

panorama

inforegio

29

Primăvara 2009

Creativitate și inovare

Stimularea competitivității în Regiuni

EDITORIAL

Danuta Hübner

3

TRECERE ÎN REVISTĂ

4-7

Un viitor inovator și creativ pentru Europa

8-11

INTERVIU

12-13

GENERAL

Capitala europeană a culturii: Liverpool 2008

14-17

LA FAȚA LOCULUIUtilizează întregul potențial al persoanei –
arta ca drum către un spațiu de lucru creativ

18-19

BAZĂ COMUNĂ

Să acționăm împreună pentru a promova creativitatea și inovarea

20

AFLĂ MAI MULTE

21

DIN CULISELE DG REGIO

Viitorul Politicii europene de coeziune

22

ÎN INTERIORUL MUSIKPARK DIN MANNHEIM

23

ÎN INTERIORUL CENTRULUI PENTRU NANO-SĂNĂTATE

24-25

LUCRUL ÎN REȚEAA cincea conferință „Regiunile pentru schimbarea economică” –
Lucrul în rețele pentru obținerea de rezultate

26

NUMĂRUL TRECUT, NUMĂRUL URMĂTOR

27

AGENDĂ

28

EXPRIMAȚI-VĂ OPINIA

Fotografii (paginile):

Coperta © EC

Paginile 3, 4, 5, 8/9, 18, 19, 21, 24/25, 26 – © EC

Pagina 6/7 – © Conseil général de la Savoie

Paginile 9, 11, 12/13, 27 – © iStockphoto

Paginile 14-17 – © Peter Claesson

Pagina 22 – © Ivo Kljuce (Musikpark Mannheim GmbH)

Pagina 23 – © Tim Claypole

Editor: Raphaël Goulet, Comisia Europeană, DG Politică Regională

Această publicație este tipărită în engleză, franceză și germană pe hârtie reciclată

și este disponibilă online în 22 de limbi la http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/panora_ro.htm

Opiniile exprimate în această publicație sunt cele ale autorului și nu reflectă neapărat opiniile Comisiei Europene.



Trăim în mijlocul unei Uniuni Europene care vibrează de o bogată diversitate și care debordează de energie creativă și de idei inovatoare. După cum spunea un orator la o conferință care a avut loc recent, fiind „destul de mari cât să conteze, destul de mici pentru a se implica”, regiunile sunt ideal plasate pentru a stimula această bogăție naturală și pentru a face tot posibilul să o promoveze.

Această ediție a publicației Panorama subliniază importanța creativității și inovării pentru o Europă sănătoasă și prosperă, lucru recunoscut de către Comisie în totalitate, prin desemnarea anului 2009 ca Anul Creativității și Inovării. De-a lungul anului, Comisia va promova dezbateri pentru a găsi modalități de dezvoltare a potențialului creativ și inovator al Europei și să atragă atenția asupra importanței creativității și inovării ca stimulente esențiale pentru dezvoltarea personală, socială și economică.

Dezbateră ridică semne de întrebare. Cum definim conceptele-cheie, creativitate, inovare și cultură? Cum interacționează aceste elemente? Cum pot cultura și creativitatea să stimuleze inovarea? Arta și afacerile – sunt precum apa cu uleiul, sau se pot stimula reciproc? Cum putem ajuta oamenii să-și atingă potențialul de gânditori creativi și inovatori? Care este rolul educației și al formării permanente în a face populația să fie mai dinamică, mai încrezătoare, mai creativă? Panorama examinează câteva dintre întrebările esențiale și analizează câteva proiecte care demonstrează cel mai bine cum creativitatea și inovarea pot determina schimbarea.

Sper că desemnarea anului 2009 ca Anul Creativității și Inovării va acționa ca memento pentru noi despre nevoia de a persevera în eforturile noastre de a moderniza și inova.

Pe fondul unei competitivități mereu mai acerbe și a importantelor provocări globale, practicile inovatoare și soluțiile creative reprezintă o trambulină către creșterea economică și bunăstarea regiunilor și țărilor noastre. Abilități, idei, procese: toate se îmbină pentru a ne ajuta să câștigăm un avantaj competitiv.

Europa nu trebuie să reacționeze la criza actuală reducând investițiile în aptitudini și inovare. Trebuie să avem încredere, să ne bazăm pe calitatea ideilor noastre și pe capacitatea noastră de adaptare. În același timp, trebuie, desigur, să facem în așa fel încât finanțarea publică disponibilă să facă mai multe eforturi și să producă rezultate mai bune.

Danuta Hübner

Comisarul pentru politica regională

” Practicile inovatoare și soluțiile creative reprezintă o trambulină către creșterea economică și bunăstarea regiunilor și țărilor noastre. **”**

UN VIITOR INOVATOR ȘI CREATIV

PENTRU EUROPA

2009 – Anul European al Creativității și Inovării își propune să inspire reabordarea la nivel general a semnificației creativității și inovării și a modului în care acestea contribuie la dezvoltarea noastră personală, economică și socială. Ideea este una generală, cuvintele greu de definit, cu toate că domeniul atrage tot mai mulți cercetători, și pentru moment rezultatele rămân greu de cuantificat. Și totuși, fără îndoială, pentru ca UE să rămână competitivă și să promoveze valorile transmise de statele sale membre, aceste aspecte trebuie explorate.

Definirea ideilor, dezvoltarea de politici

Inovarea și economia cunoașterii, trecerea la o economie creativă, educația pentru creativitate și inovare, creativitatea și inovarea în sectorul public, diversitatea culturală ca vehicul al creativității și inovării, provocările dezvoltării durabile, potențialul unor industrii creative și culturale – toate aceste chestiuni se vor clarifica pe măsură ce, pe parcursul anului, vor avea loc mai multe dezbateri.

În timp ce aceste debateri-cheie sunt pregătite la Bruxelles, în regiunile UE Anul European al Creativității și Inovării va urmări:

- să creeze legături mai strânse între artă, afaceri, școli și universități;
- să sensibilizeze tinerii cu privire la spiritul antreprenorial prin cooperarea cu lumea afacerilor și
- să dezvolte capacitatea inovatoare în cadrul organizațiilor publice și private.

Pentru a menține interesul oamenilor față de aceste teme, personalități proeminente din întreaga Europă au fost desemnate Ambasadorii Anului. Multe dintre aceste figuri cunoscute, provenite, de exemplu, din lumea muzicii, a cercetării științifice și a arhitecturii, și-au publicat ideile proprii despre ceea ce înseamnă „creativitate” și „inovare”, pe site-ul internet dedicat Anului European al Creativității și Inovării.

Menținerea unei Europe competitive

Ideile creatoare și soluțiile inovatoare se dovedesc a fi cruciale pentru ca Europa să iasă din umbra crizei economice care a izbucnit la sfârșitul lui 2008. „Stimularea competitivității și ocupării forței de muncă în Europa, mai ales în climatul economic dificil actual, implică idei noi și o gândire progresistă”, explică comisarul pentru dezvoltare regională, Danuta Hübner.

Politica generală a UE este Strategia de la Lisabona pentru creștere și locuri de muncă, iar Anul European al Creativității și Inovării își propune să pună mai mult accent pe imaginație, cultură, creație și inovare, în vederea îndeplinirii obiectivelor stabilite în cadrul strategiei.

Există, însă, pericolul ca, pe măsură ce organizațiile publice și private își vor strânge curelele, acestea să își reducă și bugetele pentru activitățile ale căror rezultate sunt greu de cuantificat și care nu aduc beneficii imediate. „Europa nu trebuie să reacționeze la criză reducând investițiile în aptitudini și inovare. Trebuie să avem încredere, să ne bazăm pe calitatea ideilor noastre și pe capacitatea noastră de adaptare. În același timp, trebuie, desigur, să facem în așa fel încât finanțarea publică disponibilă să facă mai multe eforturi și să producă rezultate mai bune”, a avertizat comisarul Hübner.

Prin redefinirea orientării sale strategice pentru următoarea decadă, UE ne cere să ne gândim la ce înseamnă pentru noi creativitatea și inovarea și la modul de promovare a tuturor acestor aspecte la toate nivelurile, politic, profesional și personal.





” Proiectele inovatoare aflate în centrul atenției astăzi demonstrează cu claritate felul în care politica de coeziune poate realiza o diferență și sunt o inspirație pentru alte regiuni europene ”
a explicat comisarul pentru politica regională, Danuta Hübner.

Proiectele cele mai inovatoare ale Europei recompensate la premiile RegioStars

Pe 16 februarie, la Bruxelles au fost decernate premiile RegioStars 2009 pentru ideile cele mai bune și mai strălucite din cele patru colțuri ale UE, din Wallonia până în Réunion.

Proiecte cofinanțate de FEDR au concurat pentru a câștiga recunoașterea calității de cel mai inovator proiect din domeniul lor în una din următoarele trei categorii: cercetare, dezvoltare tehnologică și inovare; adaptarea la schimbările climatice sau diminuarea efectelor acestora; și spotul audiovizual care subliniază contribuția politicii de coeziune.

Diple Printing Technologies din Țara Galilor și Cenaero Research din Wallonia, Belgia, au fost desemnate împreună câștigătoare la categoria inovare. Companiei Diple i s-au recunoscut meritele pentru cercetarea în domeniul tipăririi industriale de prim rang, cu un impact redus asupra mediului. Aceste cunoștințe au fost ulterior transferate în sfera mai largă a industriei tipografice din Țara Galilor, unul din sectoarele-cheie din această regiune.

Cenaero Research este un centru de excelență care susține eforturile inovatoare ale companiilor aeronautice din Wallonia, oferindu-le cunoștințe specializate pentru metode de simulare și modelare digitale.

Centrul de producție a energiei electrice fotovoltaice într-un mediu tropical din insula Réunion, Franța, a fost declarat câștigător la categoria schimbări climatice. Proiectul și-a fixat drept provocare adaptarea tehnologiei celulelor solare la condițiile nepropice ale unei insule tropicale, cu foarte puțin teren drept, deschis. Prin identificarea unor soluții la problemele cauzate de o viteză a vântului extrem de mare, precum utilizarea panourilor pliante, și de lipsa spațiului deschis, soluționată prin amplasarea de panouri pe gropi de gunoi acoperite, proiectul a contribuit la creșterea autonomiei energetice a insulei.

„Știți ce este ESPA?” a fost filmul de scurt metraj de informare publică care a câștigat la categoria audiovizual. Filmul, produs de Ministerul Economiei din Grecia și în care joacă un bine cunoscut actor, explică modul în care sunt îndeplinite obiectivele politicii de coeziune în Grecia.

„Proiectele inovatoare aflate în centrul atenției astăzi demonstrează cu claritate felul în care politica de coeziune poate realiza o diferență și sunt o inspirație pentru alte regiuni europene”, a explicat comisarul pentru politica regională, Danuta Hübner.

CUVINTE CARE NE DAU DE GÂNDIT

„Creativitatea poate fi considerată sursa de inovare supremă – care transformă idei creatoare în produse și servicii. Astfel, creativitatea este mereu implicată atunci când inovarea duce la rezultate economice.”

Hübner – Regiunile pentru schimbarea economică, 2009

„Un factor-cheie pentru creșterea economică viitoare este dezvoltarea deplină a potențialului de inovare și de creativitate al cetățenilor europeni, care se bazează pe cultura și excelența științifică europene.”

Concluziile Președinției, Consiliul European, 13–14 martie 2008

„Creativitatea și inovarea nu pot duce la economii durabile fără respectarea diversității culturale, care ea însăși este o sursă de creativitate și inovare.”

Ján Figel, Comisar pentru educație, formare, cultură și tineret – Regiunile pentru schimbarea economică, 2009

Studiul „Economia culturii” (KEA) a ilustrat într-un mod realist fațetele multiple ale potențialului sectorului culturii: în 2004, 5,8 milioane de oameni din UE-25 erau angajați în acest sector (3,1 % din totalul populației angajate din UE-25), în timp ce sectorul reprezenta 2,6% din PIB-ul UE, reprezentând o cifră de afaceri de 654 de miliarde de euro. Același studiu a mai explicat faptul că funcția economică a culturii este extrem de importantă la nivel regional/local, întrucât cultura este un motor pentru dezvoltarea nucleelor creative și pentru dezvoltarea locală (festivaluri, turism cultural).

Inovarea și politica de coeziune – povestea până în prezent

„Nivelul regional este extrem de important pentru acțiuni atunci când vine vorba de implicarea inovării și creativității în dezvoltarea economică. Ele sunt suficient de mari pentru a conta și destul de mici pentru a ne păsa de ele. Regiunile și orașele sunt factorii principali.” Rudolf Niessler, Director în cadrul DG Regio, Regiunile pentru schimbarea economică, 2009.

Politica europeană a inovării s-a schimbat în timp. În anii '70, aceasta se concentra pe cercetare și dezvoltare, în anii '80 se baza pe transferul cunoașterii. În anii '90, a fost recunoscut faptul că inovarea nu este un proces liniar (cercetare–dezvoltare–exploatare), ci este produsul unui sistem mai complex în care este implicată o rețea de actori, printre care universități, cercetători, autorități publice și întreprinderi.

