FIȘĂ SINTETICĂ • Consultare tematică • *Evenimente și identitatea culturală a Bucureștiului*

Metodologia propusă pentru actualizarea Strategiei Culturale a Municipiului București include o serie de consultări cu operatori și profesioniști din ecosistemul cultural și din domenii conexe. La fiecare consultare au fost invitați reprezentanți relevanți pentru tema sau sectorul vizat. Fișele rezultate sunt transmise pentru feedback și completări înainte de finalizare.

Consultarea a avut loc în data de 28 octombrie 2026, ora 11:00, în Sala Studio, Hanul Gabroveni, ARCUB-AEUB, și a fost co-moderată de Vlad Tăușance (Expert în comunicare) și Corina Șuteu (Coordonator general, Strategia Culturală a Municipiului București 2027-2036).

Consultarea a urmărit identificarea principalelor provocări și oportunități legate de organizarea și dezvoltarea marilor evenimente culturale din București. Discuțiile au vizat rolul acestora în consolidarea identității culturale a orașului, dezvoltarea infrastructurii necesare, precum și diversificarea și distribuția calendarului cultural. Au fost abordate, de asemenea, îmbunătățirea promovării și a accesului publicului la evenimente, consolidarea colaborării dintre administrația publică și operatorii independenți și identificarea unor direcții strategice în aceste domenii. Un alt obiectiv a fost evidențierea contribuției marilor evenimente la dezvoltarea urbană și la creșterea atractivității Bucureștiului ca destinație.

Au participat la consultare:

1. Adina Nicolescu (ICR - Institutul Cultural Român, *Festivalul Filmului European*)
2. Alexandra Boghiu (*TIFF la București*)
3. Ana Maria Boghean (Consilier General al Municipiului București)
4. Andi Mitoi (Livada Advertising, AROC - Asociația Română a Organizatorilor de Concerte și Evenimente Culturale, Asociația Culturală ARTmania / ARTmania Agency, *Summer Well Festival, East European Music Conference - ARTmania*)
5. Andrada Roșu (NOD Makerspace, *Dâmbovița Delivery*)

6. Andreea Sandu (Galeria Galateca, Asociația Culturală Neo Art România, *Neo Art Connect*)
7. Andrei Borțun (The Institute, *BDF - Bucharest Design Festival, RDW - Romanian Design Week, Diploma, Internetics*)
8. Andrei Grosu (Local Design Circle, *Local Design Awards*)
9. Aura Corbeanu (UNITER - Uniunea Teatrală din România, *FNT - Festivalul Național de Teatru*)
10. Bianca Boitan (Artexim - *Festivalul Enescu*)
11. Carmen Ion (Asociația Grow Up Project, *Boovie Festival*)
12. Costin Gache (Nostalgia Retro Disco Future, *Nostalgia*)
13. Costin Zamfir (Direcția Cultură și Turism a Municipiului București)
14. Cristian Hossu (*Universum*)
15. Cristina Uruc (Artexim - *Festivalul Enescu*)
16. Daniel Voinea (Cărturești, *Street Delivery*)
17. Diana Nicolaie (Artmark Group - *Art Safari*)
18. Emil Ionescu (iaBilet.ro)
19. Francesca Rusu (jurnalist, Radio România Cultural)
20. Ina Dumitriu (NOD Makerspace, *Dâmbovița Delivery*)
21. Iulian Văcărean (Asociația eCevaBine, *Femei pe Mătăsari*)
22. Ligia Soare (Asociația Animest, *Animest*)
23. Măriuca Drăgoi (*RADAR*)
24. Mihai Mihalcea (CNDB - Centrul Național al Dansului București, *Festivalul Iridiscent*)
25. Mihai Mitrică (AER - Asociația Editorilor din România, *Bookfest*)
26. Roxana Tanasachi (Cărturești, *Street Delivery*)
27. Samuel Stancu (UrbanizeHub, *New Urban Habits*)
28. Silvia Floareș (Asociația Antrepriza Culturală, *Weekend Sessions, Harta Muzeelor, Mezanin Market*)
29. Suzana Dan (Asociația Ephemair, *NAG - Noaptea Albă a Galeriilor*)
30. Tudor Dăescu (DBO, *Bucharest Gaming Week*)
31. Valentina Boldurescu (*RADAR*)

