele tipice sau obiectivele tipice ale rezultatelor. De aceea, este extrem de important să se înțeleagă ramura particulară a industriilor creative în care se dorește implicarea, pentru a putea dezvolta cu succes și latura comercială a efortului.

ICC oferă platforme în care artiștii își pun în aplicare ideile creative, adesea în combinație cu alți creatori, pentru a realiza un produs cultural sau un serviciu cu valoare adăugată pentru consumator/client, ceea ce înseamnă că producția creativă trebuie să fie însoțită de simțul comercial, de integrarea cu alte sectoare (de exemplu HoReCa), de o bună organizare și de o rețea adecvată.

The creative industries value chain: where and how is wealth created.

5. AUDIENCE

RECEPTION:

Journalists, trade journals, festival commentary, awards, academies

1.BEGINNINGS:

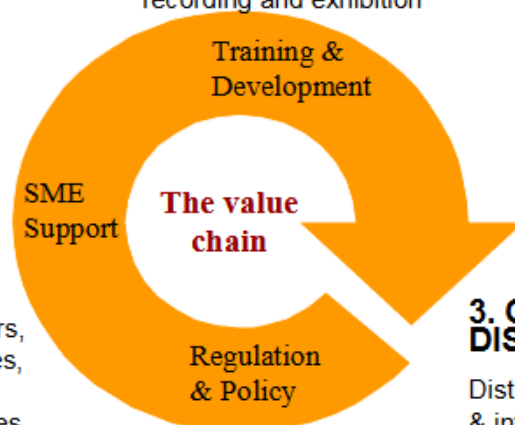
- the idea, the context, the rich heritage, the project funds and finance for development, promotion, recording and exhibition

2. PRODUCTION:

- the people, the processes, the sites of productions, the facilities, the equipment and suppliers, the designers

4. DELIVERY MECHANISMS:

Exhibitors, broadcasters, retail outlets, live venues, performance spaces, gallery/ exhibition spaces



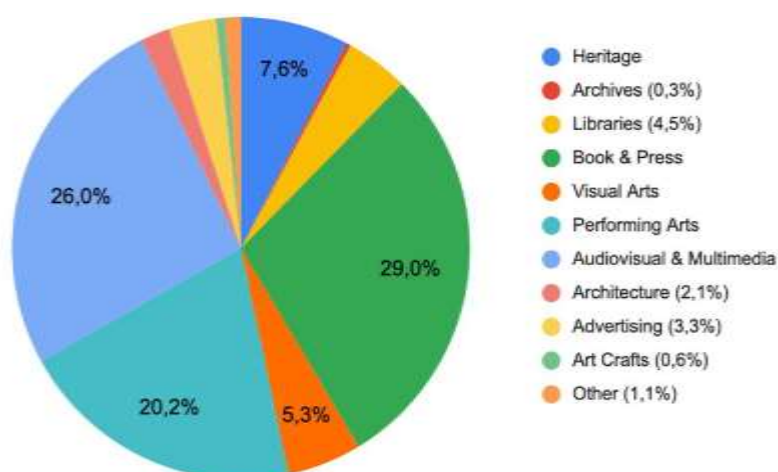
3. CIRCULATION/ DISTRIBUTION

Distributors, agents, marketers & intermediaries,

Core Problems: absence of **business savvy**, **poor integration** with other economic sectors (tourism), lack of **appropriate training and mentoring support** specifically for arts and culture managers, administrators and programming staff, **poor organisation**, lack of **clustering** and inadequate **networking**

Sursa: Value chain analysis used in Gauteng 's Cultural Industry Development Framework, SA, 2005

Numărul de organizații ICC pe sectoare ICC



Sursa: SACCI analysis of the European Transparency Register 2019: <https://ec.europa.eu/transparencyregister>, checked on 11/22/2019.