În cadrul programului politicii de coeziune pentru perioada 2007–2013, inovarea este percepută ca metodă cuprinzătoare de obținere a creșterii durabile. Aceasta înglobează ideea de încurajare a unei serii de activități în scopul creșterii la maximum a potențialului – putere prin număr.

Cum a beneficiat inovarea de susținerea politicii de coeziune

Politica de coeziune sprijină inovarea prin cofinanțare de la fondurile structurale, dezvoltarea guvernantei regionale bazate pe ceea ce reprezintă, în esență, o politică inovatoare a parteneriatului, dezvoltare strategică programată și evaluare. Regulamentele privind Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR) se referă la inovare în general în cadrul a patru articole.

În 2006, Comisia a solicitat o abordare mai integrată a inovării și a identificat domenii noi de acțiune. Aceasta a fost urmată de solicitarea Parlamentului European de alocare a unei proporții semnificative a finanțării de la fondurile structurale pentru a efectua investiții în cunoaștere, inovare și formare.

Cu toate acestea, ritmul în care practicile inovatoare se dezvoltă și dau roade poate fi lent. Având în vedere că este implicat un anumit grad de risc și că rezultatele sunt greu de cuantificat, este nevoie de timp și de securitate. Autorităților publice li s-a permis să pună în aplicare programe pe termen mediu și lung și prin aceasta se oferă un sprijin integrat pentru diferite aspecte ale dezvoltării economice și sociale. Antreprenorii și cercetătorii sau psihologii educaționali și autoritățile locale, de exemplu, se pot reuni și li se acordă timp să colaboreze într-un mod inovator. Finanțarea pe termen mediu și lung asigură planificarea strategică necesară.

Având ca obiectiv nivelul regional, programele politicii de coeziune reprezintă un vehicul deosebit de eficient pentru stimularea inovării, deoarece regiunile oferă proximitatea esențială pentru stimularea interacțiunii între producători, utilizatori și mediatori ai cunoașterii.

Contribuția culturii la coeziune – vector al creativității și inovării în Europa

Inovarea este deseori întâmpinată ca mijloc de progres către o societate mai unitară și durabilă și, în același timp, necesită adevărate modificări care îi pot înapăimânta pe oamenii.

În calitate de instrument al coeziunii sociale și teritoriale, cultura contribuie la crearea unui echilibru între tradiție și inovare, făcând posibil dialogul intercultural și intergenerațional și intensificând integrarea în societățile multiculturale. În calitate de catalizator al dezvoltării economice, cultura poate contribui la dezvoltarea și regenerarea urbană și la creșterea și ocuparea forței de muncă locale.

Aproape 30% din cheltuielile pentru cercetare și dezvoltare în UE-27 sunt în prezent concentrate în 12 regiuni, dintre care șase în Germania, două în Franța și câte una în Belgia, Danemarca, Italia și, respectiv, Suedia.

Primele 15 regiuni care cheltuiesc cel puțin 3,5% din PIB-ul lor pe cercetare și dezvoltare sunt în Germania (6), Suedia (4), Finlanda (3), Franța (1) și Regatul Unit (1).

Peste 86 de miliarde de euro sau 25% din totalul fondurilor structurale sunt alocate agendei pentru inovare, care include cercetarea și inovarea, exploatarea TIC, măsurile pentru spiritul antreprenorial și inovarea la locul de muncă.

Alte 6 miliarde de euro au fost alocate infrastructurii culturale, serviciilor și conservării patrimoniului cultural.

Strategiile regionale și locale sprijinite de politica de coeziune au integrat cu succes cultura în promovarea inovării și creativității în domenii precum:

- Moștenirea culturală;
- Dezvoltarea turismului durabil;
- Dezvoltarea socioeconomică în care sunt implicate parteneriate între sectorul creativ, industrie, cercetare și alte sectoare și
- Revigorarea economiilor locale prin dezvoltarea infrastructurii și a serviciilor culturale.

O santinelă alpină

Pe măsură ce traversezi peisajul impozant al înălțimilor Alpilor franco-italieni, ceea ce-ți taie răsufllarea nu este întotdeauna o simplă creație a naturii – uneori este opera omului. Mari clădiri fortificate se ridică deasupra rocilor și stâncilor, exploatând avantajele naturale ale topografiei – rămășițe dramatice ale unor vremuri tulburi apuse.

Costurile întreținerii acestor clădiri este o adevărată provocare. Turismul cultural, însă, poate fi o parte a soluției.

Aceste clădiri impunătoare au fost sărbătorite în cadrul unui proiect finanțat în cadrul programului INTERREG IIIA în perioada 2000–2006, care a reunit o rețea de oameni din sectorul public și privat din ambele țări. Acestora li s-au oferit sesiuni de formare și seminare și a fost promovată o rețea transfrontalieră pentru a ține persoanele din structurile de management la curent cu noutățile din domeniul conservării locurilor și al turismului cultural. Pe lângă faptul că a sprijinit siturile pentru a beneficia pe deplin de turism, proiectul a susținut, de asemenea, cercetarea în domeniul arhitecturii, istoriei și antropologiei care au dus la apariția acestor monumente.

Există o serie de exemple în domeniu care formează un mozaic de strategii regionale în care cultura a fost utilizată ca mijloc de dezvoltare locală și regională și de coeziune socială. Comisia urmează să lanseze în următoarele luni un studiu independent ce va oferi o imagine mai concretă a contribuției culturii la dezvoltarea economică a regiunilor și orașelor europene prin politica de coeziune europeană.

Cu siguranță, orice explorare viitoare a legăturilor pozitive dintre cultură, creativitate, inovare și economia mai largă este binevenită. Deși este clar că sectoarele culturale și creative pot stimula inovarea în alte sectoare ale economiei, se nasc trei întrebări:

- Cum poate contribui cultura la dezvoltarea aptitudinilor creative în cadrul învățării pe întreg parcursul vieții?
- Cum poate contribui cultura la identificarea soluțiilor creative la locul de muncă, inclusiv prin inovare socială?
- Cum poate contribui cultura la crearea de noi servicii și produse?

Regiunile 2020 – Rolul creativității și inovării în abordarea provocărilor viitoare

„Capacitatea de dezvoltare de idei noi și de transformare a acestora în produse și servicii inovatoare este esențială pentru dezvoltarea regională.” Katarina Mathernova, Director general adjunct, DG Regio.

Având în vedere perturbările de pe piețele financiare din întreaga lume și caracterul imprevizibil al dinamicii schimbătoare cu care se confruntă UE la începutul unei noi decade, a fost efectuată o analiză a provocărilor pe care Europa trebuie să le înfrunte.

Regiunile 2020 identifică patru provocări majore care nu pot fi soluționate decât printr-o gândire creativă și inovatoare:

• Globalizarea

Progresul științific și tehnologic este indus de globalizare, ceea ce face ca inovarea și cunoașterea să fie mai importante ca oricând. Deschiderea de noi piețe creează noi oportunități, dar pune la încercare, în același timp, capacitatea Europei de a se adapta la schimbările structurale și de a face față consecințelor sociale viitoare. Trecerea la o economie bazată pe cunoaștere și servicii este la fel de importantă ca și trecerea anterioară de la agricultură la industrie.

• Schimbările demografice

Structura pe vârste și ocupații a societății noastre se va schimba. Eficiența economică și egalitatea între vârste devin subiecte tot mai presante și sunt necesare soluții inovatoare. Modurile în care au fost tratate problemele ivite în etapele precedente ale dezvoltării UE trebuie să se schimbe, ca reacție la natura schimbătoare a problemelor însele. Problemele legate de migrație vor presupune, de asemenea, o abordare inovatoare pe măsură ce va crește presiunea asupra regiunilor celor mai sărace ale lumii din cauza schimbărilor climatice și a diminuării resurselor naturale.

• Schimbările climatice

Impactul schimbărilor climatice ocupă un loc central pe agenda europeană. Diminuarea acestuia prin reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră și adaptarea la schimbările inevitabile viitoare au nevoie urgentă de toate soluțiile creative și inovatoare posibile.

• Surse de energie sigure, durabile și competitive

Rezervele limitate însoțite de cererea crescută și necesitatea din punctul de vedere al mediului de reducere a emisiilor de carbon implică găsirea unor soluții inovatoare.

Trebuie să combinăm într-un mod creativ și inovator domeniile politice ale mediului, energiei, afacerilor sociale, dezvoltării economice, educației, inovării și culturii, pentru a răspunde provocărilor care ne așteaptă.

DIRK AHNER

Director general, Comisia Europeană, Direcția Generală Politică Regională

Un orator a prezentat la o conferință care a avut loc recent ideea că UE nu mai poate concura într-o lume globalizată numai pe baza productivității. Inovarea și creativitatea trebuie să devină cuvinte-cheie. Sunteți de acord cu această teorie?

Da, sunt de acord cu acest punct de vedere. Dacă dorim să fim în continuare competitivi într-o lume în continuă globalizare vă trebui să ne îndreptăm spre o economie bazată mai mult pe cunoaștere. Din păcate, se pare că în prezent distanța în materie de inovare se mărește din ce în ce mai mult între Europa și unii dintre principalii săi concurenți. O parte din problemă pare să vină din faptul că de prea multe ori UE nu reușește să transforme dezvoltarea tehnologică în produse și procese comerciale. Trebuie luate măsuri în mai multe sensuri: mai multe investiții în cercetare și tehnologie, promovarea inovării prin intermediul unor produse, procese și servicii noi sau ameliorate, care pot face față concurenței internaționale și acordarea unui sprijin mai consistent pentru sectoarele inovatoare și creative ale economiei. Mai mult de-atât, există multe dovezi că vecinătatea și cooperarea contează în dezvoltarea creativității și inovării. De aceea, politicile de dezvoltare regională pot și ar trebui să aibă un rol-cheie ca motoare ale progresului.

Ce se poate face pentru a stimula creativitatea și inovarea în domeniul dumneavoastră la nivel european, național și regional?

Eforturile noastre se concentrează mai ales pe creativitate și inovare pentru a promova o dezvoltare mai rapidă și crearea mai multor locuri de muncă. În cadrul politicii europene de coeziune, inovarea a fost desemnată în mod special politică prioritară și constituie un punct central al programelor politicii de coeziune pe perioada 2007-2013. Pe această perioadă, investițiile în inovare se vor tripla, în comparație cu perioada de programare anterioară (2000-2006). Politica de coeziune va contribui la cercetare, dezvoltare și inovare cu aproximativ 86 miliarde de euro – un sfert din totalul resurselor dedicate politicii de coeziune. O mare parte din bani este utilizată pentru stimularea creării de rețele și grupuri și pentru cooperare. Cum inovarea este cheia dobândirii și menținerii unui avantaj competitiv în economia globală, această investiție masivă în politica de coeziune are capacitatea de a stimula, accelera și sprijini transformarea economică și socială a regiunilor Europei și a UE ca întreg. Un element important în acest context este ca regiunile să colaboreze și peste frontiere. Zonele funcționale, ca de exemplu parcurile sau grupurile industriale, nu trebuie să fie stânjenite în acțiunile lor de dezvoltare efectuate peste frontiere, între regiuni și țări. Aceasta este și una dintre semnificațiile integrării europene. Cooperarea

teritorială sub forma cooperării transfrontaliere între microregiuni situate la frontieră, sau cooperarea transnațională în cadrul unei macroregiuni ca Marea Baltică, pot ajuta la stimularea creativității și inovării printr-un număr mare de contacte, schimburi și proiecte dezvoltate în comun.

Ce alte oportunități au regiunile care doresc să coopereze mai îndeaproape pentru stimularea creativității și inovării?



Implicarea în inovare și creativitate nu se rezumă la aspectul financiar. Politica de coeziune europeană încearcă să promoveze cooperarea, sprijinind o rețea întinsă a regiunilor Europei să facă schimb de experiență și de bune practici și să dezvolte noi oportunități. Noi inițiative includ rețelele conferinței anuale „Regiunile pentru schimbarea economică”, care au fost alese pentru a stimula un schimb continuu de experiențe în sprijinul inovării. Unul dintre scopurile principale ale acestei conferințe a fost ameliorarea cunoștințelor și stimularea inovării în interesul dezvoltării. Ceea ce este important pentru noi în contextul acestei inițiative este ca lecțiile învățate și ideile dezvoltate în rețele să găsească un loc în programele de dezvoltare regională și să fie transpuse în acțiuni concrete.

” Politicile de dezvoltare regională pot și ar trebui să aibă un rol-cheie ca motoare ale progresului. ”



KARL-HEINZ BRANDENBURG

Profesor și inventator al MP3-ului

Profesorul Karl-Heinz Brandenburg, unul din ambasadorii Anului creativității și inovării, este cercetător în domeniul tehnologiilor informației și comunicațiilor, directorul de cercetare din domeniul tehnicilor mass-media electronice, și directorul Institutului Fraunhofer pentru tehnologii mass-media digitale (IDMT). Activitatea profesorului Brandenburg a permis crearea multor metode moderne de codare audio, precum formatele MPEG Layer-3 (MP3) și MPEG-2 Advanced Audio Coding (AAC).

Un orator a prezentat la o conferință care a avut loc recent ideea că UE nu mai poate concura într-o lume globalizată numai pe baza productivității. Inovarea și creativitatea trebuie să devină cuvinte-cheie. Sunteți de acord cu această teorie?

