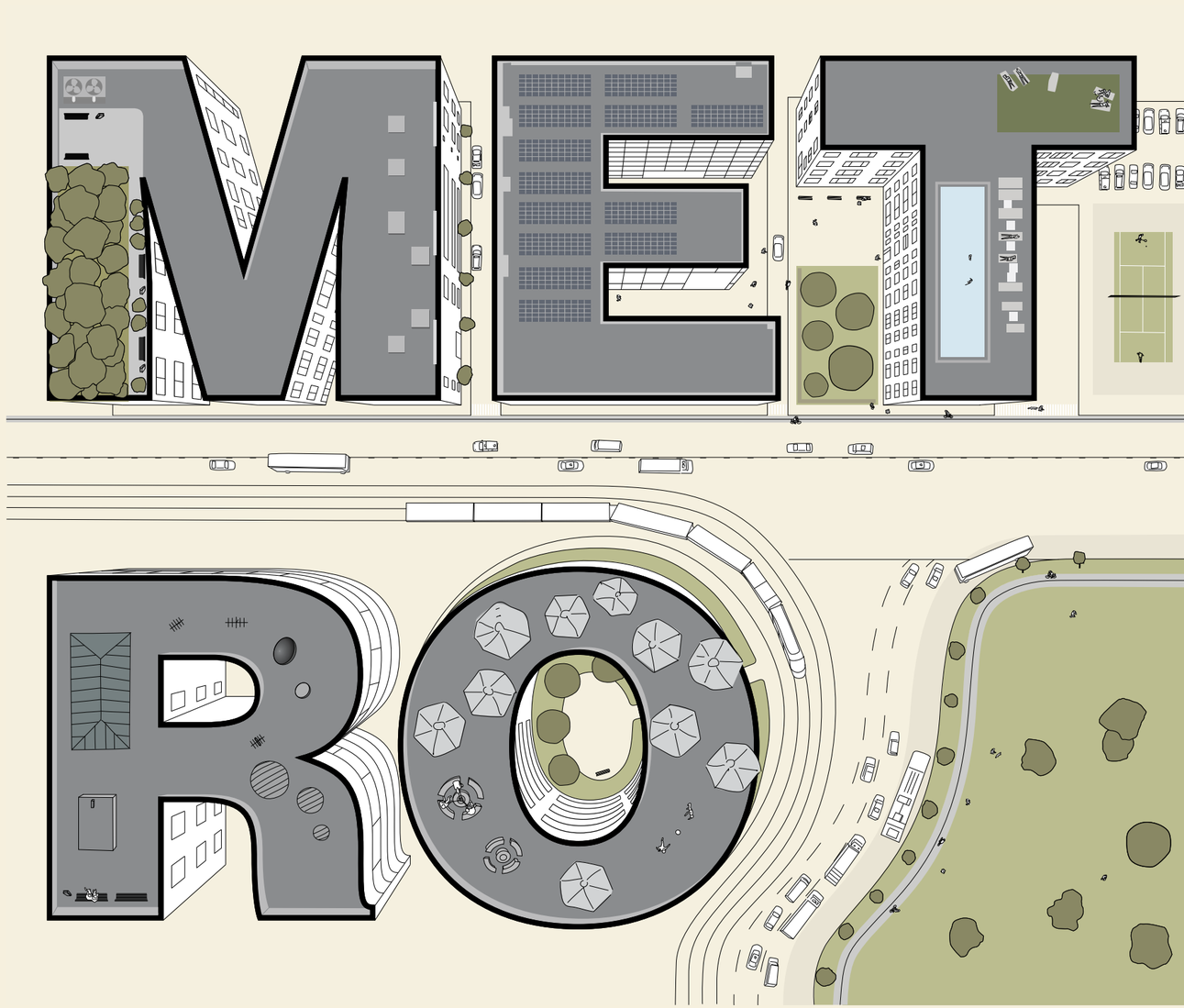
Public Disclosure Authorized
Public Disclosure Authorized
Public Disclosure Authorized

De-a lungul istoriei, nicio regiune sau țară, nu a reușit să se dezvolte fără a se urbaniza în paralel. Procesul de creștere economică la nivel mondial a fost însoțit în permanență de un proces de urbanizare. Orașele generează dezvoltare și productivitate mai ridicate, iar procesul dezvoltării și creșterii economice încurajează la rândul său procesul de urbanizare. Nu există în momentul de față nicio țară dezvoltată care să nu fie și o țară profund urbanizată. La fel stă situația și la nivel regional. Cu câteva excepții regiunile cu cel mai mare PIB pe cap pe locuitor din UE sunt regiuni formate în jurul unor zone metropolitane sau a unor aglomerări urbane.

Fără o zonă metropolitană sau o aglomerare urbană puternică, o regiune nu poate performa la înălțime. O țară fără un sistem de zone metropolitane și aglomerări puternice nu își poate susține creșterea pe termen lung. Mai mult, zonele metropolitane și aglomerările urbane cele mai dinamice au și cel mai mare succes în a atrage în continuare oameni și investiții.

Acest raport prezintă o serie de soluții pentru a întări principalele zone metropolitane și aglomerări urbane din România. Raportul se adresează atât factorilor de decizie din România și UE, cât și cetățenilor și actorilor ce doresc să se implice în dezvoltarea comunităților în care trăiesc.

