

Raport diagnostic sectorial:

Jocuri Video și Media Interactive

Diagnostic, poziționare și recomandări strategice pe baza consultării de specialist.

Notă metodologică

Prezentul raport sintetizează consultarea de specialist realizată pentru fundamentarea **Strategiei Culturale a Municipiului București 2027–2036**, domeniul *jocuri video și media interactive*. Sursele sunt: (1) interviul semi-structurat realizat online pe 14 iulie 2026 (durată: 1h27) cu **Georgiana Toea**, membru în Consiliul Director al RGDA - Romanian Game Developers Association, manager educație și comunicare AMC Studio și co-curatoare asociată a expoziției *TAG — The Art of the Game*, (2) chestionarul preliminar completat de specialistă, care include evaluarea comparativă a priorităților *Strategiei Culturale a Bucureștiului 2016–2026*, dar și (3) întâlnire de lucru din 04/09/2026 dintre reprezentanți ai industriei dezvoltatoare de jocuri video și gaming (RGDA și DBO) cu echipa Strategiei Culturale.

Interviul a urmat ghidul în cinci blocuri tematice utilizat pentru toate cele 12 domenii consultate, asigurând comparabilitatea. Afirmările din raport reflectă perspectiva specialistei consultate; acolo unde există surse documentare, acestea sunt indicate.

Raportul a fost transmis către specialist pentru completare și validare.

1. Diagnoza sectorului

1.1. Stare generală: creștere accelerată, cu o corecție la nivel de industrie

Sectorul este evaluat ca fiind în **creștere accelerată**, dinamică puternic catalizată de perioada pandemiei, când jocurile au fost adoptate ca instrument de petrecere a timpului liber de toate categoriile de vârstă și sociale. Valul de investiții speculative din acea perioadă este urmat în prezent de o corecție resimțită la nivelul industriei — închideri de proiecte, presiune pe costuri — dar care nu afectează consumul, aflat în continuare în expansiune.

Semnele de maturizare sunt vizibile pe mai multe planuri: apariția programelor universitare de game art și game development (inexistente în urmă cu șapte ani, când domeniul era respins de mediul academic artistic), includerea jocurilor video în

festivalul *DIPLOMA* (secțiunea New Media, de circa trei ani), creșterea constantă a evenimentelor de consum și, ca moment de referință, expoziția amplă *TAG — The Art of the Game* (produsă de ARCUB - Arte și Evenimente Urbane, curatoriată de Elvira Lupșa și găzduită în centrul capitalei, la Hanul Gabroveni, timp de patru luni), prima ocupare de durată a unui spațiu public central cu mesajul explicit că jocurile video sunt produse culturale. Specialistul consideră că în urmă cu zece ani, o asemenea prezență în spațiul public era de neimaginat pentru sector.

1.2. Puncte forte și vulnerabilități ale Bucureștiului

Principalul punct forte identificat este **publicul educat și familiarizat** cu new media art, obișnuit cu intervenții în spațiul public (proiecțiile de video mapping pe Palatul Parlamentului, *Spotlight*, inserturile de new media din *Romanian Design Week*, 6 ediții de [RADAR New Media Art](#), 24 ediții de *One Night Gallery*, existența muzeului permanent MINA - Museum of Immersive New Art) — un public predispus să participe la festivaluri de game art, inclusiv pe nișe (cultura japoneză, manga, benzi desenate, așa cum este [East European Comic Con](#)). La aceasta se adaugă masa critică de profesioniști formată în studiourile internaționale prezente local. Vulnerabilitatea corelată este o anumită **blazare a publicului bucureștean**, pentru care astfel de manifestări nu mai constituie o noutate — spre deosebire de receptarea entuziastă din alte orașe.

1.3. Public și date: un deficit structural

Nu există studii dedicate publicului cultural al domeniului în București. RGDA - Romanian Game Developers Association produce anual două rapoarte de referință — asupra industriei (număr de companii, angajați, specializări) și asupra consumatorilor de jocuri, cu defalcări pe orașe ([Romanian Video Games Industry Report 2025](#); [Romanian Video Games Consumer Study 2025](#), disponibile pe rgda.ro) — însă acestea privesc consumul și piața muncii, nu participarea culturală. Organizațiile și evenimentele dedicate artelor new media: *RADAR* - festival de new media art lansat în 2019, muzeul MINA - primul spațiu imersiv din România și cel mai mare centru de new media art din Europa de Sud Est, dețin probabil date concrete de participare la propriile evenimente, nevalorificate încă în cercetare.