Această afirmație este adevărată de multă vreme. În economia globalizată, Europa nu este acea regiune care deține resursele naturale și nici nu mai este „atelierul” lumii. Numai cele mai noi tehnologii și idei inovatoare vor permite Europei să fie competitivă în economia globală. Aceste idei noi reprezintă bogățiile secolului nostru – fie ele produse, fie servicii.

Există studii care arată că și în prezent, un mare procentaj al vânzărilor multor companii provine din produse dezvoltate doar în ultimii cinci ani. În unele domenii, există deja o separare a afacerilor care doar dezvoltă și vând idei, cele care le produc și cele care comercializează aceste produse, deseori chiar sub numele propriei mărci. În contextul acestei divizări internaționale a muncii, este importantă contribuția cât mai mare la idei și la inovări în egală măsură.

Ce credeți că poate fi făcut pentru a stimula creativitatea și inovarea la nivel european, național și regional?

Trebuie să gândim global și să promovăm creativitatea și inovarea. Aceasta se face la mai multe niveluri: sistemul școlar face parte din schemă, ca și instituțiile de educație continuă și universitățile. Dacă rămânem în urmă în acest domeniu, nu ne va fi posibil să fim mai creativi și inovatori decât alții. Creativitatea și inovarea reprezintă și o problemă de mentalitate: cei care vor să cunoască și să avanseze numai în domeniile în care sunt specializați vor eșua.

Ceea ce este important este să gândim dintr-o perspectivă diferită, să trecem dincolo de gândirea standardizată.

Știința este globală de multă vreme. Publicațiile științifice sunt accesibile în lumea întreagă și oamenii de știință sunt obișnuiți să coopereze pe tot globul. Această metodă de lucru trebuie încurajată, lăsând la o parte egoul național – aceasta va fi în interesul nostru, la nivel regional, național și european. Cercetarea și dezvoltarea și industriile creative trebuie să fie promovate în afara regiunilor noastre și recunoscute de către societate într-o mai mare măsură decât în prezent. „Anul Creativității și Inovării” ajută la sensibilizarea asupra acestor necesități, dar trebuie să acordăm prioritatea cuvenită și educației și cercetării.

Nu este creativitatea ceva ce ține de domeniul artistic? De ce este un subiect de interes pentru dumneavoastră, ca inginer ?

Chiar și în inginerie este importantă gândirea neconvențională. Ingineria înseamnă dezvoltarea tehnologiilor pentru a ajuta oamenii și pentru a ne face viețile mai ușoare și plăcute. Dacă aleg mereu aceeași cale, lucrurile ar deveni plictisitoare și nu ar mai fi posibil să rezolvăm problemele pe care le întâlnim în prezent. În concluzie: „nu se poate”, nu este un răspuns acceptabil, atâta vreme cât sunt respectate legile de bază ale fizicii. Inginerii trebuie să fie mereu pregătiți să descopere răspunsuri neașteptate la probleme bine cunoscute – la aceasta ne referim când vorbim despre „invenție”. Întâmplarea face ca mulți ingineri să fie activi și în arte, mulți dintre colegii mei de la institutul Fraunhofer fiind și muzicieni.

” Numai cele mai noi tehnologii și idei inovatoare vor permite Europei să fie competitivă în economia globală. ”



ODILE QUINTIN

Director General, Comisia Europeană, Direcția Generală Educație și Cultură



Un orator a prezentat la o conferință care a avut loc recent ideea că UE nu mai poate concura într-o lume globalizată numai pe baza productivității. Inovarea și creativitatea trebuie să devină cuvinte-cheie. Sunteți de acord cu această teorie?

Inovarea și creativitatea sunt cheia standardelor vieții noastre viitoare. Europa trebuie să fie mai inventivă, să inoveze mai mult și să reacționeze mai bine la tendințele pieței. Acest fapt a fost recunoscut la cel mai înalt nivel politic. O strategie extinsă de inovare pentru Uniunea Europeană a fost aplicată în ultimii câțiva ani și progrese semnificative au fost făcute în acest sens.

Capacitatea de inovare depinde de un mare număr de factori. Creativitatea este unul dintre aceștia, și nu este totuși exploatată la maximum. Relația „creativitate-inovare” cere investiții inteligente care pot aduce soluții noi și durabile și beneficii economiilor și societăților noastre. Acesta este mesajul-cheie al „Anului European pentru Creativitate și Inovare”. Mesaj care capătă o semnificație și mai profundă pe fondul tendinței financiare descendente curente.

Ce se poate face pentru a stimula creativitatea și inovarea în domeniul dumneavoastră la nivel european, național și regional?

Pentru dezvoltarea unor condiții care să încurajeze creativitatea și inovarea, trebuie amplificate acțiunile la toate nivelurile de guvernare. În acest proces trebuie implicați toți actorii publici și privați.

Creativitatea depășește granițele sectorului cultural/creativ, iar inovarea este mai mult decât cercetare și dezvoltare. Trebuie să încurajăm parteneriatele între diverse sectoare, ca de exemplu cultură, educație, cercetare, tehnologie, industrie și servicii publice. Trebuie să consolidăm calificările care permit dezvoltarea unei societăți îndreptate spre inovare.

Instrumentele comunității sprijină parteneriatele între afaceri ca fiind mijloace de stimulare a creativității, împreună cu mobilitatea și transferul de informații. Același sprijin trebuie să fie acordat și la nivel național, regional și local.

Sunt necesare dovezi concrete pentru construirea unei strategii eficiente și durabile în materie de creativitate și inovare.

Cu ocazia lansării noii faze a Strategiei de la Lisabona pentru creștere economică și ocuparea forței de muncă 2008-2010, liderii politici ai UE au confirmat faptul că „unul dintre factorii-cheie pentru creștere pe viitor este dezvoltarea extensivă a potențialului de inovare și creativitate a cetățenilor europeni, având la bază cultura europeană și excelența în știință”. Cum vedeți această implicare a culturii ca stimulent pentru creativitate și inovare?

Cultura nu este înrudită numai cu arta, ci și cu știința, educația, industria și economia în sens mai larg. Industriile culturale și creative contribuie la stimularea cercetării, dezvoltarea produselor și inovare în materie de servicii, marketing și comunicare, crearea unei imagini specifice a orașelor respective sau construirea comunităților. Folosind rețele și parteneriate, unde sunt necesare abilități diverse, este prezentat un nou model de dezvoltare într-o lume globalizată. Exemple în diferite regiuni și orașe europene arată cum poate fi folosită cultura în cadrul unei abordări integrate a dezvoltării durabile din punct de vedere economic și social.

Întrebarea este cum pot fi exploatate pozitiv efectele excedentare produse de cultură. Avem nevoie de strategii cu direcții foarte clare la toate nivelurile de guvernare care să maximizeze legăturile dintre cultură, creativitate, inovare și dezvoltare socio-economică. Acordând un loc culturii în politicile noastre, acordăm loc creativității și inovării.

” Întrebarea este cum pot fi exploatate pozitiv efectele excedentare produse de cultură. ”



JAMIE OLIVER

Bucătar-șef



Jamie Oliver este un șef bucătar recunoscut pe plan internațional și fondatorul fundației caritabile Fifteen Restaurant, care oferă posibilitatea efectuării unor perioade de practică tinerilor care au nevoie de o a doua șansă pentru a-și găsi locul în lume. Oliver, care a primit fonduri regionale pentru Fifteen în Cornwall, este și unul dintre actorii-cheie din spatele campaniei pentru mâncatul sănătos în școli în Marea Britanie.

Un orator a prezentat la o conferință care a avut loc recent ideea că UE nu mai poate concura într-o lume globalizată numai pe baza productivității. Inovarea și creativitatea trebuie să devină cuvinte-cheie. Sunteți de acord cu această teorie?

Nu sunt politician, așa că nu promit să fiu un expert în acest domeniu. Tot ce știu este că, indiferent de domeniul în care lucrezi, trebuie să te adaptezi în continuu, să te ameliorezi și, da, să inovezi. Dar nu are rost să inovezi dacă produsul tău nu este destul de bun. Când începem o nouă afacere ne întrebăm cum să depășim așteptările. Cum ne putem asigura că publicul va reveni mereu la noi pentru calitatea și accesibilitatea produsului pe care îl oferim și pentru adevărata creativitate investită în acest produs?

Aceasta este adevărata creativitate. Și dacă adaugi la această rețetă și o producție de cea mai bună calitate ai descoperit cum să ieși învingător – orice restaurant funcționează așa... toate restaurantele Fifteen sunt așa, inclusiv cel din Cornwall care a fost deja recunoscut de UE pentru inovările sale. Acest restaurant servește peste 80 000 de mese pe an, ceea ce înseamnă un sfert de milion de la deschiderea din mai 2006... creativ, inovator, productiv... de succes.

Peste 200 de mese de cea mai bună calitate pe zi înseamnă o productivitate impresionantă, dar oamenii nu pentru asta vin. Ei doresc ceea ce primesc în farfurie și aceasta vine din creativitatea în bucătărie. Ba mai mult, Fifteen este exemplul viu al inovării în acțiune, în sensul că această organizație primește tineri care au nevoie de o șansă în viață – de multe ori o a doua șansă – și îi transformă în bucătari cu o calificare și le dă șansa unei cariere bune. Aceasta are un mare impact asupra comunității locale din apropierea restaurantelor Fifteen și asupra industriei ospitaliere în general.

Ce se poate face pentru a stimula creativitatea și inovarea în domeniul dumneavoastră la nivel european, național și regional?

Mă gândesc deseori că sunt unele companii care nu sunt menite să inspire inovare – acestea se mulțumesc să avanseze în condițiile respective, iar când vin vremuri grele, sunt primele care suferă. Cred că în multe cazuri, aceste companii, ca și guvernele în unele cazuri, trebuie ori să inspire angajații să fie creativi, ori să angajeze oameni noi care pot fi creativi și pot să zdruncine puțin lucrurile. Fiți îndrăzneți și nu vă temeți să experimentați idei noi.

Banii europeni pot ajuta ca acest lucru să se întâmple... „permit”, cred că acesta este termenul folosit în jargon... toți acei bani, și acel talent... un întreg continent de oameni minunați cu care să lucrăm! Descoperiți, adoptați, încurajați și investiți în această șansă... și nu vă dați bătăuți dacă uneori eșuați... se poate întâmpla.

Cum vedeți relația dintre creativitate, cultură și provocările unei vieți într-o societate modernă?

Consider că societatea modernă oferă mai degrabă oportunități decât să ridice provocări în ceea ce privește creativitatea. Câțiva dintre oamenii de afaceri britanici pe care îi admir - Paul Smith, Richard Branson, de exemplu, prosperă într-o societate unde creativitatea este apreciată și consider că ar trebui să încurajăm mai multe persoane creative să vină cu idei noi.

Publicul este bun cunoscător în materie de creativitate în viața de zi cu zi – ei vor un design bun, cer o gândire inteligentă, sunt atenți la ce mănâncă și beau în ziua de azi în comparație cu acum 20 de ani... ei nu vor accepta ce a fost ieri. Sunt la zi cu tendințele culturii moderne.

” Indiferent de domeniul în care lucrezi, trebuie să te adaptezi în continuu, să te ameliorezi și, da, să inovezi ”

CAPITALA EUROPEANĂ A CULTURII: LIVERPOOL 2008

Lumea într-un singur oraș

Programul capitalei culturii își are debuturile în 1985, la Atena. De atunci, fiecare stat membru al UE a avut câte un an în care i s-a dat posibilitatea să-și promoveze un oraș, la alegere. În anul 2008 Liverpool a fost orașul nominalizat, cu un program impresionant „Lumea într-un singur oraș”.

Investiția UE de 1,5 milioane de euro a contribuit la proiectele de infrastructură din oraș. Aceasta a atras în schimb alte investiții comerciale promițând beneficii indirecte importante pe termen lung.

Liverpoolul a beneficiat din plin de cele 1 405 milioane provenind din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR), bani investiți în regiunea Merseyside, pe perioada 1994-2006. Dintr-un oraș în declin economic Liverpoolul s-a transformat într-un centru important de afaceri și activități culturale, finanțarea l-a ajutat să devină un concurent de succes la titlul de Capitală europeană a culturii.

Mulți dintre partenerii culturali care au organizat evenimente în 2008 au păstrat legătura între ei prin rețele locale. În plus, sunt create alte rețele între capitalele europene ale culturii.

Eveniment de deschidere

40 000 de vizitatori au sărbătorit debutul acestui an unic la Liverpool. Fostul membru al trupei Beatles, Ringo Starr, a fost atracția unei seri electrizante, la care au participat 800 de personalități.

Arta spectacolului

Evenimente muzicale inspiratoare au avut loc pe parcursul anului, implicând toate stilurile clasice și moderne. Sir Paul McCartney a revenit la stilul său inițial, susținând un concert mult așteptat pe stadionul Anfield, alături de alte trupe faimoase din Liverpool.

Artele vizuale

Arte noi au explodat în toate locațiile posibile din oraș, în același timp și cu festivalul bienal al artelor din Liverpool. Expoziții noi au atras un număr de vizitatori fără precedent la galerii și muzee. O expoziție Klimt de la muzeul Tate a fost principala atracție pentru mulți vizitatori, dar și spectacolele de stradă s-au dovedit a fi foarte populare. Un păianjen mecanic imens a transformat străzile, creaturi simbolice au luat diverse forme artistice și alte apariții ciudate au atras privirile în toate direcțiile.