Octombrie 2019



ROMÂNIA METROPOLITANĂ

Marcel Ionescu-Heroiu, Marius Cristea, Andreea China, Adina Vințan, Ioana Irimia, Oana Franț,
Bianca Butacu, Grațian Mihăilescu, Ciprian Moldovan, Bogdan Dolean, Viorela Sfârlea

ROMANIA CATCHING-UP REGIONS

Octombrie 2019

European Commission

THE WORLD BANK
IBRD • IDA

FZMAUR

urbanizehub

ROMÂNIA METROPOLITANĂ

Marcel Ionescu-Heroiu, Marius Cristea, Andreea China, Adina Vințan, Ioana Irimia,
Oana Franț, Bianca Butacu, Grațian Mihăilescu, Ciprian Moldovan, Bogdan Dolean,
Viorela Sfârlea

Octombrie 2019

ABREVIERI ȘI ACRONIME

ACOR	Asociația Comunelor din România
ADI	Asociația de Dezvoltare Intercomunitară
AMR	Asociația Municipiilor din România
ANL	Agenția Națională pentru Locuințe
AP	Axa Prioritară
BERD	Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare
CE	Comisia Europeană
CERN	Organizația Europeană pentru Cercetare Nucleară / Laboratorul European pentru Fizica Particulelor Elementare
FEDR	Fondul European pentru Dezvoltare Regională
FZMAUR	Federația Zonelor Metropolitane și Aglomerărilor Urbane
IPTANA	Institutul de Proiectări pentru Transporturi Auto, Navale și Aeriene
IT	Tehnologia Informației (TI)
ITI	Investiții Teritoriale Integrate
OECD	Organizația Europeană pentru Cooperare și Dezvoltare
MDRAP	Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice
MPGT	Master Planul General de Transport
PATZM	Planul de Amenajare a Teritoriului Zonal Metropolitan
PIAROM	Patronatul Investitorilor Autohtoni din România
PIB	Produs Intern Brut
POR	Programul Operațional Regional
PMUD	Planul de Mobilitate Urbană Durabilă
PNDI	Planul Național de Dezvoltare a Infrastructurii
PNDL	Planul Național de Dezvoltare Locală
PNDM	Planul Național de Dezvoltare Metropolitană
PPP	Parteneriat Public Privat
PUG	Planul Urbanistic General
RLU	Regulamentul Local de Urbanism
SIDU	Strategia Integrată de Dezvoltare Urbană
SUA	Statele Unite ale Americii
UAT	Unitate Administrativ Teritorială
UE	Uniunea Europeană
UNCJR	Uniunea Națională a Consiliilor Județene din România
ZUF	Zona Urbană Funcțională

CUPRINS

IMPORTANȚA DEZVOLTĂRII METROPOLITANE/1

De ce sunt importante zonele metropolitane și aglomerările urbane/5

Dinamici de dezvoltare în Uniunea Europeană/13

Importanța metropolelor magnet/19

Către metropole mai competitive în România/25

Cum pot metropolele românești să acceseze piețe mari și în creștere/28

Atragerea firmelor cu acces ușor la piețele din UE/30

Atragerea firmelor cu acces ușor la piețele din SUA/38

Atragerea firmelor cu acces ușor la piețele din Asia de Est/44

Cum pot metropolele românești să atragă mai mulți oameni/51

Nevoia unei viziuni de creștere/54

Nevoia promotorilor urbani/57

Nevoia unui plan ambițios/57

De unde pot metropolele românești să atragă oameni/67

Nevoia oportunităților pentru a face metropolele românești mai atractive/74

Nevoia unor piețe funciare și imobiliare dinamice/78

Nevoia investițiilor în mobilitate urbană durabilă/81

Nevoia investițiilor în infrastructură și servicii publice care să crească calitatea vieții/82

Nevoia investițiilor în infrastructură și servicii de business și inovare/89

Cum pot metropolele românești să devină mai inovative/92

Recomandări/95

La nivelul Comisiei Europene/95

La nivelul structurilor administrației centrale din România (Guvernamental)/96

La nivelul structurilor administrației locale din România (primării, consilii județene și structuri asociative ale acestora)/102