Eforturile de a construi o economie inteligentă în Europa au ca scop îmbunătățirea competitivității, menținând în același timp modelul economiei sociale de piață și folosirea

eficiență a resurselor. Cea mai mare parte a eforturilor de încurajare a inovării se axează pe folosirea potențialului de inovare existent în UE. În primul rând, este vorba de o piață internă uriașă, dar și de cercetători cu înaltă calificare, antreprenori și întreprinderi și de avantaje unice în ceea ce privește valorile, tradițiile și diversitatea.

Industria se diversifică și se dezvoltă în paralel cu provocările noi pentru a răspunde nevoilor și dorințelor din ce în ce mai fragmentate ale oamenilor moderni pentru forme individuale de comunicare, relaxare și recreere, empatie cu natura, pentru consumarea valorilor și patrimoniului cultural, explorarea de noi culturi și teritorii și așa mai departe. Organizațiile cu competențe diferite se bazează din ce în ce mai mult pe serviciile și cooperarea cu companiile creative pentru a-și îmbunătăți produsele și serviciile și a dobândi o nouă abordare față de clienții și partenerii lor. De aici rezultă interconectarea ICC cu sectoarele comunicațiilor, călătoriilor și turismului, educației, cercetării și așa mai departe.

Industria creativă nu sunt doar inovatoare în sine, ci reprezintă o forță motrice importantă pentru inovațiile din industriile necreative. Sprijinul acordat pentru includerea întreprinderilor din sectorul creativ în proiecte experimentale conduce frecvent la alte inovații. Acest lucru se datorează faptului că furnizorii de servicii creative tind să ajute companiile să dezvolte produse și servicii mai orientate către piață și către clienți.

Principalele caracteristici ale ICC care le fac indispensabile pentru dezvoltarea societăților moderne se referă la următoarele:

- Se bazează pe artă și pe cultură și nu pe utilitate
- Se bazează pe creativitate, creație și co-creație – ceea ce le face foarte rezistente la automatizare, iar locurile de muncă existente în aceste industrii sunt susceptibile să prevaleze în paralel cu automatizarea celorlalte domenii ale vieții;
- Apar sub forma unor parteneriate ad-hoc între creatori individuali – ceea ce face ca parteneriatul creativ să fie versatil și foarte productiv în ceea ce privește ideile și operele noi, dar și foarte vulnerabil din punct de vedere organizațional și economic, deoarece predomină munca bazată pe proiecte;
- Generează soluții noi /inovații în alte sectoare ale economiei;
- Se bazează pe crearea de rețele și grupuri și pe diseminare;
- Promovează coeziunea și incluziunea socială, bazându-se pe valori, atitudini, cunoștințe, convingeri și alte elemente comune;
- Creează experiențe și valoare personală și senzații individuale pentru fiecare consumator;
- Permeabilizează toate celelalte sectoare ale economiei – cu și fără digitalizare;
- Sunt cel mai direct legate de turism (deoarece generează adesea nucleul produselor turistice), recreere și educație, însă, odată cu progresul VR și AR și al internetului, se întrepătrund peste tot;
- Se așteaptă să genereze soluții la provocările globale, regionale și locale cu care se confruntă societățile moderne.

3. Referințe

European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, (2019). *Impulse paper on the role of cultural and creative sectors in innovating European industry*, Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/509380>

European Parliament (2019), European Parliament legislative resolution of 28 March 2019 on the proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council establishing the Creative Europe programme (2021 to 2027) and repealing Regulation (EU) No 1295/2013 (COM(2018)0366 — C8-0237/2018 — 2018/0190(COD)), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52019AP0323&from=EN>

Tomczak, Paulina & Stachowiak, Krzysztof. (2015). *Location Patterns and Location Factors in Cultural and Creative Industries*. *Quaestiones Geographicae*. 34. 7-27.

UNESCO (2015). *Cultural Times. The First Global Map of the Cultural and Creative Industries*. https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf
<https://slideplayer.com/slide/3463854/>