Au fost invitați la consultare reprezentanți ai următoarelor evenimente: *American Independent Film Festival, Balkanik, Bazar de Cotroceni, BIEFF - Bucharest International Experimental Film Festival, Bucharest Dance Film Festival, Bucharest Shorts Film Festival, COFFeEAST - East European Coffee Culture Festival, Dokstation, East European Comic Con, EMAGIC, Gaudeamus, Les Films de Cannes*

à Bucarest, Noaptea Muzeelor, One World Romania, Rockstadt, SAGA, Semisilent, SoNoRo, UNDERCLOUD, Unfinished, UNTOLD, urbanEye

CONCLUZII

Bucureștiul are deja de evenimente culturale majore, diverse și cu potențial de dezvoltare națională și internațională. Discuția nu a produs un consens în favoarea creării unui singur eveniment *flagship* pentru identitatea culturală a orașului: mai mulți participanți au susținut **valorizarea evenimentelor existente și o identitate construită pe mai multe domenii, zone și/sau sezoane culturale.**

A revenit constant lipsa infrastructurii adecvate pentru evenimente de amploare mare și medie, fragmentarea comunicării și a calendarului cultural, dificultățile de autorizare și colaborare cu administrația, nevoia de parteneriate public-private și importanța experienței urbane complete pentru locuitori și turiști. S-a subliniat necesitatea unor decizii bazate pe date și statistici privind publicurile, impactul economic, dar și a accesibilității culturale.

CONCLUZII
I. TEME PRINCIPALE ABORDATE
1. Identitatea orașului și dezbaterea privind evenimentul-fanion
2. Infrastructura culturală și logistica urbană
3. Calendarul cultural și distribuția sezonieră
4. Comunicare, vizibilitate și promovarea orașului
5. Guvernanță, avizare și colaborare public–privat
6. Publicuri, accesibilitate și impact
7. Rolul strategiei și relația dintre cultură și administrație
II. BLOCAJE PRINCIPALE IDENTIFICATE
1. Insuficiența infrastructurii pentru evenimente de diverse dimensiuni
2. Fragmentarea calendarului și dezechilibrul sezonier
3. Vizibilitatea insuficient coordonată a ofertei culturale
4. Proceduri administrative și reguli neclare
5. Cadrul insuficient clar pentru parteneriate
6. Lipsa datelor comparabile despre public și impact

7. Accesibilitatea și experiența urbană neuniforme
8. Neîncrederea în capacitatea de implementare
III. SOLUȚII ȘI DIRECȚII DE INTERVENȚIE PRIORITARE
1. Calendar cultural municipal integrat
2. Platformă comună de informare și promovare
3. Investiții în infrastructură și reconversia spațiilor
4. Reguli clare pentru utilizarea spațiului public
5. Parteneriate public-private funcționale
6. Cercetare și evaluarea impactului
7. Acces și dezvoltarea publicurilor
IV. RECOMANDĂRI PENTRU STRATEGIA CULTURALĂ 2027–2036
1. Valorificarea portofoliului existent de evenimente
2. Definirea unei identități culturale policentrice și sezoniere
3. Program municipal pentru infrastructura de evenimente
4. Calendar și instrument public de informare
5. Politici locale de comunicare culturală
6. Clarificarea mecanismelor de autorizare
7. Cadru pentru parteneriate public-private
8. Cooperare inter/trans-instituțională
9. Cercetare de public și studii de impact
10. Măsuri de accesibilitate și incluziune
11. Dialog permanent și responsabilități de implementare
12. Echilibrarea susținerii culturii și a logicii economice