CAMPANIA „ALEGE PRIORITĂȚILE ORAȘULUI TĂU”/109

Obiective/111

Durată/112

Metodologie/113

Selectarea proiectelor de dezvoltare metropolitană/113

Realizarea chestionarului pentru ierarhizarea proiectelor/113

Lansarea și derularea campaniei/114

Rezultate/118

ANEXA 1/123

Reprezentare grafică proiecte prioritare București-Ilfov/124

Reprezentare grafică proiecte prioritare Alba Iulia/125

Reprezentare grafică proiecte prioritare Alexandria/126

Reprezentare grafică proiecte prioritare Arad/127

Reprezentare grafică proiecte prioritare Bacău/128

Reprezentare grafică proiecte prioritare Baia Mare/129

Reprezentare grafică proiecte prioritare Bistrița/130

Reprezentare grafică proiecte prioritare Botoșani/131

Reprezentare grafică proiecte prioritare Brașov/132

Reprezentare grafică proiecte prioritare Brăila/133

Reprezentare grafică proiecte prioritare Buzău/134

Reprezentare grafică proiecte prioritare Călărași/135

Reprezentare grafică proiecte prioritare Cluj-Napoca/136

Reprezentare grafică proiecte prioritare Constanța/137

Reprezentare grafică proiecte prioritare Craiova/138

Reprezentare grafică proiecte prioritare Deva-Hunedoara-Simeria/139

Reprezentare grafică proiecte prioritare Drobeta-Turnu Severin/140

Reprezentare grafică proiecte prioritare Focșani/141

Reprezentare grafică proiecte prioritare Galați/142

Reprezentare grafică proiecte prioritare Giurgiu/143

Reprezentare grafică proiecte prioritare Iași/144

Reprezentare grafică proiecte prioritare Miercurea Ciuc/145

Reprezentare grafică proiecte prioritare Oradea/146

Reprezentare grafică proiecte prioritare Piatra Neamț/147

Reprezentare grafică proiecte prioritare Pitești/148

Reprezentare grafică proiecte prioritare Ploiești/149

Reprezentare grafică proiecte prioritare Râmnicu Vâlcea/150

Reprezentare grafică proiecte prioritare Reșița/151

Reprezentare grafică proiecte prioritare Satu Mare/152

Reprezentare grafică proiecte prioritare Sfântu Gheorghe/153

Reprezentare grafică proiecte prioritare Sibiu/154

Reprezentare grafică proiecte prioritare Slatina/155

Reprezentare grafică proiecte prioritare Slobozia/156

Reprezentare grafică proiecte prioritare Suceava/157

Reprezentare grafică proiecte prioritare Târgoviște/158

Reprezentare grafică proiecte prioritare Târgu Jiu/159

Reprezentare grafică proiecte prioritare Târgu Mureș/160

Reprezentare grafică proiecte prioritare Timișoara/161

Reprezentare grafică proiecte prioritare Tulcea/162

Reprezentare grafică proiecte prioritare Vaslui/163

Reprezentare grafică proiecte prioritare Zalău/164

LISTĂ FIGURI

Figura 1. La nivel mondial, creșterea economică a mers mereu mână în mână cu urbanizarea/5

Figura 2. Clasament PIB pe regiuni NUTS 2/7

Figura 3. PIB pe cap de locuitor ajustat la puterea de cumpărare/9

Figura 4. Densitatea populației în UE, la nivel de județ (NUTS 3), în 2015/10

Figura 5. PIB pe cap de locuitor (ajustat la putere de cumpărare), la nivel de județ (NUTS3), în 2014/11

Figura 6. Performanța regiunilor NUTS 2 din UE în 2005, 2010 și 2015/14

Figura 7. Regiunile din UE care au înregistrat un regres față de media UE între 2000 și 2015/15

Figura 8. Numărul de autoturisme vândute într-o selecție de țări/18

Figura 9. Ratele de fertilitate într-o selecție de țări/18

Figura 10. Creșterea economică a mers mereu mână în mână cu creșterea populației/19

Figura 11. Venitul Brut per Capita (Metoda Atlas) într-o selecție de țări, între 1980 și 2017/23

Figura 12. UE a pierdut peste 15 milioane tineri (cu vârsta între 20 și 35 ani) între 2000 și 2016/24

Figura 13. Principalele surse de venituri externe ale României (în mld. USD)/25

Figura 14. Cum s-a transformat orașul Seoul în doar câțiva ani/26

Figura 15. Piețele principale de export ale Coreei de Sud, din 1962 până în 2014/27