1.4. Bariere de acces

Bariera principală este **educațional-perceptuală**: publicul larg ajunge la jocuri aleatoriu și asociază domeniul cu stereotipuri (shootere, Candy Crush), fără a percepe dimensiunea culturală și artistică. Educarea publicului a fost misiunea explicită a

proiectului *TAG - The Art of the Game*. A doua barieră este **rezistența mediului universitar** — deschiderea către artele digitale rămâne parțială și lentă. A treia barieră este de **cost**: producțiile implică specialiști de nișă cu costuri de oportunitate ridicate (difícil de atras din industrie către proiecte culturale pe contracte de drepturi de autor) și tehnologii scumpe (echipamente VR, infrastructură de expunere).

1.5. Ecosistemul educațional

Oferta publică este restrânsă și fragmentată: masteratul „[Art of Game Design](#)” (inițiat la CINETic - Centrul Internațional de Cercetare și Educație în Tehnologii Inovativ Creative în 2018, în prezent la Facultatea de Film UNATC - Universitatea Națională de Artă Teatrală și Cinematografică „I.L. Caragiale”, cu sub 10 locuri anual), un masterat de Grafică, Multimedia și Realitate Virtuală la Facultatea de Automatică (Universitatea Politehnică), opționale la Universitatea de Arhitectură „Ion Mincu” și la UNArte - Universitatea Națională de Arte, respectiv un nucleu de studii critice ale jocurilor la Facultatea de Limbi Străine (Universitatea din București). Privat, este [Echo School](#), înființată în 2023, oferă diplome recunoscute internațional în parteneriat cu Universitatea Abertay (Scoția). Traseul este divizat: cei interesați de programare se pot înscrie la Politehnică, iar componenta vizuală și narativă este acoperită la UNATC - Universitatea Națională de Artă Teatrală și Cinematografică „I.L. Caragiale” / UNArte - Universitatea Națională de Arte / Mincu — fără un program integrat de game development în sectorul public. Modelul actual, bazat pe profesioniști din industrie care predau voluntar sau colaborativ, nu este sustenabil pe termen lung; o soluție ar putea fi programele de tip train-the-trainer, finanțabile european, pentru a transfera competențele către corpul didactic universitar.

1.6. Finanțare: absența unui mecanism de susținere a creației

Deficitul structural definitoriu al sectorului este **absența unui fond național de susținere a producției de jocuri**, echivalent Centrului Național al Cinematografiei. În lipsa acestuia, dezvoltarea de proprietate intelectuală (IP) locală — proces care necesită finanțarea unei echipe pe durată lungă — este aproape imposibilă. Consecința este o structură de industrie în care marile companii internaționale (Ubisoft, Electronic Arts, Gameloft) accesează forța de muncă locală la costuri reduse, iar proprietatea intelectuală și valoarea adăugată migrează în exterior. RGDA - Romanian Game Developers Association militează la nivel guvernamental pentru un mecanism de co-investiție publică, invocând precedentul cinematografiei.

Pentru manifestările culturale, finanțarea este ocazională și nespecifică: nu există linii dedicate, iar accesarea AFCN - Administrația Fondului Cultural Național de către

operatori proveniți dintr-o industrie percepută ca profitabilă ridică inclusiv dileme etice de concurență cu operatorii culturali mici. Sectorul are o capacitate redusă de accesare de fonduri („mușchi neantrenați”), explicabilă prin absența unei coagulări ca sector cultural cu voce unitară — inițiativele aparțin unui număr foarte mic de persoane. Creative Europe (digitalizare, creație, proiecte transfrontaliere și multidisciplinare) este identificată ca principala oportunitate accesibilă atât pentru creație, cât și pentru capacitate educațională.