I. TEME PRINCIPALE ABORDATE

1. Identitatea orașului și dezbaterea privind evenimentul-fanion

Dezbaterea a pornit de la întrebarea dacă Bucureștiul are nevoie de un singur eveniment-fanion sau de o mai bună promovare a evenimentelor deja consacrate. Mai mulți participanți au considerat că dimensiunea și diversitatea Capitalei favorizează o identitate construită prin mai multe repere, pe discipline, cartiere și perioade ale anului, nu prin concentrarea resurselor într-un singur proiect. Au fost invocate festivalurile

existente, cu publicuri și profiluri distincte, și potențialul orașului pentru experiențe culturale în aer liber. În contrapondere, s-a discutat posibilitatea unei formule-umbrelă, care să grupeze evenimentele într-o experiență urbană recognoscibilă, fără a presupune neapărat inventarea unui eveniment-reper nou. A fost subliniată necesitatea de a defini prin cercetare mai întâi publicurile și obiectivele urmărite de un asemenea eveniment cultural fanion.

2. Infrastructura culturală și logistica urbană

Lipsa unei săli de concerte de mari dimensiuni, adecvate inclusiv *Festivalului Enescu*, a fost descrisă ca o carență structurală a Capitalei. Participanții au menționat și absența unor spații multifuncționale pentru concerte, conferințe și alte formate, precum și deficitul de săli de mărime medie (1000-2000 locuri). Au fost discutate reconversia clădirilor industriale și a spațiilor neutilizate în centre culturale, dar și nevoia de depozitare comună pentru echipamente și producții, care ar reduce costurile recurente.

Infrastructura unui mare eveniment a fost privită dincolo de locul de desfășurare: transportul, accesul, cazarea, orientarea vizitatorilor și calitatea serviciilor orașului influențează direct experiența publicului.

3. Calendarul cultural și distribuția sezonieră

A fost semnalată concentrarea evenimentelor în anumite luni, precum octombrie, în contrast cu perioadele mai puțin active din ianuarie-februarie sau martie. Participanții au atras atenția că planificarea trebuie să țină seama de stagiunile instituțiilor de spectacole și de evenimentele private, nu doar de festivalurile cu finanțare publică. La începutul anului, întârzierile în aprobarea bugetelor și contractarea finanțărilor pot limita programarea unor proiecte. Un calendar comun ar permite atât evitarea suprapunerilor, cât și identificarea unor ferestre de promovare și a unor teme sezoniere, fără a impune o programare centralizată a conținutului cultural.

4. Comunicare, vizibilitate și promovarea orașului

Participanții au insistat că Bucureștiul nu duce în primul rând lipsă de evenimente, ci de instrumente prin care acestea să devină vizibile împreună. Informațiile sunt dispersate între canale, instituții și organizatori, iar publicul local și vizitatorii întâmpină dificultăți în descoperirea ofertei. S-a discutat despre o platformă sau aplicație gratuită, un calendar actualizat și o infrastructură municipală de afișaj, inclusiv pentru inițiative independente/private. Comunicarea a fost legată și de calitatea imaginii vizuale în

spațiul public și de promovarea coerentă a orașului ca destinație culturală, nu doar a fiecărui eveniment în parte.

5. Guvernanță, avizare și colaborare public-privat

Relația dintre operatori și autorități a fost descrisă ca fragmentată, cu dificultăți în identificarea interlocutorilor responsabili, în înțelegerea procedurilor și în coordonarea internă a instituțiilor implicate. S-a discutat necesitatea unui regulament clar pentru evenimente, a unei hărți a zonelor în care pot fi organizate activități în aer liber și a unor reguli publice de acces la spații. Pentru proiectele recurente, a fost propusă analizarea posibilității avizării pe mai mulți ani. Participanții au solicitat, de asemenea, un cadru previzibil pentru parteneriate public-private, inclusiv pentru reabilitarea, administrarea și operarea unor proprietăți municipale.

6. Publicuri, accesibilitate și impact

Discuția a diferențiat mai multe obiective posibile ale marilor evenimente: participarea locuitorilor, atragerea publicului național și internațional, contribuția la economia locală - inclusiv turism, hoteluri și HoReCa - și păstrarea talentelor în oraș. A fost subliniată nevoia de studii de public și de impact, pe baza datelor pe care organizatorii sunt dispuși să le pună la dispoziție. În privința accesului, au fost menționate gratuitățile și reducerile pentru tineri și seniori, mai ales în perioadele cu ofertă mai redusă. Experiența vizitatorului a fost tratată ca un traseu complet, de la sosirea în București și mobilitatea urbană până la participarea efectivă și plecare.