Figura 16. Transformarea economiei noilor țări membre UE/29

Figura 17. Zona de acces de o oră (cu mașina) a polilor de creștere/30
Figura 18. PIB pe cap de locuitor (PPS) în capitalele din UE/31
Figura 19. Perimetrele de exploatare din România și cine le exploatează/37
Figura 20. Ponderea în consumul global pe regiuni/44
Figura 21. Vânzările de autovehicule în diferite țări / regiuni/45
Figura 22. Volumul comerțului extern pe județe, în 2016/53
Figura 23. Cele mai mari orașe din SUA în 1840/55
Figura 24. Planul urbanistic al lui Daniel Burnham, pentru orașul Chicago (1909)/56
Figura 25. Planul orașului San Francisco din 1852/58
Figura 26. Cum arată planul din 1852 al orașului San Francisco, suprapus peste harta actuală a orașului/59
Figura 27. Străzile în pantă din San Francisco, implementate după vechiul plan al orașului/59
Figura 28. Planuri urbane istorice ce au dat direcția de dezvoltare a unor mari orașe/60
Figura 29. Trama stradală în New Amsterdam (stânga) și Planul Urbanistic pentru dezvoltarea Orașului New York (dreapta)/62
Figura 30. Structura compactă a Bucureștiului cu adițiile neplanificate de după 1989/62
Figura 31. Planul lui Ildefons Cerda din 1859/63
Figura 32. Imagine istorică: Zona din jurul Catedralei Sagrada Familia, în momentul în care/63
Figura 33. Cum arată Barcelona acum/64
Figura 34. Cum arată zona din jurul Sagradei Familia/64
Figura 35. Rețeaua de autostrăzi a României propusă în 1968/65
Figura 36. Planul Brăilei din 1892, după modelul promovat de Kiseleff/66
Figura 37. Orașe dunărene pentru care a fost elaborat plan de sistematizare pe vremea lui Kiseleff/67
Figura 38. Zonele urbane funcționale ale Bucureștiului și ale reședințelor de județ/69
Figura 39. Estimarea numărului posibil de migranți în viitorul apropiat/71
Figura 40. Țările cu cea mai mare diasporă românească/72
Figura 41. Județele cu cele mai mari salarii medii nete/76
Figura 42. Numărul de locuințe finalizate per 1.000 de locuitori stabili în zonele urbane funcționale ale principalelor orașe din România, în anul 2016/80
Figura 43. De câte noi locuințe e nevoie în cele mai dinamice orașe din România/80
Figura 44. Numărul de autoturisme înmatriculate la 1000 de locuitori în anul 2017/82
Figura 45. Rata natalității la 1000 de locuitori în anul 2016/83
Figura 46. Numărul elevilor înscriși în școli profesionale în anul 2015/84
Figura 47. Numărul de studenți străini înscriși în centrele universitare din România, în anul 2016/86
Figura 48. Numărul absolvenților de studii de nivel licență în domeniul informaticii și ingineriei în anul 2016/86
Figura 49. Speranța de viață (ani) în anul 2016/88
Figura 50. Densitatea firmelor cu capital străin la 1000 de locuitori în anul 2017/89
Figura 51. Densitatea agenților economici cu capital autohton la 1.000 de locuitori, în anul 2017/90
Figura 52. Harta parcurilor industriale din România în anul 2018/91
Figura 53. Patente în vigoare la nivelul anului 2016/92
Figura 54. Un sistem de monitorizare și evaluare eficient/107
Figura 55. Imagine de promovare a campaniei/112
Figura 56. Pagina de Facebook a campaniei/114
Figura 57. Platforma web a campaniei/115
Figura 58. Exemplu de mesaj de promovare din partea autorităților publice subnaționale/115
Figura 59. Articol despre campanie publicat de publicația locală Ziua Constanța/116
Figura 60. Articol despre campanie publicat de publicația națională Republica/116
Figura 61. Mesaj de promovare pe platforma social media UrbanizeHub/117
Figura 62. Mesaj de promovare pe platforma web și social media UrbanizeHub/117
Figura 63. Exemplu de promovare a rezultatelor finale (Top 3 proiecte alese în Baia Mare)/118
Figura 64. Procentaj de răspunsuri în funcție de domeniul de referință/119
Figura 65. Număr de răspunsuri la nivel de oraș/120
Figura 66. Evoluția numărului de răspunsuri pe parcursul desfășurării campaniei/120
Figura 67. Imagine de promovare a campaniei/121

LISTĂ TABELE

Tabel 1. Cele mai bogate regiuni NUTS 2 din UE/6
Tabel 2. Cele mai productive regiuni NUTS 2 din UE - PIB pe cap de locuitor (ajustat la putere de cumpărare)/8
Tabel 3. Cele mai mari economii din lume/20
Tabel 4. Indicele de Complexitate al Economiei, pe țări/22
Tabel 5. Top exportatori pe județe/32
Tabel 6. Cele mai mari companii din Europa în 2015/33
Tabel 7. Cele mai mari companii din SUA, în 2018/39
Tabel 8. Indici de avantaj tehnologic relativ (RTA) în funcție de sector, în 2007/43
Tabel 9. Firmele cele mai mari din Asia de Est, în 2018/46
Tabel 10. Orașele din România în care oamenii și-ar dori cel mai mult să locuiască/52
Tabel 11. Număr de migranți atrași de SUA din 1850 în 2016/68
Tabel 12. Populația pentru o selecție de zone urbane funcționale din România/70
Tabel 13. De unde atrag țări din Europa de Est migranți/73
Tabel 14. Ponderea angajaților cu salarii mari (peste 700 euro net/lună), în anul 2016/74
Tabel 15. Cele mai mari centre universitare din România/77
Tabel 16. Locuințe noi dezvoltate între 1990 și 2015 și prețul mediu pe metro pătrat/78
Tabel 17. Topul universităților de cercetare din SUA/94
Tabel 18. Bugetul ce poate fi alocat pentru investiții de capital într-o selecție de zone urbane funcționale din România, între 2014-2023/103

Inițiativa privind regiunile rămase în urmă: „The Catching-up Regions Initiative”

Mandatul politicii de coeziune a UE este acela de a reduce decalajele de dezvoltare și disparitățile dintre statele membre și dintre regiunile acestora. S-au alocat fonduri structurale și de investiții europene (ESI) în valoare de aproximativ 454 de miliarde EUR pentru a ajuta regiunile din UE să devină mai competitive în perioada de programare 2014-2020, cu accent pe regiunile mai puțin dezvoltate [cu un PIB pe cap de locuitor (exprimat ca SPC) mai mic decât 75% din media UE] și pe regiunile aflate în tranziție [cu un PIB pe cap de locuitor (exprimat ca SPC) cuprins între 75% și 90% din media UE]. Cu toate acestea, nu toate regiunile din UE au reușit să profite pe deplin de beneficii, printre altele din cauza efectelor crizei economice din 2008 și a problemelor structurale.