Tranziția

Până la sfârșitul anului Liverpool și-a sărbătorit trecutul, a găzduit o cantitate impresionantă de evenimente culturale și a dobândit noi perspective de viitor. În 2009, Vilnius și Linz vor fi amândouă Capitale europene ale culturii.

„Cultura Liverpool” este elementul principal al promovării pe termen lung al acestui oraș, ca fiind una dintre cele mai bune destinații culturale europene.

Noul Liverpool

O serie de programe de afaceri și inițiative continuă să atragă mici întreprinderi în nord-vestul Angliei, profitând de profilul pozitiv pe care l-a câștigat regiunea.

Într-un sondaj de opinie 79% dintre respondenți au afirmat că Liverpool este „un oraș în ascensiune”.

Beneficiile la scară mai largă

Beneficii imediate pentru toți

Aceste investiții au sprijinit dezvoltarea infrastructurii în Liverpool. În 2008, Echo Arena și BT Convention Centre au avut câștiguri de 213 milioane de euro, și au deja rezervări până în 2014. O nouă companie de vânzare cu amănuntul, Liverpool One, care leagă centrul orașului cu docul Albert, a generat 2,16 miliarde de euro de-a lungul anului.

Pe o perioadă de 4 ani, până în 2008, au fost atrase investiții în comunitate și în arta publică. Programul „Comunități Creative” a stabilit teme pentru fiecare an între 2004 și 2007 pentru a elabora viziunea asupra realizărilor pe care le-ar putea aduce orașului anul 2008.

Pe parcursul anului, 15 milioane de oameni au participat la un eveniment cultural; mare parte dintre aceste evenimente au fost organizate în cadrul programului capitalei culturii. 70% dintre persoane au vizitat un muzeu sau o galerie.

3,5 milioane de vizitatori au venit în oraș. Aceștia au cheltuit aici 864 milioane de euro. Au fost făcute rezervări pentru un milion de persoane în hoteluri.

Mulți dintre vizitatori au vizitat Centrul de informare turistică, The 08 Place, care a și câștigat un premiu pentru serviciile foarte bune pe care le-a oferit. Vizitele la Centrul de informare turistică au crescut în general cu până la 150%. Programul de întâmpinare a oferit ocazia unui număr de peste 5000 de localnici să lucreze în sectorul turistic și să amelioreze serviciul clienți.

12 000 de articole au fost scrise despre Liverpool în lumea întreagă, ceea ce a dus la o îmbunătățire vizibilă a profilului acestui oraș, făcându-l mai atractiv pentru turiști.

Au fost implicați toți elevii din Liverpool. 67 000 de copii au luat parte la activități și spectacole.

Toate componentele comunității au fost prinse în atmosferă și au participat. Au fost comandate evenimente și lucrări pentru a implica localnicii. Au fost aduse în discuție chiar și teme mai delicate, precum crima și excluziunea socială.

Programul de voluntariat a inspirat peste 1000 de persoane să sprijine personalul angajat pentru evenimente, și să răspândească vestea despre ceea ce poate fi văzut, ceea ce se poate face și crea. Taximetriștii s-au înghesuit la expoziția Klimt, de la muzeul Tate, și unii au luat chiar și cursuri de artă modernă. Oamenii s-au întrecut să vadă noi tipuri de artă din toate sectoarele.

UTILIZEAZĂ ÎNTREGUL POTENȚIAL AL PERSOANEI –

ARTA CA DRUM CĂTRE UN SPAȚIU DE LUCRU CREATIV

Panorama vizitează Suedia, unde un proiect clădește alianțe creative între artiști și locul de muncă. TILLT plasează artiști în organizații pentru a ajuta angajații să dezvolte soluții creative la provocările prezente.

Mergând pe culoarele unui spital de la marginea orașului Göteborg din Suedia, totul pare a fi așa cum te aștepti. Podelele reflectă lumina din plafon, oameni în halate albe trec pe lângă tine cu un aer preocupat. Dar dacă te-ai fi plimbat pe aceste culoare cu câteva luni în urmă, te-ai fi alăturat pacienților și personalului pentru a urmări fascinat spectacolele oferite în saloane de dansatorul-coregraf Mattias Olaison.

„Văzându-ne prin ochii lui, am ajuns să vedem unele lucruri care ne-au făcut să fim ceea ce suntem și unele lucruri de care am uitat”, a spus Marianne Olsson, director de proiect la spitalul Angeredes Närsjukhus. „A surprins esența noastră și ne-a făcut să vedem acest lucru mai bine”. Acest proiect, rezultatul a două luni de cercetare de către artist în interiorul spitalului, este un exemplu al TILLT în acțiune.

TILLT, o societate suedeză cu sediul în Göteborg, derulează o serie de proiecte care plasează artiștii în spațiul de lucru al oamenilor. Programele, organizate pe termen lung, mediu sau scurt, au toate un lucru în comun: exploatează un mod de gândire specific unui artist anume, pe care îl introduc într-un spațiu de lucru, acesta devenind un catalizator al schimbărilor. Artistul, nevoile angajatorului, obiectivele, problemele, durata programului – toate elementele sunt asamblate cu asiduitate, ducând la o experiență la fel de unică ca și oamenii implicați în ea.

Iar schimbarea se produce, atât la nivel de recunoaștere reciprocă, comunicare și abordare a necunoscutului, dar și în ceea ce privește nivelurile productivității – cercetările efectuate de Institutul de Inovație și Tehnologie a Managementului (IMIT) din Göteborg indicând faptul că aceasta este în creștere, în timp ce nivelul concediilor de boală este în descreștere.

Înapoi la spital, Olsson declară fără urmă de îndoială despre personalul său că „opoziția față de incertitudine este mult mai slabă decât înainte”. Simțindu-se nesiguri și urmăriți atunci când Mattias a venit pentru prima dată, angajații nu știau la ce să se aștepte și multora li s-a părut deranjant. „Suntem în plină construcție a spitalului, drept care întrebarea nerostită era: «De ce ne faci asta?»”, spune Olsson răsând. Dar, ulterior, oamenii au

adoptat o atitudine pozitivă – lucru pe care acum managerii îl pot utiliza atunci când abordează idei noi. „Le reamintim ce surpriză ar putea avea dacă ar îndrăzni să facă ceva ce pare ciudat sau dacă ar privi un lucru dintr-un unghi diferit. Iar acesta este un instrument important pentru mine ca manager. Colaboratorii mei sunt mai deschiși, mai receptivi”.

Despre AIRIS

AIRIS – program cu durata de un an pus în aplicare de TILLT, în care artistul petrece primele două luni cercetând, muncind alături de angajați, observând spațiul de lucru, punând întrebări și, ulterior, elaborând sarcini menite să contribuie la îndeplinirea obiectivelor organizației.

Artistul și organizația sunt puși în legătură de Roger Sarjanen, manager de proiect la TILLT, care se consideră un sistem de alertă timpurie disponibil în orice moment, atât pentru artist, cât și pentru client, în cazul în care ar apărea vreo problemă.

Pe măsură ce trece timpul, atât el, cât și artistul se retrag în plan secundar, asigurând că conceptele și motivația vin din partea angajaților. Astfel, atunci când reprezentanții TILLT pleacă la sfârșitul anului, după o ultimă ședință cu organizația pentru a marca încheierea programului, aceștia lasă în urma lor schimbări de durată.



Aceste schimbări au fost remarcate de toți managerii interviuați. „Nu vă puteți imagina ce bine e să gestionezi oameni motivați și cărora nu le este frică să ia inițiativa”, spune Berit Hallersbo, șefa serviciului Resurse umane al autorității publice din localitatea Vara. După implementarea a 19 programe AIRIS cu durata de un an de includere a artiștilor într-un spațiu de lucru, această localitate este în măsură să vorbească despre acest subiect. Jumătate din personalul lor, format din 1 300 persoane, a fost implicat într-un proiect TILLT și se intenționează implementarea a încă 21 asemenea programe. „Vrem să găsim modalități care să contribuie la modul în care personalul nostru își dezvoltă metodele de lucru”, adaugă Hallersbo, convinsă că, prin aducerea artiștilor TILLT, tocmai a făcut acest lucru.

Cum a început?

La începutul secolului al XX-lea, societatea suedeză a adoptat noțiunea conform căreia arta și nevoia de cultură sunt fundamentale pentru traiul cetățenilor săi. Plecând de la dorința de recunoaștere a dreptului tuturor de explorare a artei și culturii,



a apărut noțiunea de integrare a artei în activitatea de zi cu zi. Până în 1970, impulsul luase forma unui lanț național de organizații care vindeau bilete de teatru, de operă și pentru expoziții angajaților din sectorul public și privat, la preț redus.

Pia Areblad a ajuns la filiala din Göteborg în 2001: apăruse internetul, iar oamenii se simțeau mai apropiați – vânzarea de bilete nu părea a fi o soluție. „Sectorul culturii și artei, Comisia pentru afaceri și cultură și Comisia pentru afaceri regionale, ne încredințase mandatul – atât la nivel regional, cât și la nivel local – să identificăm metode prin care arta și cultura să poată ameliora viața profesională și vice-versa”, explică Areblad, director executiv al TILLT.

Deși avea sarcina de a acționa la nivelul întregii regiuni, nu existau fonduri suplimentare pentru acoperi cele 48 de localități, pe lângă Göteborg. „Aceasta a fost o provocare și mie îmi plac provocările, pentru că trebuie să gândești într-un mod diferit și trebuie să adopți puncte de vedere noi.”

Schimbarea s-a produs – Pia Areblad a început doar cu încă un coleg, oferind bilete la preț redus la evenimente, și se baza în întregime pe finanțare din subvenții. În prezent, TILLT – chiar și numele este nou – angajează 10 persoane în plus, iar 65% din venituri provin din surse de auto-finanțare. Organizației tocmai i-au fost acordate două subvenții europene, iar printre membrii comitetului de conducere se numără Confederația Întreprinderilor Suedeze, sindicatele și sectorul cultural.

Replicarea TILLT în alte părți – cum se lansează un concept

Areblad a început prin a reuni organizațiile culturale din zona vizată, întrebându-le cum ar putea activitățile culturale profesionale să aibă rezonanță în mediul muncii din localitate. Apoi le-a invitat să devină organizații membre ale TILLT. Pasul următor a fost găsirea clienților – prima oprire: autoritățile locale; a urmat apoi includerea primarului localității în comitetul de conducere. „Decizia de a lucra cu arta și cultura ca mijloc de dezvoltare a mediului muncii dintr-o localitate trebuie să vină de la primarul acesteia,” explică Areblad.

După ce a obținut acordul primarului localității, a trecut la funcționarii publici responsabili cu dezvoltarea mediului afacerilor și resursele umane în localitate – autoritățile publice fiind mari angajatori în Suedia, numai municipalitatea din Göteborg angajând 50 000 de persoane. A fost întocmit apoi un plan creativ prin care autoritățile locale i se explica modul în care arta va fi utilizată în cadrul organizației sale.

Odată ce aceste lucruri au fost stabilite, a fost logic ca pasul următor al departamentului de dezvoltare a mediului afacerilor să

fie implicarea sectorului privat, îndreptându-se către întreprinderile din localitate. „Dacă vor înțelege felul în care competența artistică poate într-adevăr să dezvolte sectorul, vor comunica acest lucru”, spune Areblad.

„Tot ceea ce-ți trebuie sunt artiști profesioniști, autorități publice și un sector privat și poți urma acest model pretutindeni”, adaugă ea. E nevoie, într-adevăr, și de persoana cu viziunea și voința de a le reuni.

Arta și creativitatea sunt factori ai inovării și creșterii

Bertil Törsäter este directorul executiv al Dezvoltării regionale în zona de vest a Götaland. El este convins că organizațiile care explorează noi modalități de gândire acum vor avea șanse mai mari să exploateze oportunitățile care vor apărea odată cu eventuala redresare economică. „O minte creativă este deschisă la schimbare, iar noi tocmai trecem prin schimbare”, spune el. Zona de vest a Götaland este, proporțional, unul din cei mai mari investitori în cercetare și dezvoltare din lume, iar Törsäter este de părere că creativitatea depinde în mare măsură de aceasta.

AstraZeneca, o companie farmaceutică multinațională în care sunt angajate circa 60 000 de persoane la nivel global, asigură locuri de muncă pentru 2 000 de persoane – majoritatea cercetători – la filiala din Göteborg. Directorul filialei, Peter Nyström, este convins că Törsäter are dreptate. „Cultura, sănătatea, inovarea și competitivitatea se găsesc în proporții mari aici”. La nivelul companiei devine tot mai evident faptul că interfața dintre haos și ordine, pentru a-l cita pe Nyström, este cea care creează magia.