7. Rolul strategiei și relația dintre cultură și administrație

Strategia a fost prezentată ca un instrument deschis, de dialog și actualizare continuă între operatori și administrație. În același timp, au existat intervenții care au subliniat riscul ca elaborarea de strategii să substituie investițiile și deciziile operative. S-a exprimat ideea că administrația ar trebui să asigure infrastructura, regulile și condițiile de funcționare, în timp ce programarea culturală trebuie să valorifice expertiza operatorilor independenți/privați. Discuția a evidențiat și tensiunea dintre cultura înțeleasă ca serviciu public, cu valoare socială, și evaluarea acesteia prin efecte economice și turistice.

II. BLOCAJE PRINCIPALE IDENTIFICATE

1. Insuficiența infrastructurii pentru evenimente de diverse dimensiuni

Absența unei săli mari de concerte și a unei infrastructuri multifuncționale adecvate împiedică găzduirea unor producții de anvergură și limitează dezvoltarea evenimentelor existente. Lipsesc și spații de capacitate intermediară, necesare pentru conferințe, spectacole și proiecte hibride. Insuficiența depozitelor și a spațiilor tehnice poate genera cheltuieli suplimentare, iar lipsa unei infrastructuri stabile pune presiune pe organizarea temporară în spațiul public.

2. Fragmentarea calendarului și dezechilibrul sezonier

Concentrarea proiectelor în câteva luni ale anului (primăvară / toamnă) creează concurență pentru public, spații, servicii și vizibilitate, în timp ce începutul anului rămâne insuficient valorificat. Nu există un instrument comun care să coreleze festivalurile, stagiunile și inițiativele independente. Incertitudinea calendarului bugetar și a contractării finanțărilor publice îngreunează planificarea din primele luni ale anului.

3. Vizibilitatea insuficient coordonată a ofertei culturale

Informația culturală este distribuită prin canale disparate, fără o imagine comună, ușor de consultat, a ofertei orașului. Operatorii au acces inegal la afișaj și la infrastructura de promovare în spațiul public, iar lipsa unei comunicări coordonate afectează atât locuitorii, cât și turiștii. S-a semnalat inclusiv riscul ca o comunicare vizuală incoerentă să diminueze percepția asupra calității evenimentelor.

4. Proceduri administrative și reguli neclare

Regulile privind folosirea spațiului public, disponibilitatea locațiilor și traseul avizelor nu sunt suficient de transparente pentru organizatori. Lipsa unui/unor interlocutor(i) clar(i) și coordonarea redusă între instituții produc întârzieri și incertitudine. Pentru evenimentele recurente, reluarea anuală a procedurilor împiedică planificarea multianuală și angajarea din timp a partenerilor.

5. Cadrul insuficient clar pentru parteneriate

În lipsa unor mecanisme clare și stabile, operatorii nu pot valorifica pe deplin interesul unor parteneri privați pentru investiții în spații, echipamente și evenimente. Au fost semnalate neclarități privind condițiile în care proprietățile municipalității pot fi restaurate, administrate sau operate în parteneriat, precum și nevoia de asumare instituțională a unui asemenea cadru.

6. Lipsa datelor comparabile despre public și impact

Datele despre structura publicurilor, participare, impact economic și efectele culturale și sociale sunt insuficient sistematizate. Fără studii periodice și indicatori comparabili, este dificil de stabilit dacă un eveniment urmărește în primul rând accesul local, turismul, dezvoltarea unor comunități sau retenția talentelor. Organizatorii au arătat disponibilitate de a contribui cu informații proprii la cercetări comune.

7. Accesibilitatea și experiența urbană neuniforme

Costurile biletelor pot limita accesul tinerilor, seniorilor și altor categorii de public, chiar atunci când oferta culturală există. În plus, transportul, orientarea, accesibilitatea spațiilor și calitatea serviciilor conexe influențează experiența vizitatorilor. O experiență urbană dificilă poate reduce efectul pozitiv al unui eveniment și disponibilitatea publicului de a reveni sau de a recomanda Bucureștiul.