Prin urmare, Corina Crețu, comisarul pentru politica regională, împreună cu Grupul operativ pentru o mai bună punere în aplicare, a lansat **Inițiativa privind regiunile rămase în urmă** pentru a identifica constrângerile în materie de creștere din regiunile mai puțin dezvoltate și a furniza asistență specifică și programe de stimulare a creșterii. Astfel se oferă sprijin pentru dezvoltarea regiunilor rămase în urmă unei game largi de părți interesate [administrații regionale și locale, instituții de învățământ, instituții de sprijinire a între prinderilor, întreprinderi mici și mijlocii (IMM-uri), antreprenori, investitori, organizații neguvernamentale, instituții de finanțare internaționale). Acesta este menit să maximizeze impactul investițiilor regionale. Au fost identificate două tipuri de regiuni rămase în urmă la nivelul UE:

- REGIUNI CU CREȘTERE LENTĂ: acoperă regiunile mai puțin dezvoltate și aflate în tranziție care nu s-au apropiat de media UE între anii 2000 și 2013 din statele membre cu un PIB pe cap de locuitor (exprimat ca SPC) sub media UE din 2013. Acestea includ aproape toate regiunile mai puțin dezvoltate și aflate în tranziție din Grecia, Italia, Spania și Portugalia.

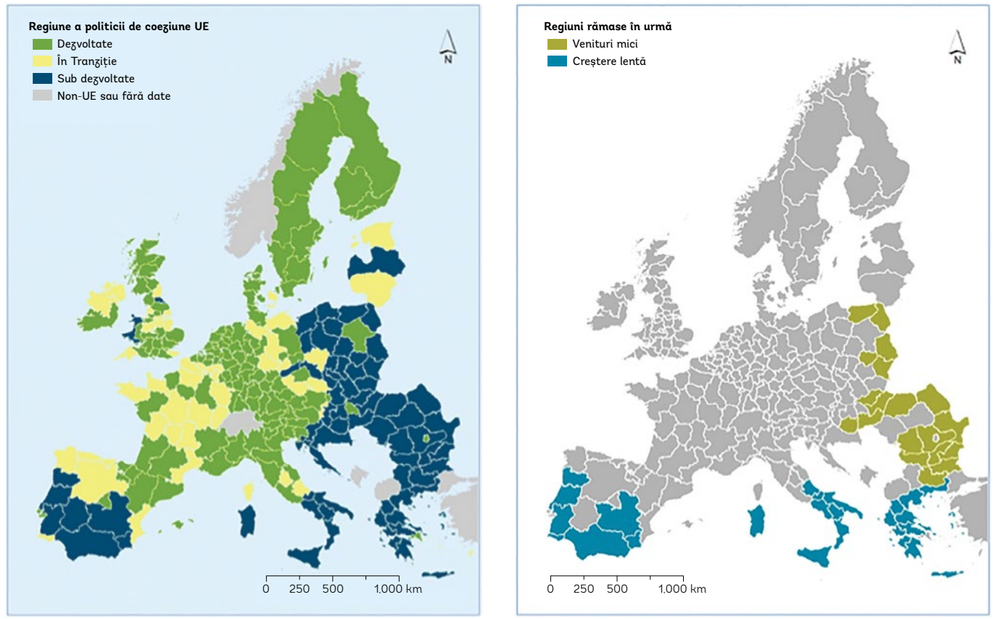
- REGIUNI CU VENITURI MICI: acoperă toate regiunile cu un PIB pe cap de locuitor (exprimat ca SPC) mai mic decât 50% din media UE din 2013. Acest grup include regiunile mai puțin dezvoltate din Bulgaria, Ungaria, Polonia și România..

Polonia și România au fost primele țări care au pus în aplicare această inițiativă, cu câte două regiuni fiecare: Świętokrzyskie și Podkarpackie în Polonia și Nord-Vest și Nord-Est în România. De la lansarea acestor prime proiecte-pilot, activitățile au fost extinse atât din punct de vedere tematic, cât și geografic (de exemplu, a fost inclusă în inițiativă și Slovacia), cu accent pe determinarea modului în care regiunile pot deveni mai competitive și mai incluzive.

Lucrările analitice desfășurate în ultimii ani[1] indică faptul că performanța regiunilor din UE este în mod clar legată de performanța zonelor urbane din regiunile respective. Cele mai dinamice regiuni din UE fie au una sau mai multe zone metropolitane sau aglomerări urbane în interiorul granițelor lor, fie sunt situate în apropierea uneia din altă regiune. În lipsa unor zone urbane puternice nu pot exista nici regiuni puternice. Orașele acționează ca faruri călăuzitoare, propagând dezvoltarea în zonele care le înconjoară.

[1] A se vedea, de exemplu: Farole, Thomas, Soraya Goga și Marcel Ionescu-Heroiu. 2018. Rethinking Lagging Regions: Using Cohesion Policy to Deliver on the Potential of Europe's Regions (Regândirea regiunilor rămase în urmă: folosirea politicii de coeziune pentru realizarea potențialului regiunilor europene). Publicațiile Băncii Mondiale.