La fel ca toate activitățile economice, succesul companiei AstraZeneca depinde de capacitatea acesteia de a veni cu idei noi, ceva care, consideră Nyström, este indus de amestecul unor perspective diferite. Perspectiva creativă pe care o căutau a fost generată de participarea în cadrul a două programe AIRIS. Mikael Werner, director în cadrul filialei, spune că „e nevoie de curaj ca să-ți implici compania într-un proiect TILLT, pentru că nu știi cu ce te vei alege la sfârșit”. În ceea ce-i privește, ei s-au ales cu o organizație mai pregătită pentru schimbare: „Vedem schimbări în fiecare lună și, fără îndoială, în perioada de după proiect oamenii erau mai deschiși la schimbare și mai puțini stresați din cauza ei”.

Principala provocare pe care a identificat-o Nyström a fost menținerea motivației oamenilor: „Personalul pe care îl utilizăm nu e departe de a merita Premiul Nobel – și e greu să îți depășești propriile așteptări atunci când lucrezi la o capacitate de 80%. Trebuie să urci la 120%. Modurile de gândire pe care le putem utiliza în urma implementării proiectului AIRIS ne-au ajutat în acest sens”.

Törsäter susține că sprijinul pentru artă și cultură la nivel regional prezintă încă un beneficiu-cheie: acesta sporește atractivitatea regiunii pentru companiile externe: „trebuie într-adevăr să creăm un loc în care oamenii să dorească să muncească”, spune el. Volvo, AstraZeneca și alte companii multinaționale au filiale în Göteborg și utilizează un personal obișnuit să aleagă între marile zone metropolitane: „trebuie să explicăm cu claritate de ce ar trebui să aleagă să vină aici”, explică Törsäter. Crearea unor sisteme și arene noi pentru a încuraja cooperarea între mediul afacerilor și sectorul creativ este o soluție. „TILLT este un exemplu al unei noi metode de unire a două puteri și de consolidare a unui lucru multumită sinergiei.”

Cine plătește factura?

Organizațiile culturale plătesc o mică contribuție pentru a deveni membre și pentru a fi promovate. Autoritățile publice, la fel ca și sectorul privat, contribuie pentru a lua parte la programul implementat de TILLT, indiferent că e vorba de un proiect AIRIS cu durata de un an, de un „Creative Kick” creat pe măsură sau de formarea și sprijinirea membrilor săi de către TILLT pentru îndeplinirea rolului de „ambasadori culturali” în cadrul organizației.

„În felul acesta, nu suntem obligați să apelăm la politicieni pentru a le cere sume mari de bani. Costurile sunt suportate în comun: toată lumea contribuie, toată lumea câștigă”, explică Areblad.

Cultura și afacerile – mai mult decât un acord de sponsorizare

În zona de vest a Götaland, implicarea mediului de afaceri în cultură depășește nivelul de sponsorizare și nu se mai limitează la simple logo-uri inserate într-un program de operă. „Dacă utilizăm un artist într-un proiect AIRIS, acest lucru se reflectă în cifre: beneficiile pot fi cuantificate”, declară directorul departamentului Dezvoltare al Federației Suedeze a Comerțului, Hans Löwlund.

Acesta consideră că artiștii sunt oamenii cei mai deschiși, mai creativi și mai flexibili, dar nu-i interesează să fie angajați. „Ei își doresc să fie liberi”, explică el; „așadar, chiar dacă un director de resurse umane ar dori să găsească această personalitate excepțională, nu ar reuși”. Löwlund consideră că singurul mod prin care o persoană cu asemenea calitate ar putea fi adusă într-o companie este în cadrul unui proiect precum AIRIS, de trei, șase sau doisprezece luni. „Vezi cum, dintr-odată, compania dobândește o gândire mai deschisă, mai inovatoare, mai încrezătoare în forțele proprii”.

Artistul ca îndrumător spre soluții noi

Klas Ålander, director de comunicații, și Eva Degerman, director general de resurse umane, lucrează pentru FlexLink. Amândoi împărtășesc opinia lui Löwlund. Compania lor este implicată în logistică de producție, iar 2007 a fost un an dificil pentru ei. Decizia de schimbare a unui furnizor survenită la începutul anului a avut consecințe dezastruoase, ducând la pierderea câtorva locuri de muncă. „Colaboratorii s-au luptat din greu pentru a face

față cererii, iar acest lucru a creat probleme și mult stres. Sunt convins că prezența artistului aici ne-a ajutat, deoarece este vorba despre deschiderea perspectivelor”, spune Ålander.

Deși problemele interne au fost depășite, climatul financiar la nivel global rămâne o provocare. Ålander este convins că a sosit timpul să gândim inovator: „Companiile trebuie să gândească într-un nou mod. Arta și cultura sunt metode de păstrare a inovării într-o organizație”.

Gestionarea unui proiect AIRIS presupune angajament începând de la vârf, explică Degerman; „este important să nu fie considerată ca o chestiune care ține de resurse umane, pentru că este vorba de un proiect la nivelul companiei. Trebuie să explici foarte bine ce vrei să obții prin el și să crezi un grup, nu prea mare, care să se ocupe de gestionarea proiectului”. Organizarea proiectului și implicarea altor manageri este doar o parte a provocării. Mai trebui încurajați și angajații.

La început starea de anxietate a fost foarte mare. Personalul nu dorea deloc să facă acest lucru, „dar, după ce a început, s-au implicat 200% și a fost extraordinar”, spune Degerman. Oamenilor li s-a cerut să realizeze o lucrare artistică și s-a organizat o expoziție. „Lucrările nu mai încetau să sosească, chiar și după terminarea evenimentului. Odată ce au început, oamenii pur și simplu nu vroiau să se mai oprească”, își reamintește Ålander.



Cum acționează un proiect AIRIS în practică

„Din perspectiva managerilor – oamenii nu vor adora ideea de la bun început, dar trebuie să ai curaj și să fii încrezător în convingerile tale pentru a putea reuși. Trebuie să fii în stare să faci față atitudinii de anxietate a personalului pe parcursul procesului. Dar este și foarte amuzant. Pacienților le-a plăcut ideea; să stai într-o sală de așteptare și să vezi niște dansatori intrând și dansând a stârnit mult râsul și a fost distractiv într-un moment în care de obicei suntem îngrijorați” (Marianne Olsson, Director de proiect la spitalul Angereds)

Același entuziasm l-au demonstrat și angajații unei companii care produce izolații din vată minerală, PAROC, atât în timpul, cât și după implicarea TILLT. Șeful departamentului Resurse umane, Lars Lindström, a invitat TILLT să pună în aplicare două proiecte AIRIS până acum – un al treilea se află în curs de pregătire.

„Nu este niciodată momentul potrivit, iar oamenii vor spune că e posibil ca un proiect să fi mers bine în altă parte, dar spațiul lor de lucru este diferit. Oamenii vor căuta scuze. Dar trebuie să intri în joc. E nevoie de curaj”, spune el.

PAROC suferea de stagnare: industria grea era activitatea principală de o generație; utilizarea a cinci schimburi însemna că numai 20% din personal era prezent la muncă la un anumit moment și, deși cele două fabrici erau una lângă alta, zidul despărțitor era precum un munte. Erau în impas. „Vroiam ca oamenii să fie mândri de faptul că lucrează aici”.

Și există motive de mândrie: izolațiile din vată minerală pe care le produce fabrica sunt foarte eficiente din punct de vedere energetic. Produsele aduc beneficii evidente mediului, asigurând izolații mai eficiente decât alternativele – lucru de care Lindstrom vroia ca personalul să fie mândru. „În loc să-și spună «Abia am aterizat aici și deja plătesc prețul», vreau ca ei să-și spună «Am șansa de a lucra la PAROC și fac ceva pentru mediu»”, spune el. Așa că a introdus TILLT în companie.

Actorul/regizor selectat cu grijă și precizie de managerul de proiect al TILLT, Roger Sarjanen, a venit și a petrecut cele două luni obișnuite ascultând și observând.

Rezultatul: același personal, oameni diferiți

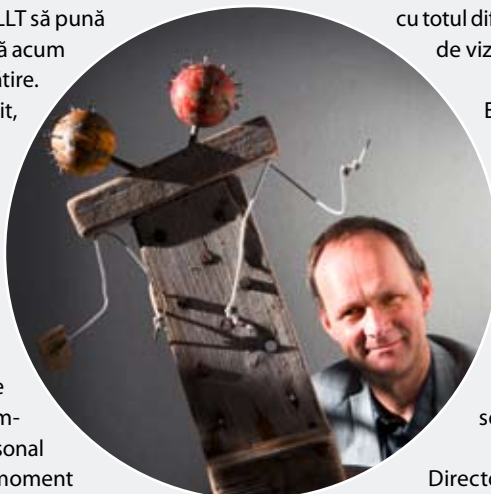
Apoi au fost trasate sarcinile. După câteva indicii despre cum se „privește” printr-o lentilă, angajații au fost puși să se fotografieze unii pe alții în modul în care considerau că ilustrează cel mai bine ceea ce fac. Realizarea fotografiilor și prezentarea lor ulterioară i-a strâns laolaltă pe angajați.

Conversația a devenit mai ușoară prin partajarea unei sarcini, fotografiile însele le-au oferit o nouă perspectivă asupra colegilor lor, iar calitatea imaginilor a fost o sursă de mândrie.

Au fost organizate concursuri cu teme simple la care au participat bărbați, mulți dintre ei în jurul a 50 de ani, care lucrau alături de 20, 30 sau chiar mai mulți ani fără să-și fi strâns mâna vreodată. Chiar și un concurs de scuipt a fost apreciat! Răsete, colaborare, recunoaștere reciprocă.

Un muncitor, șofer de motostivuitoare, și-a asumat sarcina de a colecționa sunete din fabrică, pe care le-a denumit „Cântecul mașinilor”. El a apărut la televiziunea suedeză în martie și a vorbit

despre rolul lui în proiect, afirmând că acum cultura este pentru el definiția ființei umane. Lindström explică: „Sarcina care i-a fost atribuită l-a făcut să privească mediul în care lucrează într-un mod cu totul diferit, iar produsul său, rezultatul acestei schimbări de viziune, îl privește, pe bună dreptate, cu mândrie.”



Expunerea în media nu poate face rău? În răspunsul său, Lindström vorbește despre un alt ingredient vital pentru succesul unui proiect AIRIS: calitatea sistemului de gestiune: „Publicitatea este deosebită, dar ceea ce mi place cel mai mult este faptul că dacă un motiv oamenilor de a se mândri atunci când se întâlnesc cu prietenii, familia sau vecinii la un grătar. Ei ajung să spună: «Am apărut în ziar săptămâna trecută». Ador când au un motiv să se mândrească.”

Directorul de fabrică Michael Gustavsson declară că, în anul de după proiect, producția a crescut cu 20%, o creștere spectaculoasă nemaiîntâlnită până atunci. Concediile de boală sunt la rândul lor în scădere. Intervievarea angajaților înainte de proiect a fost un eșec, numai 5% răspunzând la un chestionar referitor la calitatea vieții la locul de muncă. După proiect, au răspuns 95%. Se pare că acum angajații de la PAROC reușesc să comunice singuri. „Acum se întâlnesc după serviciu și petrec timp împreună”, spune Lindström. Datorită acestei viziuni, ei ajung chiar să se laude un pic.

Încotro acum?

Pasul pe care TILLT îl va face în continuare este să aducă o perspectivă europeană în activitatea lor – să-și transmită cunoștințele și să învețe de la alții încercând să îndeplinească un obiectiv similar.

Tocmai au sosit două subvenții din partea UE, care vor fi fundamentale pentru transmiterea bunelor practici ale TILLT. Aceasta va primi 1,5 milioane de euro pe an în următorii trei ani, 780 000 de euro pe an de la fondul european INTERREG IVA, iar restul din partea regiunilor participante din Scandinavia. Acești bani vor fi utilizați pentru a continua proiectul Interacțiune creativă la locul de muncă, în care sunt implicate patru regiuni: sudul Norvegiei, estul Norvegiei, nordul Danemarcei și vestul Suediei. Pe baza experienței acumulate de TILLT, se va pune accent pe crearea de noi metode, pe efectuarea de cercetări pentru evaluarea impactului eforturilor întreprinse până în prezent și pe asigurarea unei calități suficient de ridicate a muncii. Obiectivul general este păstrarea esenței artei ca forță de dezvoltare în Europa.

TILLT a primit, de asemenea, o subvenție de 150 000 de euro pentru a contribui la elaborarea primei Cărți Verzi a UE privind cultura, pentru a disemina cunoștințele acumulate legate de promovarea creativității și inovării în societate prin integrarea artei și culturii în viața noastră de zi cu zi.

„Știu că trebuie să facem față provocării de a dezvolta creativitatea și inovarea în Europa pentru a deveni economia bazată pe cunoaștere cea mai dinamică din lume. Trebuie să deschidem noi orizonturi mereu, iar arta este un mijloc de creștere. Este o călătorie, cu tot ceea ce implică aceasta”, spune Areblad.



SĂ ACȚIONĂM ÎMPREUNĂ PENTRU

A PROMOVA CREATIVITATEA ȘI INOVAREA

Oamenii și întreprinderile caută noi moduri de trai și de muncă. În Europa, gândirea noastră modernă produce știință inovatoare, soluții de afaceri mai bune și o varietate infinită de expresii culturale. Fie că vindem un produs fabricat sau căutăm noi metode de apreciere a artei, excelăm la capitolul găsirii de noi dimensiuni.