1.7. Actori și relații în ecosistem

Actorii-cheie: **RGDA - Romanian Game Developers Association** (asociația de industrie, organizator [Dev.Play](#), membru Video Games Europe), **DBO - Daescu Bortun Olteanu** (organizatorul privat al principalelor evenimente de consum și esports din București: [Bucharest Gaming Week](#), cel mai mare eveniment de gaming din regiune, alături de *Gaming Marathon*, *Gaming Video Awards* și *Gaming & Esports Summit*), **Nexus Media** (companie notabilă în domeniul esports și managementul creatorilor de conținut), alte companii din zona consumer gaming (competiții, creatori de conținut, evenimente online și fizice, etc), **ARCUB - Arte și Evenimente Urbane** (*TAG - The Art of the Game*, găzduirea unui game jam la Hanul Gabroveni), **RADAR / MINA - Museum of Immersive New Art** (new media art, inclusiv activarea clădirilor de patrimoniu), **The Institute** (*DIPLOMA*, *Romanian Design Week*), institutele culturale străine (Goethe, Institutul Francez, Institutul Italian, Institutul Polonez — facilitatori de mobilitate și co-finanțatori de conținut internațional), universitățile menționate și studiourile internaționale. Relația public–privat este marcată de o **deconectare structurală**: marile studiouri nu își asumă responsabilitate culturală locală (nici măcar nu își vând produsele pe piața locală), iar cooperarea cu instituțiile publice a fost, până la *TAG - The Art of the Game*, cvasi-inexistentă. Asociația de industrie este identificată ca facilitatorul natural al acestei relații.

1.8. Evenimente reprezentative

1.8.1. Evenimente dedicate industriei de gaming

Eveniment	Profil	Perioadă	Semnificație	Link
Bucharest Gaming Week	Consum / e-sports	octombrie	A 10-a ediție (2026); ≈25.000 de participanți fizici la Romexpo și peste 600.000 de spectatori online	https://bucharestgamingweek.ro/
Dev.Play (RGDA - Romanian Game Developers Association)	Industrie / dezvoltatori; poziționat est-european	iunie	A 10-a ediție; până în 5.000 de participanți; speakeri internaționali, secțiune indie balcanică, colț educațional	https://dev-play.ro/
Gaming Marathon	Consum / e-sports; creatori de conținut	recurent, online (de mai multe ori pe an)	Cel mai mare festival online românesc de gaming; ≈350.000 de participanți per ediție; ediții tematice (ex. „Road to Glory” dedicată femeilor din gaming, „Back to School”)	https://www.gaming-marathon.ro/
Gaming & Esports Summit	Industrie / B2B	octombrie	Conferință B2B găzduită la ARCUB, care reunește anual reprezentanți ai industriei de gaming și esports din România	https://esports-summit.ro/

TAG — The Art of Game (ARCUB - Arte și Evenimente Urbane)	Expoziție / educarea publicului	2025 (4 luni)	Cea mai amplă expoziție dedicată jocurilor video; potențial de bienală	https://arcub.ro/tag
---	---------------------------------	---------------	--	---

Dev.Play și *Bucharest Gaming Week* au public internațional și continuitate — sunt activele reputaționale pe care se poate construi. Ce lipsește este formatul permanent (vezi secțiunea 3) și manifestarea culturală recurentă de tip bienală.

1.8.2. Evenimente conexe industriei de gaming

Eveniment	Profil	Perioadă	Semnificație	Link
East European Comic Con	Consum / arte conexe	aprilie și septembrie	Zeci de mii de participanți; două ediții anuale; alee a artiștilor cu concept art și artă 3D	https://comic-con.ro/
RADAR New Media Art	New media art	octombrie	Activarea unor spații de patrimoniu „adormite”; a generat muzeul MINA	https://www.radarnewmedia.art/

1.9. Date cantitative: industria și publicul (surse RGDA - Romanian Game Developers Association, 2025)

Datele publicate de RGDA - Romanian Game Developers Association în 2025 cuantifică multe dintre observațiile calitative din interviu. La nivel de industrie, România numără 206 studiouri de dezvoltare de jocuri, dintre care 98 (48%) au sediul în București — de departe cea mai mare concentrare din țară, urmată de Cluj (32) și Iași (12). Distribuția regională a cifrei de afaceri arată o pondere și mai accentuată a regiunii București-Ilfov (peste jumătate din veniturile industriei), consecvent cu rolul capitalei de hub național al sectorului. La nivel național, cifra de afaceri a industriei a crescut de 2,8 ori în zece ani (de la 119,35 milioane EUR în 2015 la 343,16 milioane EUR în 2024), iar productivitatea per angajat a crescut cu 17,7% în 2024. Totuși, numărul de oameni angajați în industrie a scăzut cu 7,4% în 2024 (la 6.100 angajați) — o cifră care

confirmă concret „deprimarea la nivel de industrie” descrisă de specialistă. De asemenea, companiile internaționale generează 70% din cifra de afaceri a sectorului, față de doar 12% companiile cu IP original și 18% furnizorii de servicii — o distribuție care ilustrează statistic structura descrisă în interviu.