Regiunile NUTS 2 clasificate după categoriile politicii de coeziune (stânga) și categoriile regiunilor rămase în urmă (dreapta)



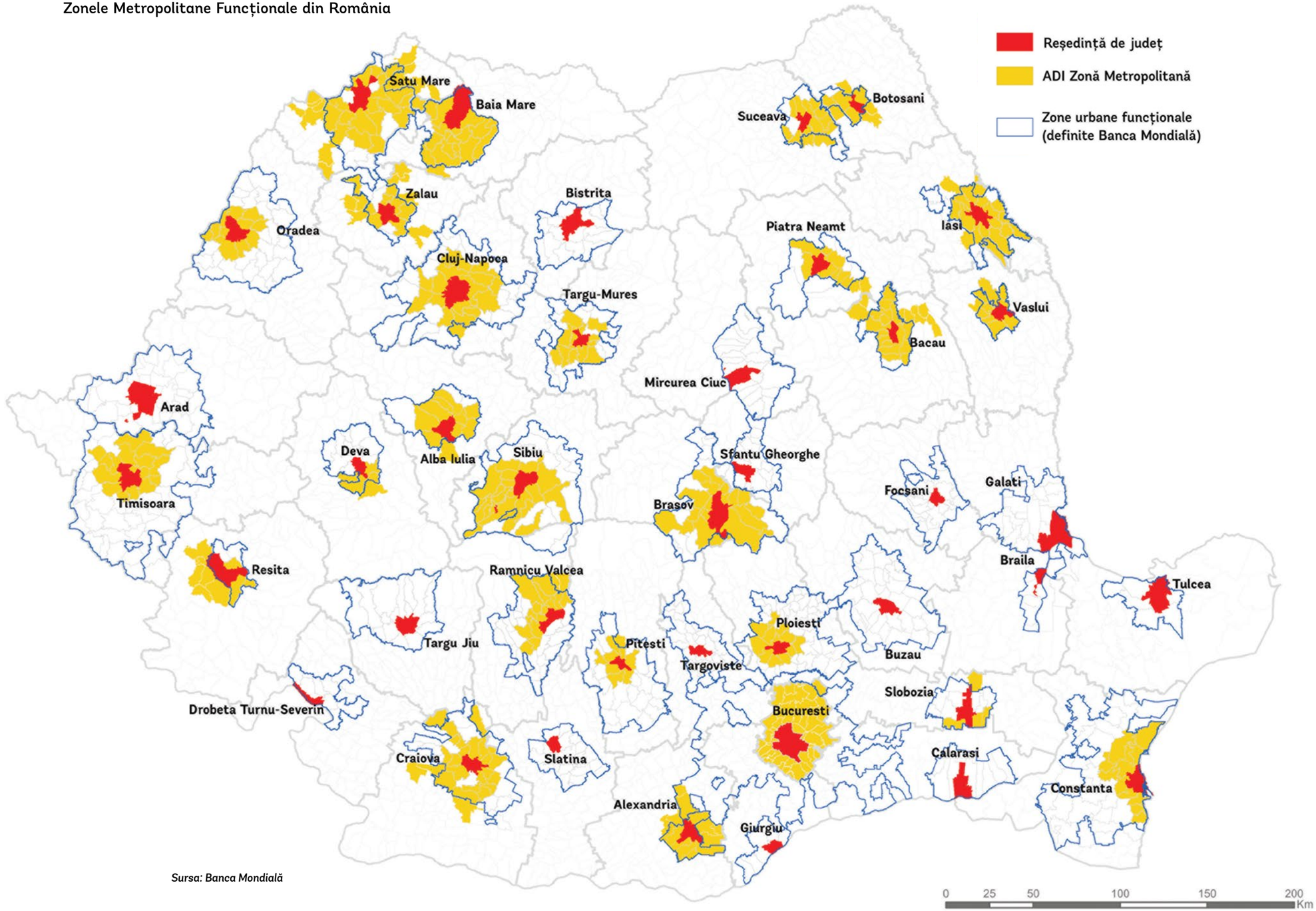
Cu toate acestea, orașele puternice nu sunt suficiente. Pentru a asigura extinderea beneficiilor dezvoltării orașelor și către teritoriile care gravitează în jurul zonelor urbane, este esențial să se conceapă și să se încurajeze cooperarea și dezvoltarea interjurisdicțională. Foarte puține investiții urbane au în prezent impact asupra unei singure unități administrative, deci trebuie prevăzute dispoziții pentru planificarea și implementarea interjurisdicțională. Cifrele vorbesc de la sine. Astfel, zonele suburbane și periurbane ale capitalei București și ale celor 40 de reședințe de județ generează 20% din veniturile firmelor din țară, au atras 31% dintre migranți și au primit 32% din noile unități locative după 1990. Cu toate acestea, s-au făcut prea puține pentru a stimula dinamica interjurisdicțională dintre centrele urbane și zonele suburbane și periurbane ale acestora (de exemplu, mobilitate metropolitană, investiții interjurisdicționale, utilizarea în comun a serviciilor).

Pentru perioada de programare 2021-2027, Comisia Europeană a decis că Fondul european de dezvoltare regională (FEDR) va pune un accent mai puternic pe activitățile de dezvoltare urbană durabilă (DUD), statele membre trebuind să aloce cel puțin 6% din FEDR dezvoltării integrate în zonele urbane (dezvoltare urbană durabilă), fie prin intermediul unui program operațional special, printr-o axă prioritară specială în cadrul unui program operațional, fie cu ajutorul unor instrumente precum investițiile teritoriale integrate (ITI) sau dezvoltarea locală plasată sub responsabilitatea comunității (DLRC). De asemenea, Comisia Europeană dorește să ofere „mai multe stimulente pentru o guvernanță mai eficientă bazată pe **parteneriat**, **guvernanța pe mai multe niveluri** și o **abordare locală integrată** în programele sale”[2].