Strategia de la Lisabona pentru creștere și ocuparea forței de muncă, care vizează combinarea creșterii economice cu beneficiile mai importante pentru societate și mediu, constituie un cadru ideal de promovare a ideilor de afaceri care urmăresc acest scop. În afaceri, soluțiile inteligente se referă la produse cu o performanță mai bună și care aduc beneficii mai mari.

În viața culturală, metodele noi de prezentare și interpretare a operelor de artă, muzică, teatru sau cinema trădează faptul că publicul este mereu inspirat și incitat. Pieselor vechi li se dă o viață nouă și apar mereu forme noi de artă.

Comisia Europeană acordă deja prioritate finanțării produselor și soluțiilor creative și inovatoare. Anul European al Creativității și Inovării reprezintă punctul de plecare pentru identificarea priorităților comune printre diversele interese. El oferă un stimulente pentru dezbateri pe o serie de teme, de la cercetarea medicală la artă și operă, de la astronomie și spațiu la învățarea pe tot parcursul vieții și la jocurile IT educative. Iată câteva subiecte culese din diferitele direcții ale Comisiei.

Noi abordări pentru cercetare

DG Cercetare este obișnuită să lucreze cu ultimele descoperiri din știință și tehnologie. Proiectele de azi se referă toate la cercetarea complet integrată care răspunde nevoilor de piață și sociale, la niveluri diferite. Principalele priorități ale acestor proiecte sunt susținerea prosperității și competitivității UE, promovarea rolului științei în societatea modernă și conectarea cercetării naționale la proiectele derulate la nivel european.

Anul acesta, marele eveniment a fost **Research Connection '09**, în cadrul căruia s-au reunit oameni de știință, cercetători, antreprenori și industriași. Organizat în mai la Praga sub Președinția cehă a UE, în cadrul acestuia au fost prezentate numeroase proiecte de cercetare extrem de inovatoare care beneficiază deja de finanțare din partea UE. Participanții au fost impresionați de lucrările existente, dar, în primul rând, au beneficiat de consiliere privind modul de atragere a finanțării europene pentru cercetare pentru propriile proiecte și s-au întâlnit într-un mod informal cu investitori și colaboratori interesați care ar putea deveni parteneri.

Institutul European de Inovație și Tehnologie (EIT) este un organism nou, creat de Comisie, care urmărește să promoveze colaborarea dintre universități, centrele de cercetare și întreprinderi. EIT va avea ca obiectiv transferul de cunoștințe și să demonstreze că cercetarea duce cu adevărat la produse

comercializabile inovatoare. Principalele priorități vor fi în domeniile schimbărilor climatice, al energiei regenerabile și al tehnologiei comunicațiilor.

Anul European al Creativității și Inovării – instrument de afaceri

Talentul european pentru inovare face din UE centrul companiilor care furnizează produsele cele mai avansate din punct de vedere tehnologic, de înaltă calitate, și care promovează în același timp durabilitatea mediului și beneficiile sociale. Pentru a contribui la apariția și dezvoltarea a și mai multor întreprinderi, DG Întreprinderi și Industrie utilizează câteva metode noi în vederea îndeplinirii acestui obiectiv.

Prima Săptămână europeană pentru IMM-uri

a avut loc în mai, oferindu-le sprijin noilor întreprinderi și provocând IMM-urile existente să și lărgească orizonturile și mai mult. Fiind deseori punctul de plecare pentru cele mai multe dintre marile idei din jurul nostru, IMM-urile reprezintă un teren deosebit de fertil pentru concepte inovatoare și creative. Săptămâna a inclus o expoziție interactivă unică, **Experiența IMM**, în care mai multe exponate palpabile invitau vizitatorii „să vadă, să miroasă, să atingă și să asculte” cum e să fii întreprinzător.

Cultura ca factor de creativitate și inovare

În calitatea sa de coordonatoare a Anului European al Creativității și Inovării, DG Educație și Cultură utilizează bogata diversitate a inovărilor descoperite în proiectele culturale pentru a permite noi abordări ale activității economice și integrării europene. Cultura fiind elementul central al Anului, există oportunități de participare pentru fiecare în întreaga Europă, deoarece diferențele economice, sociale și etnice sunt lăsate la o parte.

Capacitatea noastră, a indivizilor, de creare și inovare generează un sentiment de satisfacție în interiorul nostru, care ne permite să ne exprimăm mai bine. Muzica, arta, teatrul, filmul și literatura constituie un mijloc de exprimare a laturii noastre creative în multe forme diferite. Din această experiență se obține un beneficiu personal și social foarte mare.





În același timp, cultura poate aduce, de asemenea, recompense economice și poate fi factorul de regenerare a domeniilor neglijate. Există o puternică logică din punct de vedere economic în promovarea programelor culturale și susținerea dezvoltării economiilor locale prin cultură. Nu numai că aceasta cultivă creativitatea și inovarea la nivelul participanților, dar și încurajează mobilitatea și schimburile profitabile între întreprinderi.

Cultura în centrul economiei și societății

Demonstrarea legăturilor dintre cultură, creativitate și inovare este fundamentală pentru **Agenda europeană pentru cultură**, primul cadru politic care a existat vreodată pentru integrarea culturii în afacerile europene. **Forumul Cultural European**, care va avea loc în septembrie 2009 la Bruxelles, va constitui o oportunitate pentru a profita de realizările de până acum și pentru a inspira pașii următori. În același timp, sunt promovate și alte priorități politice, precum încurajarea noilor aptitudini și a oportunităților de locuri de muncă, învățarea pe tot parcursul vieții, inovarea în industrie și utilizarea punctelor forte ale culturii într-o piață globală. Este vorba despre utilizarea ideilor creative și inovatoare pentru consolidarea puterii economice, precum și pentru garantarea bunăstării sociale și individuale.

Utilizarea experienței culturale în toate sectoarele

Anul **European al Creativității și Inovării** este pentru multe sectoare diferite o ocazie de a face cunoscute avantajele comune și de a profita de sinergii și de efectele secundare pozitive, așa cum reiese clar din programul evenimentelor de la nivel național și de la cel al UE. Evenimentele din domeniul artei, precum **expoziția** interactivă **Orbis Pictus**, au fost presărate cu inovări științifice în astronomie și spațiu, în timp ce concertele împart popularitatea cu noile descoperiri din eco inovare. La un alt nivel, **Imagine 09**, un nou concurs de design pentru școlile din Irlanda, a invitat elevii să proiecteze un obiect pentru clasa viitorului și să descrie modul în care consideră ei că acesta i-ar putea ajuta să învețe. Adevărata provocare este felul în care această viziune

poate deveni realitate prin introducerea altor aptitudini creative dezvoltate prin cultură în sectorul economic și încurajarea de noi parteneriate între domeniile culturii, educației, cercetării și tehnologiei, întreprinderilor, serviciilor publice și societatea noastră în general.

Dovezi noi ale beneficiilor culturii și creativității

Studiul recent **Economia culturii în Europa** a fost primul care a măsurat impactul economic direct al industriilor culturale și creative și beneficiile indirecte pentru regiunile UE și întreprinderi. Un nou studiu referitor la impactul culturii asupra creativității explorează legăturile încă foarte mult subestimate dintre cultură, creativitate, inovare și economie la nivel mai general.

În termeni economici, sectorul cultural este cel care deține primul loc la contribuțiile aduse creării de locuri de muncă și creștere. Dar, în primul rând, acesta contribuie, de asemenea, la dezvoltarea aptitudinilor creative în alte părți ale economiei, în special cele legate de TIC, stimulând performanța acestora și creând locuri de muncă în domenii mai interesante.

Companiile sunt în prezent mai bine dotate pentru a dezvolta tipuri de locuri de muncă inovatoare și tipuri de producție mai durabile. Această creștere este percepută în toate regiunile UE. Natura inclusivă a inovării culturale este un factor puternic de unificare a comunităților și de construire a unei viziuni concrete a felului în care integrarea în UE poate aduce prosperitate economică.





2009 Anul European al Creativității și Inovării

Site-ul internet oficial al Anului European al Creativității și Inovării

<http://create2009.europa.eu/>

Decizia (CE) nr. 1350/2008 a Parlamentului European și a Consiliului din 16 decembrie 2008 privind Anul European al Creativității și Inovării (2009), Jurnalul Oficial al Uniunii Europene L 348, 24.12.2008, p. 115. – <http://eur-lex.europa.eu/ro/index.htm>

Site-uri ale Comisiei Europene

Direcția Generală pentru Educație și Cultură a Comisiei Europene
http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/index_ro.html

Direcția Generală pentru Întreprinderi și Industrie a Comisiei Europene
http://ec.europa.eu/enterprise/index_ro.htm

Alte site-uri utile

eTwinning – comunitatea școlilor din Europa
<http://www.etwinning.net/ro>

Euro Creator – o rețea media digitală pentru școli
<http://www.eurocreator.com/>

Rețeaua de centre europene pentru întreprinderi și inovare
<http://www.ebn.be/>

Concursul de videofilme dedicate antreprenoriatului european 2009
http://ec.europa.eu/enterprise/policies/entrepreneurship/video-award/index_ro.htm

Institutul European de Inovare și Tehnologie
<http://ec.europa.eu/eit/>

Programul și prezentările de la conferința Regiunile pentru schimbarea economică (16–17 februarie 2009) „Lucrul în rețea pentru rezultate”
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/networking/programme_en.cfm?nmenu=4

Promovarea inovării în învățarea pe tot parcursul vieții
<http://www.elearningeuropa.info/>

Recomandarea nr. 2006/962/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 18 decembrie 2006 privind competențele-cheie pentru învățarea de-a lungul vieții, Jurnalul Oficial al Uniunii Europene, L 394, 30.12.2006, p. 10.

<http://eur-lex.europa.eu/ro/index.htm>

Primăvara europeană 2009 – Ideile pun în mișcare Europa

<http://www.springday2009.net>

Site-uri ale proiectelor menționate în acest număr

Grupările economice de întreprinderi culturale – consiliere financiară, informare și formare profesională pentru întreprinderi mici, antreprenori și persoane individuale în sectorul cultural și creativ.

<http://www.connectedcreatives.eu/default.aspx>

Restaurantele Fifteen ale lui Jamie Oliver, organizații de caritate care oferă tinerilor formare profesională pentru meseria de bucătari

<http://www.jamieoliver.com/fifteen>

Liverpool – Capitala Europeană a Culturii

<http://www.liverpool08.com/>

Centrul pentru nano-sănătate de la Universitatea Swansea

<http://www.swan.ac.uk/nanohealth/>

MusikPark – Mannheim

<http://www.musikpark-mannheim.de/web09/>

TILLT

[http://www.tillt.se/eng/airis.asp?m1=engAiris&m2=The %20concept](http://www.tillt.se/eng/airis.asp?m1=engAiris&m2=The%20concept)

Site-ul internet al numărului următor

Strategia UE pentru regiunea Mării Baltice

http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm

VIITORUL POLITICII EUROPENE DE COEZIUNE

Politicele în curs de elaborare – Panorama analizează în mod regulat ceea ce se întâmplă în miezul Politicii regionale, sediul Direcției Generale, Bruxelles

Viitorul Politicii europene de coeziune – Raport al unui expert independent

Pentru a da un impuls dezbaterii asupra Politicii europene de coeziune după 2013, Comisia l-a invitat pe Dl Fabrizio Barca, un cunoscut economist de la Ministerul italian de economie și finanțe, să pregătească un raport independent în care să analizeze eficacitatea politicii regionale și să facă recomandări pentru acțiuni viitoare. Subiectul este unul foarte important – sunt implicate probleme mai largi, ca de exemplu bugetul UE și prioritățile pe viitor ale Uniunii.

Dezbaterea asupra viitorului Politicii de coeziune a început în 2007 când a fost publicat al 4-lea raport de coeziune economică și socială. Acestuia i-a succedat documentul comisiei „Regiuni 2020” care a apărut în noiembrie 2008. Documentul a analizat, pentru prima dată, impactul probabil, pe termen lung, pe care l-ar avea cele patru mari provocări cu care ne confruntăm în zilele noastre: globalizarea, tendințele demografice, schimbările climatice și aprovizionarea energetică.

Timp de mai mult de un an, Dl Barca a organizat discuții și seminarii cu academicieni și factori de decizie politică din toată Europa, din Statele Unite și Noua Zeelandă. Raportul este rezultatul acestor discuții. Reflectând asupra realizărilor și administrării politicii europene de coeziune, raportul Barca pune

în discuție rațiunea economică și motivația pentru o politică de dezvoltare care se concentrează pe importanța amplasamentului: politici care iau în considerare caracteristicile locului în care vor fi implementate și înțelegerea faptului că locul unde va fi implementată o politică nu poate fi despărțit de modul în care aceasta va fi implementată.

Pe lângă examinarea importanței politicilor bazate pe amplasament, raportul Barca analizează și succesele și eșecurile de până acum ale politicii de coeziune și emite recomandări pe probleme-cheie de guvernare.

Oferă sugestii despre cum ar trebui să fie eficientizat și consolidat principiul de gestiune comună, în esență relația dintre statele membre și Comisie. Raportul recomandă de asemenea și ca evaluarea impactului să devină coloana vertebrală a politicii de coeziune și să fie creat un Consiliu pentru politica de coeziune în cadrul căruia să fie dezbătute anual rapoarte strategice de către fiecare stat membru.