8. Neîncrederea în capacitatea de implementare

A fost exprimată neîncrederea că o strategie, în absența unor proiecte concrete, a finanțării și a responsabilităților asumate, va schimba situația sectorului. Participanții au revenit la ideea că problemele de infrastructură și coordonare sunt cunoscute de mulți ani. Riscul concentrării resurselor într-un singur eveniment-fanion a fost asociat, de unii vorbitori, cu neglijarea nevoilor structurale ale ecosistemului.

III. SOLUȚII ȘI DIRECȚII DE INTERVENȚIE PRIORITARE

1. Calendar cultural municipal integrat

Dezvoltarea, împreună cu operatorii, a unui calendar municipal actualizat permanent, care să includă festivaluri, evenimente independente, stagiuni ale teatrelor, operei și filarmonicii și proiecte finanțate privat. Calendarul ar trebui să facă vizibile perioadele aglomerate și intervalele insuficient acoperite, să sprijine coordonarea comunicării și să permită construirea unor repere tematice sau sezoniere, fără centralizarea deciziilor artistice.

2. Platformă comună de informare și promovare

Crearea unui instrument digital gratuit și ușor de utilizat — platformă sau aplicație — pentru descoperirea evenimentelor din București, cu informații utile atât locuitorilor, cât și turiștilor. Acesta ar putea fi susținut de o rețea municipală de afișaj cultural accesibilă operatorilor și de o abordare vizuală coerentă în spațiul public. A fost

sugerată corelarea promovării culturale cu instrumentele de promovare a Bucureștiului ca destinație turistică.

3. Investiții în infrastructură și reconversia spațiilor

Stabilirea unui program etapizat de investiții care să analizeze atât o sală mare de concerte, cât și spații multifuncționale și săli de capacitate intermediară. În paralel, inventarierea clădirilor și spațiilor industriale ce ar putea fi reconvertite în centre culturale, precum și evaluarea unor facilități comune de depozitare și logistică. Prioritizarea investițiilor ar trebui corelată cu nevoile reale ale operatorilor și cu posibilitățile de utilizare pe tot parcursul anului.

4. Reguli clare pentru utilizarea spațiului public

Publicarea unei hărți a spațiilor și zonelor în care se pot organiza evenimente, cu reguli de utilizare, capacități, condiții tehnice și pași de autorizare. Continuarea elaborării unui regulament operațional și identificarea unui punct clar de contact pentru organizatori. Pentru proiectele recurente, analizarea unor proceduri predictibile și a posibilității de avizare multianuală, în limitele cadrului legal.

5. Parteneriate public-private funcționale

Definirea și comunicarea unui cadru transparent pentru implicarea sectorului privat în finanțarea evenimentelor și în dezvoltarea, restaurarea sau operarea infrastructurii culturale municipale. S-a propus valorificarea patrimoniului disponibil al orașului și clarificarea condițiilor de parteneriat, astfel încât operatorii să poată construi proiecte și investiții pe termen mai lung.

6. Cercetare și evaluarea impactului

Realizarea periodică a unor studii de public și de impact economic, cultural și social, prin colaborarea administrației cu organizatorii și organismele de cercetare. Indicatorii ar trebui să distingă între participarea publicului local, atragerea vizitatorilor, efectele asupra economiei urbane și retenția talentelor. Rezultatele ar putea fundamenta prioritățile de investiție, calendarul și evaluarea politicilor.

7. Acces și dezvoltarea publicurilor

Dezvoltarea unor formule de acces cu gratuități sau reduceri pentru tineri și seniori, inclusiv în perioadele mai puțin aglomerate cultural. Integrarea accesibilității în planificarea evenimentelor și colaborarea cu serviciile de transport, mobilitate și turism pentru o experiență mai bună a publicului. Susținerea participării ar trebui să

urmărească atât atragerea unor publicuri noi, cât și fidelizarea celor care participă deja.