La nivel de public, studiul de consum RGDA - Romanian Game Developers Association/iZi Data (iulie 2025) arată că 7,9 milioane de români cu vârste între 15 și 64 de ani joacă jocuri video cel puțin o dată pe lună (68% dintre utilizatorii de internet), dintre care 3 milioane se identifică drept jucători activi/pasionați. În eșantionul jucătorilor activi, regiunea București-Ilfov reprezintă 24% dintre respondenți — cea mai mare pondere dintre toate regiunile țării (față de 22% Transilvania, 18% Moldova, 14% Muntenia, 13% Banat-Crișana-Maramureș, 5% Oltenia, 4% Dobrogea), confirmând statistic centralitatea Bucureștiului ca nucleu demografic al publicului de gaming. Profilul generațional al jucătorilor activi este predominant tânăr (Gen Z 46%, Millennials 31%, Gen X 20%, baby boomers 3%), dar vârsta medie a jucătorilor la nivel național este de 36–39 de ani — o confirmare cantitativă a observației din interviu că jocurile video au depășit stadiul de nișă adolescentină. 73% dintre jucătorii activi urmăresc conținut de gaming pe platforme de streaming (în creștere față de 70% în 2022), iar aproape jumătate plătesc lunar pentru jocuri sau conținut suplimentar.

Aceste date nu acoperă publicul cultural specific (participarea la evenimente de tip TAG - *The Art of the Game*, distinct de consumul general de jocuri), unde deficitul de date semnalat în interviu (secțiunea 1.3) rămâne valabil — dar oferă pentru prima dată o bază cantitativă solidă pentru argumentarea greutății economice și demografice a sectorului în strategie.

2. Mobilitate, relevanță și poziționare internațională

La nivel european, Bucureștiul este un actor **emergent, dar necompetitiv**. Referința de succes invocată constant este Polonia: după succesul global al jocului *The Witcher* — devenit brand de țară — statul polonez a acționat ca co-investitor, iar industria poloneză este azi între cele mai puternice din Europa, cu producții achiziționate de MoMA - The Museum of Modern Art și recunoscute ca artă. Prin contrast, România nu are un titlu-emblemă, iar la nivel regional chiar Serbia (game development, școli alternative) și Bulgaria (învățământ privat dedicat, anterior celui din România) stau mai bine. Vestul Europei concentrează marile evenimente (*Gamescom*/Köln fiind etalonul de scară). Totuși, Bucureștiul se bucură de o prezență notabilă a industriei dezvoltatoare de jocuri, prin companii internaționale precum Ubisoft, Electronic Arts

sau Gameloft, dar și companii românești cu rezultate notabile în industrie, precum Amber, Green Horse Games, AMC România, și altele.

Conexiunile internaționale existente: afilierea RGDA - Romanian Game Developers Association la federația **Video Games Europe** (acces la rețele și scheme europene, inclusiv de finanțare), rolul activ al institutelor culturale străine din București (au co-finanțat prezența creatorilor internaționali la TAG - *The Art of the Game* — inclusiv studioul polonez 11 bit studios — și organizează evenimente de nișă la Elvira Popescu sau Goethe) și poziționarea Dev.Play ca hub est-european care atrage creatori indie din Balcani către București. Contribuția domeniului la brandul internațional al orașului este deocamdată modestă, dar cu potențial ridicat, pe modelul în care institutele culturale străine își „plimbă” jocurile ca produse culturale de export.

În privința mobilității interne, activitatea sectorului este concentrată central; alegerea spațiilor este determinată logistic (ex. Romexpo pentru *Bucharest Gaming Week*). Notabil, sectorul a demonstrat capacitatea de a activa patrimoniul construit central (Hanul Gabroveni, spațiile alternative activate de RADAR) — o formă proprie de contribuție la viața culturală a orașului istoric.