Raportul este cu totul independent și nu reflectă neapărat punctele de vedere ale Comisiei. Concluziile acestui raport vor fi luate în considerare cu ocazia elaborării noii politici de coeziune, de după 2013.

Dl Barca și comisarul Danuta Hübner au prezentat publicului principalele rezultate ale acestui raport pe 27 aprilie la Bruxelles. O serie de discuții cu statele membre și actorii implicați va avea loc în lunile viitoare în cadrul diverselor evenimente organizate de președinția cehă și de cea suedeză a Uniunii europene.



Raportul Barca: o privire de ansamblu

Raportul arată că este nevoie de o reformă aprofundată a politicii de coeziune. Este necesară o abordare axată mai mult pe situația geografică, alături de o distincție clară între obiectivele economice și cele sociale și o conștientizare a problemelor existente la nivelul utilizării indicatorilor și a analizei de impact.

Raportul accentuează faptul că nu trebuie folosită politica de coeziune ca sursă de finanțare pentru a crea condiții egale. Ce face deci Uniunea pentru a se asigura că toate teritoriile europene și că toți cetățenii europeni au posibilitatea de a exploata la maximum oportunitățile oferite de către Uniunea însăși și să facă față riscurilor și amenințărilor conexe?

Raportul subliniază trei cerințe care trebuie îndeplinite pentru ca acest scop să fie atins:

- Obiective bine definite, bazate pe raționamente economice care pot fi verificate și evaluate;
- O justificare politică solidă și explicită, bazată pe situația actuală din Europa și care să răspundă așteptărilor persoanelor care locuiesc aici; și
- Un sistem administrativ care să tragă învățăminte din experiența acumulată, care să încurajeze participarea democratică și care are șanse credibile de a funcționa corect.

Pentru a consulta raportul complet, consultați:
http://ec.europa.eu/regional_policy/policy/future/barca_en.htm

În fiecare ediție, Panorama descoperă modul în care două proiecte se desfășoară din perspectiva oamenilor care le gestionează. Analizăm sușurile și coborâșurile gestionării proiectelor finanțate de FEDR: identificăm problemele și comunicăm soluțiile.

PROIECT

1

ÎN INTERIORUL MUSIKPARK DIN MANNHEIM

Fapte și cifre

Peste 5 milioane de euro vor fi investite în Musikpark și în proiectele Popakademie înrudite, în cadrul Obiectivului II. Finanțarea a început în 2004 și se întinde pe o perioadă de 15 ani.

În interiorul Musikpark din Mannheim

Un lucru ciudat cu privire la industria creativă este faptul că acest sector generează venituri mari, cu o cifră de afaceri care a depășit 654 de miliarde de euro în 2003 – 2,6% din PIB-ul UE din anul respectiv. Dar, când vine vorba să se investească în grupuri de tineri în blugi uzați, băncile nu mai sunt atât de interesate. După 20 de ani petrecuți în industria muzicii, Christian Sommer știe foarte bine acest lucru.

Cunoștințele pe care le deține și rețeaua largă de contacte l-au transformat în forța motrice din spatele Musikpark din Mannheim – proiect care asigură IMM-urilor nou-înființate în sectorul muzicii prima lor ieșire pe scenă.



Faceți cunoștință cu directorul de proiect, Christian Sommer

Muzica a pus stăpânire pe destinul lui Christian Sommers la sfârșitul anilor '80, când s-a lansat ca interpret/chitarist, dar abia în 1990 aceasta a devenit o ocupație permanentă. În 1992, și-a schimbat rolul, retrăgându-se în culise și devenind managerul unui grup numit Master Boy, care s-a bucurat de un succes de durată. „Au câștigat premii în întreaga lume. A fost un efort deosebit din care am învățat foarte multe”, își amintește Sommer.

Învățămintele, stresul și, mai presus de toate, contactele pe care și le-a creat au fost neprețuite, dar în 1997 a considerat că s-a săturat de toate acestea. Următoarea sa mișcare l-a adus în mijlocul unei companii multinaționale de înregistrări unde a petrecut un an, dobândind cunoștințele esențiale despre producție și sectorul de marketing. În 2000, luca în Munich ca director al departamentului Marketing, artiști și repertoriu.

Christian s-a născut, însă, și a crescut în Mannheim, iar când acest oraș a avut nevoie de un manager pentru un proiect important care implica gruparea serviciilor de muzică și crearea de noi întreprinderi, a profitat de această ocazie.

Ajutorul acordat artiștilor pentru a-și face intrarea în acest sector

Circa 40 de activități economice, în care sunt angajate 140 de persoane, ocupă cei 4 300 de metri pătrați ai Musikpark. În tot acest spațiu și au făcut loc și o sală de coregrafie și interpretare, un atelier, mai multe studiouri de sunet, un studio TV și o sală de ședințe modernă pentru negocierea chestiunilor importante.

„Unul din principalele noastre roluri este să aducem clienții care ne vor rezerva companiile”, spune Sommer. Acolo unde ușile marilor corporații rămân închise pentru un grup sau un dansator necunoscut, cele ale Musikpark se deschid mai ușor. „Suntem ca un liant care ajută o parte să o înțeleagă pe cealaltă”.

Atunci când vine vorba despre finanțare, proiectele care încurajează IMM-urile nou-înființate tind să se concentreze pe crearea de planuri de afaceri. „Acest model nu se adaptează de unul singur la industriile creative”, explică Sommer. Ele nu primesc împrumuturi de la bănci și manevrează foarte puțini bani «externi». Întreprinderile noi din industria muzicii au nevoie de o rampă de lansare – de șansa de a lucra și de a arăta că sunt capabile și pot genera mai multe rezervări. Acesta este momentul în care intervine Musikpark.

Un serviciu complet

Pentru companiile care planifică evenimente de divertisment, Musikpark este un ghișeu unic, care furnizează dansatori, muzicieni, echipe audio-video, ca să nu mai vorbim de tehnicieni de sunet și ingineri de lumină. Sunt găzduite și evenimente și există o galerie de 150m² care oferă tinerilor fotografi din domeniul muzical șansa de a-și expune creațiile.

Diversitatea serviciilor furnizate sub același acoperiș este cea care îi ajută inclusiv pe artiști. Aceștia se inspiră unul de la altul, generând idei și găsind soluții, și fiecare disciplină urmărește să o facă pe următoarea și mai inovatoare. „Este greu să produci o operă bună, creativă, într-un vid”, susține Sommer. Nucleul creator al industriei, artiștii și producătorii, și profesioniștii creativi, marketing-ul, vânzările, prezentarea, evenimentele, activitatea juridică și financiară, site-urile și portalurile internet, promovarea – toate acestea își au locul sub acoperișul parcului.

În cele din urmă, Sommer se află în poziția de mentor, care veghează cu atenție asupra felului în care întreprinderile sale nou-înființate evoluează. „Tinerii întreprinzători lucrează în mod proactiv și independent. Nu facem decât să-i ajutăm să se ajute singuri”, spune el.



PROIECT 2

ÎN INTERIORUL CENTRULUI PENTRU NANO-SĂNĂTATE (CNH) AL UNIVERSITĂȚII DIN SWANSEA

Fapte și cifre

Peste 21 de milioane de euro urmează a fi investite în Centrul pentru Nano sănătate în cadrul Obiectivului de convergență. Finanțarea a început în 2009 și se întinde pe o perioadă de 5 ani.

În interiorul Centrului pentru Nano-sănătate (CNH) al Universității din Swansea

În timp ce sistemele de asistență medicală se confruntă cu povara unor tratamente scumpe și jonglează cu etica subvenționării asistenței paliative costisitoare, dezvoltarea unor instrumente care să contribuie la diagnosticarea timpurie devine tot mai urgentă.

Prin reunirea sectorului academic, a sectorului privat și a Serviciului Național pentru Sănătate, CNH vizează aplicarea nanotehnologiei la depistarea bolilor și identificarea tratamentului adecvat.

Faceți cunoștință cu doctorul Tim Claypole, membru al comitetului executiv al CNH

Saltul de la cercetarea formării substanțelor poluante din fumuri la imprimarea biomaterialelor pare a fi unul mare, și totuși o întâmplare norocoasă din 1990 a oferit o nouă perspectivă carierei lui Claypole.

După terminarea primelor sale studii academice de inginerie mecanică, la mijlocul anilor '70, Claypole a lucrat ca inginer de proiect la construirea unei noi oțelării în Cardiff. De la universul producerii oțelului, nu a durat mult până când s-a întors la universitate pentru a urma un doctorat cu tema formării substanțelor poluante în flăcări.

Combustia și separarea prafului l-au preocupat de la mijlocul anilor '80 până în 1990, când a început să lucreze numai în mediul academic. Obținând titlul de lector Youngblood din partea Consiliului de cercetare în inginerie și științele fizicii, Claypole a obținut un post de cercetare la Universitatea din Swansea, efectuând cercetări în domeniul rulmenților pentru turbine cu gaz. Măsurătorile cu laser ale fluxurilor din reactoarele nucleare au devenit, de asemenea, unul din domeniile sale de cercetare.

Efectuarea legăturii

Deși lucrase cu fluxuri, rulmenți și proiectarea statistică a experimentelor, abia atunci când s-a confruntat cu o problemă legată de jetul de cerneală la o imprimantă Claypole și-a dat seama dintr-odată că toate cunoștințele pe care le dobândise din cercetare puteau fi puse în practică în industria de imprimare. Aceasta se întâmpla în 1990 și, de atunci, conceptul a crescut în proporții. Atât de mult încât compania creată pentru a explora sinergia, Diple, a fost unul din câștigătorii RegioStars 2009.

Dacă odinioară era cerneala, acum „fluidele imprimabile” sunt cele care îl preocupă, iar proprietățile fluidelor, conductoare, sensibile la Ph, magnetice, biofluide etc., ne fac să credem că ceea ce se poate face cu materialul imprimat este infinit.

Cine este implicat?

Patru burse prestigioase în nanomedicină ale Consiliului pentru cercetare din Regatul Unit au fost acordate în comun Institutului pentru Științele Vieții (ILS) al Universității din Swansea și Centrului Multidisciplinar pentru Nanotehnologie (MNC). Această colaborare reușită a justificat combinarea lor și crearea Centrului pentru Nano-sănătate, care a devenit operațional la sfârșitul lui 2008.

Atât institutul, cât și Centrul Multidisciplinar au multe lucruri de care pot fi mândre: Blue C, unul din cele mai rapide supercomputere din lume dedicate cercetării medicale, 25 de echipe de cercetare de specialitate la ILS, peste 100 la MNC și sprijinirea Serviciului Național pentru Sănătate și a IBM. „Acestea sunt adevărate oportunități”, spune Claypole.

Mai bine să prevenim decât să tratăm

Dispozitivele și biosenzorii nano vor fi folosiți pentru a depista și măsura biomarkerii prezenți în mostrele de fluide sau de țesuturi cu un nivel de sensibilitate mult peste metodele actuale de detectare, într-o gamă de părți de ordinul miliardelor. Această depistare rafinată va permite diagnosticarea timpurie și tratarea mai rapidă a unor boli precum cancerul, diabetul, obezitatea și altele.

Claypole va conduce secția de imprimare a Centrului, care include o uzină-pilot, la scară, care fabrică „cerneală”. Aici vor fi create biocernelurile – nanoparticulele și firele, enzimele, biomarkerii și ADN-ul. „Îmi place să cred că putem avea un impact pe termen lung asupra modului în care boala este tratată și monitorizată”, explică el.

A CINCEA CONFERINȚĂ „REGIUNILE PENTRU

LUCRUL ÎN REȚELE PENTRU OBTINEREA DE REZULTATE

Sub titlul „Lucrul în rețele pentru obținerea de rezultate”, conferința „Regiunile pentru schimbarea economică” de la Bruxelles, 16-17 februarie, nu a fost o scuză pentru ca participanții să-și povestească experiențe anecdotice, să ia o gustare și să asculte în mod pasiv experții vorbind despre domeniile lor. Conferința a fost stimulatorie și a acoperit o arie largă de domenii: au fost organizate ateliere cu subiecte diverse, de la migrare până la serviciile de informare prin satelit.

Schimbul de cunoștințe pentru a obține rezultate maxime

Comisia organizează în fiecare an o conferință importantă, ca modalitate de a îi ajuta pe cei implicați în proiectele finanțate de URBACT II și INTERREG IVC, să se reunească și să facă schimb de bune practici, sub denumirea „Regiunile pentru schimbarea economică”. Această a cincea conferință s-a concentrat pe trei teme principale: inovare și creativitate, schimbare climatică și dezvoltare durabilă. Concluzia a fost foarte bine rezumată de Job Cohen, primarul Amsterdamului, „găsirea unei soluții la o problemă comună și difuzarea acesteia în toată Europa”.

Nouă ateliere pe subiecte incluzând gestionarea apelor, accesul universal la internet cu bandă largă, impactul schimbărilor climatice, efectele industriei asupra economiilor din mediul urban și gestiunea riscurilor prin servicii de informare prin satelit, au atras 603 participanți din toată Europa.