Astfel, toate statele membre ale UE, inclusiv România, trebuie să pună un accent mai puternic pe abordările intersectoriale și interjurisdicționale (de ex. abordări metropolitane) și să răspundă mai bine nevoilor teritoriilor care pot să nu fie definite de o graniță administrativă clară.

[2] Comisia Europeană. 2018. Obiectivul de politică 5 – Europa mai aproape de cetățeni și instrumente pentru dezvoltarea teritorială integrată. [Document de politică]

Zonele Metropolitane Funcționale din România



Sursa: Banca Mondială

IMPORTANȚA DEZVOLTĂRII METROPOLITANE

Tot pământul avea o singură limbă și aceleași cuvinte.

Călătorind spre răsărit, oamenii au găsit o câmpie în țara Șinar și au locuit acolo.

Atunci fiecare i-a zis semenului său: „Haideți să facem cărămizi și să le ardem bine.“
Ei foloseau cărămizi în loc de pietre și smoală în loc de mortar.

Apoi au zis: „Haideți! Să ne construim o cetate și un turn cu vârful până la ceruri și să ne facem un nume, ca să nu fim împrăștiați pe fața întregului pământ!“

Domnul S-a coborât să vadă cetatea și turnul pe care oamenii le construiau.

Domnul a zis: „Iată, ei sunt un singur popor, toți au aceeași limbă, iar acesta este doar începutul a ceea ce vor să facă. Nimic din ceea ce și-au propus să facă nu va fi imposibil pentru ei.

Haideți! Să Ne coborâm și să le încurcăm acolo limba, astfel încât să nu-și mai înțeleagă limba unii altora.“

Astfel, Domnul i-a împrăștiat de acolo pe suprafața întregului pământ, iar ei au încetat să mai construiască cetatea.

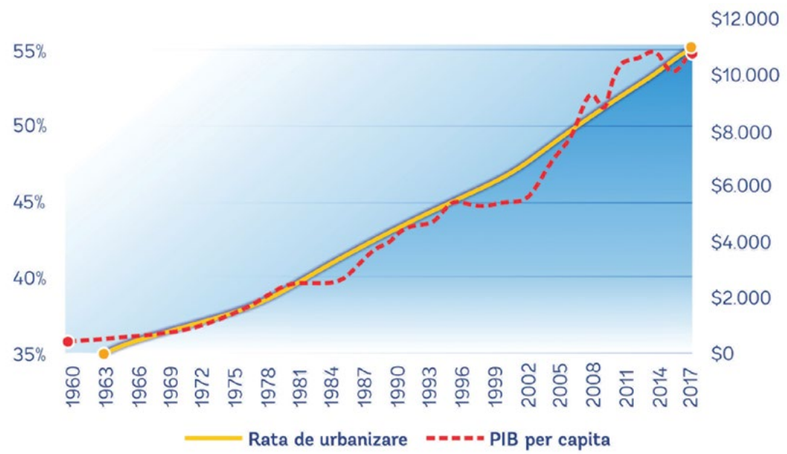
De aceea, cetății i s-a pus numele Babel, pentru că acolo Domnul a încurcat limba întregului pământ și apoi i-a împrăștiat pe suprafața întregului pământ.

De ce sunt importante zonele metropolitane și aglomerările urbane

De-a lungul istoriei, nicio regiune sau țară, nu a reușit să se dezvolte fără a se urbaniza în paralel. Procesul de creștere economică la nivel mondial a fost însoțit în permanență de un proces de urbanizare.

Orașele generează dezvoltare și productivitate mai ridicate, iar procesul dezvoltării și creșterii economice încurajează la rândul său procesul de urbanizare. Nu există în momentul de față nicio țară dezvoltată care să nu fie și o țară profund urbanizată. La fel stă situația și la nivel regional.

Figura 1. La nivel mondial, creșterea economică a mers mereu mână în mână cu urbanizarea



Sursa: Banca Mondială

Un raport al Băncii Mondiale[1] arată că cele mai performante regiuni din UE sunt ori dens populate, ori aproape de regiuni dens populate. În ceea ce privește regiunile dens populate, două tipuri mari pot fi identificate: 1) regiuni cu cel puțin o zonă metropolitană majoră; 2) regiuni cu cel puțin o aglomerare urbană majoră. În tabelul următor, se poate vedea că cele mai mari regiuni din UE, economic vorbind, sunt toate regiuni ce includ cel puțin o zonă metropolitană majoră sau o mare aglomerare urbană. Aceste 30 de regiuni generează 36% din PIB-ul Uniunii Europene.