2.1. O oportunitate strategică: București, hub regional al gamingului pentru „Europa Extinsă”

Dincolo de poziționarea sa actuală de actor emergent, Bucureștiul are șansa reală de a deveni **cel mai important centru de gaming din Europa Centrală și de Est** — un spațiu capabil să reunească, sub aceeași umbrelă, toate cele trei mari zone ale acestui continent extins: Europa occidentală și UE, spațiul slav (Ucraina, Republica Moldova, Serbia) și spațiul oriental apropiat (Turcia, Israel, Georgia, Armenia, Kazahstan). Poziția geografică centrală a orașului, la intersecția acestor arii, este un avantaj structural pe care puține alte capitale din regiune îl pot revendica.

Argumentele nu sunt ipotetice, ci deja verificabile în activitatea sectorului: Bucureștiul produce deja *Bucharest Gaming Week* - cel mai mare eveniment de gaming din această parte a Europei - iar Dev.Play s-a consolidat ca o conferință de industrie respectată, care reunește dezvoltatori din Europa Centrală și de Est alături de nume mari ale gamingului mondial în calitate de speakeri. La acestea se adaugă un calendar dens de evenimente mai mici dar recurente pe tot parcursul anului, atât dedicate industriei de dezvoltare și educației (*Romanian Game Awards*, *Game Development Month*, game jam-uri / hackatoane, etc) cât și evenimente dedicate utilizatorilor și/sau esports (*Gaming Marathon*, *Gaming Video Awards*, *Gaming & Esports Summit*, turnee LAN, ligi de esports), prezența la nivel local a numeroși dezvoltatori internaționali și

români de jocuri video, producții realizate în București jucate de milioane de oameni în toată lumea, și o industrie care generează venituri semnificative și reține în țară o parte importantă a forței de muncă înalt calificate din sectorul creativ-tehnologic.

Pe acest fundament, Bucureștiul își poate asuma, în mod legitim, titlul de **„Hollywood-ul est-european al industriei de gaming”** — o poziționare deja intuită chiar în interiorul industriei locale. O astfel de platformă nu ar aduce doar reputație internațională și mândrie locală, ci și un flux turistic suplimentar, generat de un eveniment-reper capabil să atragă anual public, industrie și presă de specialitate din toată regiunea.

3. Lipsuri și direcții strategice

3.1. Ce lipsește

Ierarhia nevoilor formulată de specialistă pornește de la **educație** — atât educația formală (programe universitare consolidate), cât și educarea publicului larg —, considerată problema structurală din care derivă toate celelalte. Urmează: **mecanismul de finanțare a creației** (fond de dezvoltare IP, competență în principal a statului, dar cu posibilitate de co-investiție municipală), **datele despre public** și **publicul segmentului cultural** (abundent în zona de consum, restrâns pentru formatele culturale de tip *TAG - The Art of the Game*). Spațiile, în schimb, nu constituie un deficit — orașul dispune de spații accesibile, cum au demonstrat ARCUB - Arte și Evenimente Urbane și *RADAR*; ceea ce lipsește este un **spațiu permanent dedicat**: un muzeu al jocurilor video (modelul Berlin, atracție turistică majoră), conceput ca spațiu viu — expunere, educație, experiment și activare comunitară sub aceeași umbrelă. Din punct de al evenimentelor, deși există evenimente locale dedicate industriei, acestea nu își ating încă potențialul, în special în ceea ce privește atragerea publicului internațional.

3.2. Arbitraj bugetar (+20% / -20%)

La o creștere ipotetică de 20% a bugetului cultural, prioritatea ar fi organizarea unui **game jam** — un format cu durată determinată și cost controlabil, cu efect de multiplicare dovedit: coagulează comunitatea, profesionalizează entuziaștii și poate genera IP-uri locale și studiouri indie. Există și un precedent municipal (game jam găzduit la Hanul Gabroveni în urmă cu circa șase ani, rămas punct de referință în comunitate). Întrebarea privind reducerea cu 20% a fost consemnată ca *inaplicabilă*:

nu există în prezent un buget municipal alocat domeniului care să poată fi protejat — constatare relevantă în sine pentru strategie.