Spre o economie bazată pe inovare

Panorama a participat la atelierul pe tema creativității și inovării ca stimulente pentru dezvoltarea urbană și regională, unde participanții au discutat despre crearea unei punți între cultură și afaceri, despre cum poate un oraș să devină o capitală culturală de succes și despre ecuația fundamentală „creativitate+antreprenoriat=inovare”.

În deschiderea atelierului, președintele Rudolph Niessler, director responsabil cu Coordonarea politicilor, din cadrul Direcției Generale Politică Regională, a explicat că scopul „Anului pentru Creativitate și Inovare” este să transforme creativitatea într-un element care să aibă impact asupra modului nostru de viață și să ne ghideze economia. Atelierul și-a propus să ofere o mai bună cunoaștere a rolului pe care cultura, industria creativă și creativitatea îl pot avea în acest context.

Vorbind în numele rețelei Departamentului pentru creativitate al Flandrei (Flanders District of Creativity network), Pascal Cools a rezumat misiunile organizației astfel: stimularea Flandrei antreprenoriale să devină mai creativă și stimularea Flandrei creative să devină mai antreprenorială. „Avantajul principal al unei economii stă în capacitatea acesteia de a fi creativă, nu mai stă în eficacitatea sa”, a spus el, adăugând că „regiunile se află la cel mai bun nivel pentru a aborda inovarea. Suntem suficient de mari pentru a conta și suficient de mici pentru a ne implica”.

Rețeaua Departamentului pentru creativitate al Flandrei este activă în cadrul unei pânze internaționale de regiuni care colaborează în scopul încurajării inovării, de la Oklahoma la Osaka. Cools a descris complexitatea lucrului cu o rețea de parteneri cu membri în șase zone cu fus orar diferit, „când este cel mai nimerit să ții o teleconferință, dacă fiecare este într-o altă zonă?”. Alte dificultăți pe care le-a menționat au fost contextele culturale diferite și accesul membrilor la finanțare, care diferă în funcție de zonele din care provin. „Suntem organizații de dimensiuni diferite, avem de-a face cu obstacole diferite și ne împărtășim soluțiile diferite. Astfel nu suntem nevoiți să reinventăm roata.” Oamenii se întreabă uneori de ce ne implicăm într-o rețea atât de mare, „sunt întrebat uneori dacă mi se pare normal să dau instrumentele noastre altor regiuni”, spune Cools. „Dar și noi primim ceva în schimb. Trebuie să fim deschiși.”

Din prezentări a reieșit faptul că rețelele nu se rezumă la discuții – acestea trebuie să a-dopte proiecte concrete cu țeluri ambițioase, transformând teoria în realitate. După cum a afirmat Neil Peterson, coordonator al programului Liverpool, Capitală europeană a culturii, 2008, el și echipa sa nu și-ar fi imaginat că anul va avea succesul pe care l-a avut, „am stabilit din vreme care ne erau țelurile și am încercat să le atingem”, a explicat el.

„Ambiții mari, în porții mici – lucrurile practice care te pot ajuta să-ți atingi scopurile.”

Neil Peterson – Liverpool, Capitală europeană a culturii, 2008



SCHIMBAREA ECONOMICĂ –



Stabilirea unui scop concret poate inspira organizații diferite să colaboreze. Acum cinci ani instituțiile culturale din Liverpool concureau între ele pentru a obține finanțări. „Un important produs secundar al acestui an în calitate de capitală a culturii pentru noi a fost abordarea colectivă. Colaborăm pentru a menține cultura pe primul loc în programul nostru,” explică Peterson.

Anul 2008 a oferit orașului Liverpool o modalitate de a folosi cultura pentru a îi implica în activități pe locuitorii orașului. Proiectele de artă au reunit oameni din medii diferite și din diferite părți ale orașului, încurajând discuțiile despre cum a beneficiat Liverpoolul de-a lungul anilor din migrare și imigrare, și despre daunele cauzate de violență și homofobie.

Beneficiile economice sunt mari, dar Peterson avertizează, „trebuie să știm cum arată succesul”. Această afirmație se leagă de un comentariu anterior al lui Cools, care susține că beneficiile economice ale culturii și ale creativității se vor vedea în timp și sunt greu de măsurat – sunt investiții pe termen lung în capacitatea unei regiuni de a fi inovatoare.

Cultura, vector al creativității și inovării

Nivelul regional este ideal pentru activități care dau creativității rolul de stimulent pentru dezvoltarea economică. Consolidarea legăturii unice dintre loc și cultură impulsionează această creativitate. În ceea ce privește colaborarea dintre sectorul artistic și cel al afacerilor, Pia Arebald și Rudolph Niessler sunt hotărâți:

fiecare dintre sectoare își are legitimitatea sa. Nu se pune problema de a transforma artiștii în oameni de afaceri, sau invers. Există un teren comun, unde folosirea rezultatelor sinergiei dintre aceste două elemente poate avea mari beneficii. „Trebuie să experimentăm și să facem schimb de bune practici, fără teamă sau invidie, într-o situație în care toți partenerii implicați ar avea multe de câștigat,” a spus Niessler.

Împreună pentru creștere economică

Grupurile economice de întreprinderi culturale (Economic Clusters of Cultural Enterprises - ECCE) este o rețea, co-finanțată de Fondul european pentru dezvoltare regională (FEDR), care oferă consiliere și pregătire antreprenorilor din sectorul cultural și creativ.

Aceste servicii sunt disponibile prin intermediul centrelor de resurse care activează în orașe care fac parte din rețeaua ECCE: Nantes, Rennes și Angers în Franța, Aachen în Germania, Eindhoven și Utrecht în Olanda și în Huddersfield, Marea Britanie.

Creșterea economică în sectorul culturii și în industriile creative nu reprezintă transformarea companiilor mari în companii imense. Este vorba despre cum pot beneficia companiile mici din formarea grupurilor, rețelelor și din promovarea pe internet. Țelul principal al rețelei a fost crearea unei comunități transnaționale, on-line, generate de utilizatori, comunitate a persoanelor implicate în sectorul creativității și culturii.

Platforma poate fi folosită gratuit. Vizitatorii își pot încărca profilurile personale, sau pe cele ale întreprinderilor lor, pot găsi domenii de interes și pot crea un blog. Acest spațiu poate fi folosit și pentru a găsi persoane din aceeași zonă sau cu interese comune. Vă interesează? Puteți consulta situl: www.connectedcreatives.eu

Regiunile pentru schimbare economică – definirea bunelor practici, perfecționarea politicilor

Diversitatea regiunilor Europei a rezultat în elaborarea unor soluții diferite pentru a răspunde unei varietăți de obstacole, toate fiind diferite. Domeniile de activitate sunt la fel de diverse ca și soluțiile generate.

Având în vedere că diferite domenii de cunoaștere se pot completa reciproc, a fost lansată inițiativa „Regiunile pentru schimbarea economică”. Această inițiativă este continuarea unei tendințe a politicii de coeziune, care se concentrează mai mult pe obiectivele-cheie ale Strategiei de la Lisabona pentru creștere economică și ocuparea forței de muncă, în special dezvoltarea resurselor umane, creșterea investițiilor în inovare și economia bazată pe cunoaștere, sprijinirea antreprenoriatului și dezvoltarea infrastructurii de bază în UE.

Scopul acestei inițiative este să consolideze schimbul de bune practici, transformarea sistemului de rețea într-un instrument pentru diseminarea ideilor care au succes. Aceasta este făcută în principal prin două programe pan-europene de creare a unor rețele, INTERREG IVC și URBACT II.



NUMĂRUL TRECUT

„Coeziunea teritorială – calea de urmat” a fost tema numărului trecut al revistei Panorama. Comisia Europeană a primit peste 380 de răspunsuri la Cartea Verde privind coeziunea teritorială. Statele membre ale UE, autoritățile regionale, asociațiile regionale și locale, orașele, partenerii economici și sociali, organizațiile societății civile, instituțiile academice și de cercetare și cetățenii în general au salutat Cartea Verde, contribuind cu noi reflecții asupra viitorului politicii. Mulți dintre aceștia sunt de părere că coeziunea teritorială completează și consolidează coeziunea economică și socială. Comisia Europeană va publica un rezumat al contribuțiilor la dezbateri; o prezentare factuală a acestora va fi inclusă în cel de al șaselea raport intermediar privind coeziunea economică și socială. În continuare, Comisia Europeană va examina felul în care coeziunea teritorială poate fi integrată în politica de coeziune a UE după 2013.

NUMĂRUL URMĂTOR

Prima Strategie UE pentru regiunea Mării Baltice va fi subiectul următoarei ediții a revistei Panorama. Strategia urmărește să transforme regiunea într-una mai durabilă din punct de vedere al mediului și să stimuleze prosperitatea. Îmbunătățirea legăturilor de transport și creșterea siguranței și securității maritime sunt, de asemenea, priorități principale. Strategia implică o gamă diversificată de actori, state membre, regiuni, orașe, sectorul privat, grupurile de interese și publicul, și va fi una din principalele priorități ale Președinției suedeze a UE în cea de a doua jumătate a lui 2009. Panorama va analiza aspectele care afectează regiunea și va vorbi cu experți implicați în elaborarea politicii.

DATA	EVENIMENT	LOCAȚIE
10 iunie 2009	Adoptarea de către Comisia Europeană a Strategiei UE pentru regiunea Mării Baltice http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/index_en.htm	Bruxelles (BE)
10-11 iunie 2009	Strategia pentru regiunea Mării Baltice – regiunile și politica de coeziune în acțiune http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/baltic/visby_11062009_en.htm	Visby (SE)
15-16 iunie 2009	A treia reuniune a rețelei comunitare INFORM a ofițerilor de comunicare pentru politica regională http://ec.europa.eu/regional_policy/country/commu/index_en.cfm	Bruxelles (BE)
17 iunie 2009	Platforma de conectare JESSICA, Bruxelles http://ec.europa.eu/regional_policy/funds/2007/jjj/jessica_network_en.htm	Bruxelles (BE)
18–20 iunie 2009	Zilele inovării 2009 http://www.innovationdays.eu/	Lisbon (PT)
17 iulie 2009	Termenul de depunere a cererilor pentru RegioStars 2010 http://ec.europa.eu/regional_policy/cooperation/interregional/ecochange/regiostars_en.cfm?nmenu=4#2010	
Termen: 15 august 2009	Premiul Design ZeroNine al Comitetului Economic și Social European pentru un prezent durabil www.design-competition.eesc.europa.eu Studenti și profesioniști din domeniul proiectării sunt invitați să participe la acest concurs și să și prezinte ideile până la 15 august 2009.	
5–6 octombrie 2009	De la Carta europeană pentru micile întreprinderi la Actul micilor întreprinderi http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/charter/index_en.htm	Stockholm (SE)
5–8 octombrie 2009	Zilele porților deschise – Săptămâna europeană a regiunilor și orașelor: provocări globale, răspunsuri europene http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/od2009/	Bruxelles (BE)
14–16 octombrie 2009	Conferința pentru creativitate și inovare 2009 http://www.creativityandinnovation.nl/	Maastricht (NL)

Aflați informații despre principalele evenimente legate de politica regională pe site-ul
http://ec.europa.eu/regional_policy/conferences/agenda/index_en.cfm

EXPRIMAȚI-VĂ OPINIA

KN-LR-09-029-RO-C

Această ediție a revistei Panorama este prima care apare în noul format grafic și concept editorial. Revista continuă să sublinieze un subiect specific în fiecare număr, dar am adăugat secțiuni noi pentru a explora politica regională din perspectivele diferite ale tuturor celor implicați. Articolul intitulat „Proiectul interior” prezintă proiecte pe care Panorama speră să le urmărească pe parcursul unei perioade îndelungate de timp pentru a vedea care sunt sușurile și coborâșurile gestionării și realizării proiectelor cofinanțate de FEDER, de exemplu, în timp ce articolul „Bază comună” analizează ce fac alte organizații în același domeniu.

Începând cu următoarea ediție, veți avea ocazia să adresați întrebări referitoare la chestiuni practice legate de proiect, la politică sau la tema analizată în numărul respectiv. Sperăm să publicăm întrebările, răspunsurile și comentariile care îi interesează cel mai mult pe cititori. Următoarea ediție a revistei Panorama se va concentra pe prima Strategie UE pentru regiunea Mării Baltice. Scopul strategiei îl reprezintă coordonarea eforturilor diferiților actori din regiune (state membre, regiuni, organisme neguvernamentale etc.), astfel încât, prin cooperare, să promoveze o dezvoltare mai echilibrată a regiunii.

Trimiteți-ne întrebări sau exprimați-vă opiniile pe această temă sau orice alt subiect de politică regională la adresa regio-panorama@ec.europa.eu

ISSN 1830-933X
© Comunitățile Europene, 2009
Reproducerea este permisă cu condiția menționării sursei.

Tipărit în Belgia

BIROUL PUBLICAȚIILOR OFICIALE
ALE COMUNITĂȚILOR EUROPENE
L-2985 Luxemburg

Comisia Europeană, Direcția generală pentru Politică Regională
Unitatea B1 – Informare și comunicare
Raphaël Goulet
Avenue de Tervuren 41, B-1040 Bruxelles
Fax: (+32-2) 29-66003
E-mail: regio-info@ec.europa.eu
Internet: http://ec.europa.eu/regional_policy/index_ro.htm