IV. RECOMANDĂRI PENTRU STRATEGIA CULTURALĂ 2027–2036

1. Valorificarea portofoliului existent de evenimente

Susținerea complementarității dintre festivalurile și evenimentele deja consacrate, cu identități și publicuri proprii. O eventuală formulă-fanion sau umbrelă ar trebui evaluată prin beneficiile aduse ecosistemului, nu tratată ca obiectiv obligatoriu și nici ca substitut pentru investițiile structurale.

2. Definirea unei identități culturale policentrice și sezoniere

Explorarea unei identități culturale construite pe mai multe domenii, zone și sezoane, inclusiv prin valorificarea Bucureștiului ca oraș al experiențelor culturale în aer liber. Pot fi analizate perioade tematice sau formule de tip eveniment-umbrelă cu proiecte satelit, în colaborare cu organizatorii existenți.

3. Program municipal pentru infrastructura de evenimente

Elaborarea unui inventar al deficitului de spații, urmat de investiții etapizate în săli mari, spații multifuncționale, capacități intermediare, depozitare și reconversia clădirilor industriale. Evaluarea proiectelor trebuie să includă utilizarea continuă și sustenabilitatea operării, nu doar capacitatea de a găzdui un eveniment punctual.

4. Calendar și instrument public de informare

Construirea unui calendar comun și a unei platforme publice de informare, cu contribuții actualizate din partea instituțiilor și operatorilor independenți. Instrumentele ar trebui să includă stagiunile și perioadele cu activitate redusă și să ajute atât la descoperirea evenimentelor, cât și la planificarea lor.

5. Politici locale de comunicare culturală

Crearea unor condiții clare de acces la afișajul municipal și susținerea unei comunicări vizuale de calitate în spațiul public. Promovarea concertată a ofertei culturale ar trebui să se adreseze publicului local, dar și vizitatorilor internaționali, în corelare cu promovarea turistică a orașului.

6. Clarificarea mecanismelor de autorizare

Finalizarea și publicarea unui regulament pentru organizarea evenimentelor, însoțit de o hartă a spațiilor utilizabile și de reguli de acces transparente. Analizarea unui traseu

administrativ simplificat, cu interlocutori clar definiți și soluții pentru planificarea multianuală a evenimentelor recurente.

7. Cadru pentru parteneriate public-private

Clarificarea instrumentelor juridice și administrative prin care pot fi realizate parteneriate public-private pentru investiții, restaurare, administrare și operare de spații culturale. Dialogul cu operatorii și potențialii investitori ar trebui să înceapă din etapa de definire a nevoilor și a condițiilor de utilizare.

8. Cooperare inter/trans-instituțională

Corelarea politicilor pentru evenimente culturale cu transportul public, mobilitatea, turismul, orientarea vizitatorilor și serviciile urbane. Calitatea experienței în oraș trebuie tratată ca parte a impactului evenimentului, de la sosire până la plecare.

9. Cercetare de public și studii de impact

Instituirea unor cercetări recurente asupra publicurilor și a impactului economic, cultural și social, utilizând și date agregate oferite voluntar de organizatori. Rezultatele trebuie folosite pentru a evalua obiective distincte: accesul locuitorilor, atragerea turiștilor, dezvoltarea comunităților și retenția talentelor.

10. Măsuri de accesibilitate și incluziune

Sprijinirea unor programe de acces pentru tineri, seniori și alte categorii cu resurse limitate, prin reduceri, gratuități sau activări în perioade mai puțin aglomerate. Măsurile trebuie completate de informare accesibilă și de îmbunătățirea condițiilor de participare pentru persoane cu mobilitate redusă.

11. Dialog permanent și responsabilități de implementare

Instituirea unui dialog regulat între administrație și organizatori, cu mecanisme clare de colectare a propunerilor și de urmărire a implementării. Fiecare direcție strategică ar trebui corelată cu instituții responsabile, etape, resurse și indicatori, pentru a evita rămânerea la nivel declarativ.

12. Echilibrarea susținerii culturii și a logicii economice

Evaluarea marilor evenimente printr-un set echilibrat de criterii care să recunoască atât efectele economice (e.g. horeca sau turism), cât și valoarea culturală, educațională și socială. Strategia trebuie să precizeze ce obiective publice urmărește susținerea evenimentelor și ce rol revine administrației în crearea condițiilor de desfășurare.