3.3. Guvernanță și rolul strategiei

Direcția de guvernanță susținută: **primăria ca aliat și co-investitor al unui ecosistem deja creat**, nu ca operator direct. Instrumentele concrete propuse: (1) consultări periodice, structurate, între instituțiile publice de cultură și asociația de industrie (RGDA - Romanian Game Developers Association), cu geometrie variabilă în funcție de nișă (industrie mare vs. creatori indie); (2) recunoașterea formală a domeniului ca sector cultural al capitalei — procesul actual de consultare fiind perceput ca un prim pas; (3) transformarea *TAG - The Art of the Game* în **bienală**, ca instrument recurent de educare a publicului și de atractivitate turistică; (4) infrastructură pentru creatori — un centru municipal de experiment pentru comunitățile de makeri, cu instrumentele tehnice și educaționale aferente. În privința conținutului, poziția este fără echivoc: **curatoriatul aparține industriei**, singura care deține competențele ultra-specializate necesare (experiența *TAG - The Art of the Game* fiind probă); autoritatea publică asigură cadrul, spațiile și co-finanțarea. Un al cincilea instrument, cu miză explicit internațională: **(5) formalizarea unui parteneriat trilateral Primărie–RGDA - Romanian Game Developers Association–DBO–Daescu Bortun Olteanu**, cu *Bucharest Gaming Week* și *Dev.Play* drept evenimente-ancoră ale poziționării Bucureștiului ca hub regional de gaming (vezi secțiunea 2.1).

4. Perspectiva 2036: teme majore, AI și teme transversale

4.1. Temele următorului deceniu

Tema centrală a industriei este crearea unui **IP local emblematic** — „**un Witcher al nostru**”: un produs cultural puternic, inspirat de particularitățile culturale locale (fără derivă naționalistă sau folclorism de suprafață), capabil să funcționeze ca *unique selling proposition* pentru România și București. Tema conexă este **cunoașterea și recunoașterea creatorilor existenți**, ilustrată la *TAG - The Art of the Game* prin sala dedicată creatorilor români — de exemplu Robert Șimon (Sibiu), autor de concept art pentru cinci sezoane din *Game of Thrones*, premiat cu Emmy, necunoscut publicului românesc. Recuperarea acestor parcursuri, inclusiv prin educație (prezența creatorilor de artă digitală în manuale), este văzută ca temă strategică de deceniu.

Specific Bucureștiului, specialistă identifică o pistă neexplorată: utilizarea instrumentelor din game development pentru **digitalizarea patrimoniului construit** (recuperarea digitală a clădirilor aflate în degradare, pe modelul reconstrucției digitale realizate la mănăstirea cisterciană de la Cârța sau la nivel internațional a dezvoltării unui [geaman digital a catedralei Notre Dame](#)) și pentru **platforme de interpretare a patrimoniului natural** (ex. Delta Văcărești, după modelul platformelor din parcurile naturale londoneze). Aceste direcții leagă direct competențele sectorului de obiective ale strategiei privind patrimoniul și spațiul public. Orizontul de zece ani include, ferm, un **muzeu al jocurilor video**.

4.2. Inteligența artificială

AI este deja prezentă în sector sub o presiune dublă. Pe de o parte, clienții internaționali cer implementarea AI pentru eficientizarea costurilor și înlocuirea profesioniștilor. Pe de altă parte — specific domeniului — marii dezvoltatori **evită AI generativă în procesele de creație** cât timp regimul drepturilor de autor rămâne nelămurit juridic: riscul asupra IP-ului este inacceptabil la vârful industriei. Utilizarea intensivă se concentrează în procesele non-creative (administrare, comunicare, eficientizare). Efectele asupra ocupării sunt deja vizibile: concedieri în traduceri/localizare, scenaristică și HR (departamente întregi de achiziții talente dizolvate), mai puțin în artele vizuale. Instrumente precum MetaHuman (Unreal) produc totodată o „democratizare” a creației, dând acces creatorilor cu resurse reduse la active de calitate. Reglementarea europeană în domeniu este în lucru, dar neimplementată local.

Rolul municipalității în raport cu AI: nu de reglementator (competența primară e la nivel național/european, iar reglementarea cere competențe tehnice), ci de **participant activ la dialog** — alături de mediul universitar și structurile parlamentare de digitalizare —, urmărind un fir roșu dublu: protecția cetățeanului și valorificarea tehnologiei în infrastructura și serviciile urbane.

4.3. Teme transversale critice și indicatori de progres

Din lista temelor transversale ale strategiei, specialistă a selectat două ca fiind critice pentru domeniu: **(1) sustenabilitatea organizațională și economică** — laitmotivul consultării: incapacitatea operatorilor locali de a crea produse proprii în absența unui mecanism de finanțare a creației — și **(2) educația culturală și formarea publicului** — „de la percepție pornesc toate relele și bunele”.

Indicatorii de progres propuși pentru orizontul de cinci ani: **(1)** creșterea participării la Dev.Play — indicator al maturizării produsului cultural local de industrie (deliberat nu unul de consum, unde progresul e facil); **(2)** existența unui spațiu public municipal de experiment, accesibil fără bariere de cost, dedicat inovației, digitalizării și întâlnirii comunităților de nișă; **(3)** înființarea unui muzeu al jocurilor video, eventual integrat cu spațiul de experiment — permanența instituțională fiind ea însăși indicatorul-cheie, prin contrast cu dependența actuală de bugete ocazionale și sponsorizări.

5. Evaluarea priorităților Strategiei Culturale 2016–2026

Prin chestionarul preliminar, specialistul a evaluat evoluția și relevanța capitolelor strategiei anterioare din perspectiva sectorului. Imaginea de ansamblu este net pozitivă: pentru marea majoritate a celor 24 de capitole evaluate, aprecierea este „s-a ameliorat”, cu relevanță ridicată pentru viitorul sectorului. Argumentele recurente confirmă temele interviului: accesul sectorului la spațiul public central și de patrimoniu (TAG - The Art of the Game la Hanul Gabroveni, ca act cultural de întâlnire între vechi și nou), servirea unor publicuri noi (dezvoltatori, artiști digitali, studenți new media, consumatori), componenta de fan art și artiști emergenți (TAG - The Art of the Game, East European Comic Con), parteneriatele internaționale ale tuturor evenimentelor majore și includerea TAG - The Art of the Game, Dev.Play și Bucharest Gaming Week în itinerariile turistice.

Sunt menționate **neutralitate** față de revitalizarea patrimoniului (obiectiv secundar pentru sector — „nice to have”, deși TAG - The Art of the Game și RADAR au valorizat patrimoniul construit și imaterial), evaluare „a rămas la fel” pentru rolul regional al Bucureștiului (legătura cu Ilfov și regiunile), respectiv **lipsă de vizibilitate** asupra capitolelor de legislație culturală și de utilizare a statisticilor și studiilor — un semnal că sectorul a evoluat până acum în afara instrumentarului de politică publică al orașului, coerent cu deficitul de date și cu absența canalelor de consultare semnalate în interviu.

6. Concluzii pentru strategie

Jocurile video și media interactive intră în Strategia Culturală 2027–2036 ca sector **tânăr, în creștere accelerată, însă cu o recunoaștere incipientă ca domeniu cultural**, cu active reale (evenimente cu tradiție și public internațional, masă de profesioniști, precedentul TAG - The Art of the Game, public urban familiarizat cu new media) și cu un deficit structural clar: educație fragmentată, absența finanțării creației, lipsa datelor de public și inexistența, până recent, a unei relații instituționalizate cu autoritatea

publică. Intervențiile municipale cu cel mai bun raport cost-impact, în lectura acestei consultări: instituționalizarea consultării cu sectorul (via RGDA - Romanian Game Developers Association), formate recurente cu efect de ecosistem (game jam anual, TAG - *The Art of the Game* ca bienală, curatoriat de industrie), infrastructură permanentă (spațiu de experiment; pe termen mediu, muzeul jocurilor video), susținerea capacității educaționale (parteneriate universitare, train-the-trainer) și comandarea de cercetare asupra publicului cultural al domeniului. Pentru fondul de dezvoltare IP — competență primar națională — **municipalitatea poate juca un rol de avocat și co-investitor pilot.**

Recomandarea cu cel mai mare potențial de impact asupra brandului orașului este poziționarea explicită a Bucureștiului ca **hub regional de gaming pentru „Europa Extinsă”** — occidentală, slavă și orientală deopotrivă (secțiunea 2.1) —, construită pe active deja existente: *Bucharest Gaming Week* și *Dev.Play* ca evenimente-ancoră, susținute printr-un parteneriat formal între Primarie și organizatorii evenimentelor respective. Asumarea acestei ambiții, până la titlul de „Hollywood-ul est-european al industriei de gaming”, ar transforma un activ economic deja solid într-un instrument de reputație internațională, mândrie locală și turism cultural pentru București.