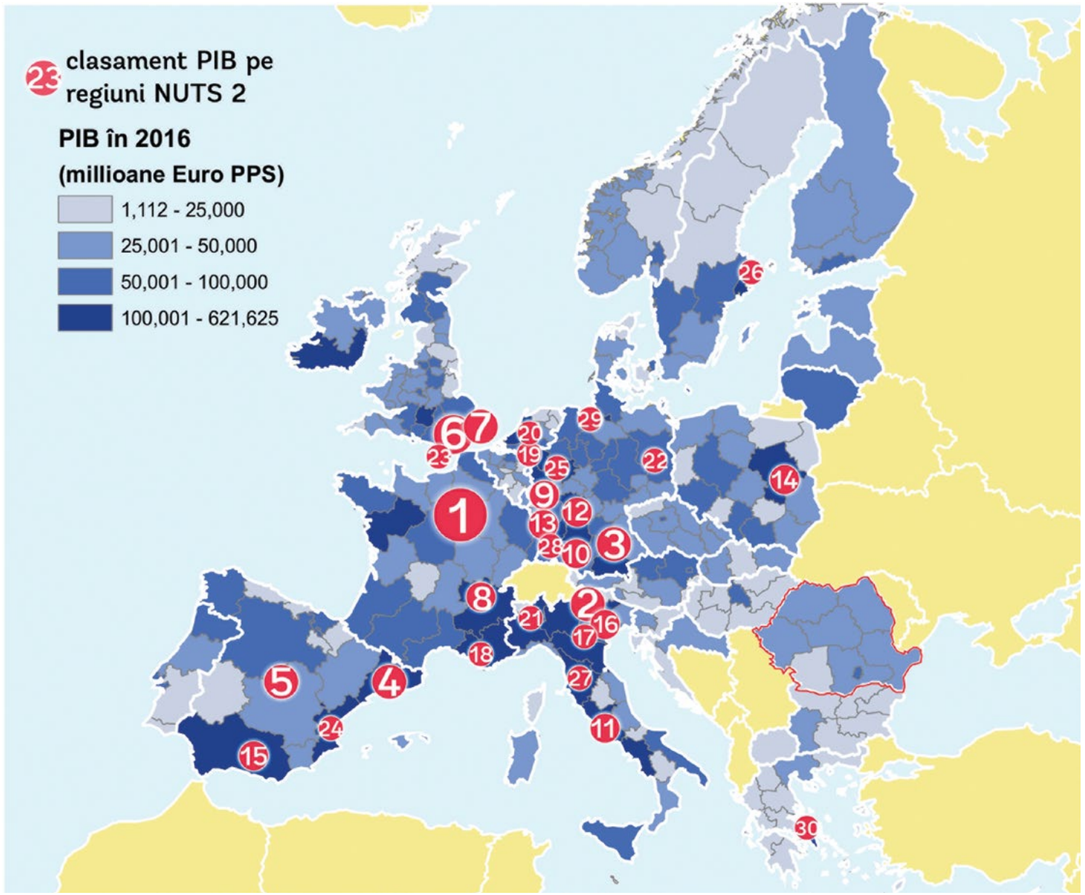
Tabel 1. Cele mai bogate regiuni NUTS 2 din UE

	Regiune NUTS 2	PIB (ajustat la puterea de cumpărare) în mil. euro, în 2016	Zona Metropolitană / Aglomerarea Urbană principală din regiune
1	Île de France	€ 621,625	Paris
2	Lombardia	€ 373,430	Milan-Como-Bergamo
	Romania	€ 334,236	
3	Oberbayern	€ 237,296	Muenchen-Ingolstadt-Garmish-Partenkirchen
4	Cataluña	€ 237,373	Barcelona
5	Comunidad de Madrid	€ 234,888	Madrid
6	Southern and Eastern London	€ 219,223	Londra
7	Inner London - West	€ 205,995	Londra
8	Rhône-Alpes	€ 197,708	Lyon-Grenoble-Clermont-Ferrand
9	Düsseldorf	€ 197,620	Duesseldorf-Duisburg-Essen-Wuppertal
10	Stuttgart	€ 192,957	Stuttgart
11	Lazio	€ 189,430	Roma
12	Darmstadt	€ 183,336	Frankfurt-Darmstadt-Wiesbaden
13	Köln	€ 172,775	Koeln
14	Mazowieckie	€ 169,806	Varșovia
15	Andalucía	€ 166,027	Sevilia-Malaga-Granada
16	Veneto	€ 158,438	Veneția-Padova-Verona
17	Emilia-Romagna	€ 156,892	Bologna-Parma-Modena-Rimini
18	Provence-Alpes-Côte d'Azur	€ 141,692	Marsilia-Nisa-Cannes
19	Zuid-Holland	€ 135,837	Rotterdam-Haga-Delft
20	Noord-Holland	€ 133,645	Amsterdam-Haarlem
21	Piemonte	€ 131,753	Torino-Novara
22	Berlin	€ 122,578	Berlin
23	Inner London - East	€ 115,595	Londra
24	Comunidad Valenciana	€ 116,187	Valencia-Alicante
25	Arnsberg	€ 113,697	Dortmund-Zona Ruhr
26	Stockholm	€ 113,494	Stockholm
27	Toscana	€ 114,349	Florența-Livorno-Pisa
28	Karlsruhe	€ 110,530	Karlsruhe-Ettlingen-Bruchsal
29	Hamburg	€ 104,796	Hamburg
30	Attiki	€ 101,711	Atena

Sursa: Banca Mondială

[1] Farole, Thomas et al. 2017. "rethinking lagging regions in the EU: evidence-based principles for future cohesion policy". World bank

Figura 2. Clasament PIB pe regiuni NUTS 2



Sursa: EuroStat

Regiunile cu zone metropolitane și aglomerări urbane nu sunt doar motoarele economice ale Uniunii Europene, ci și, în medie, mult mai productive decât celelate regiuni.

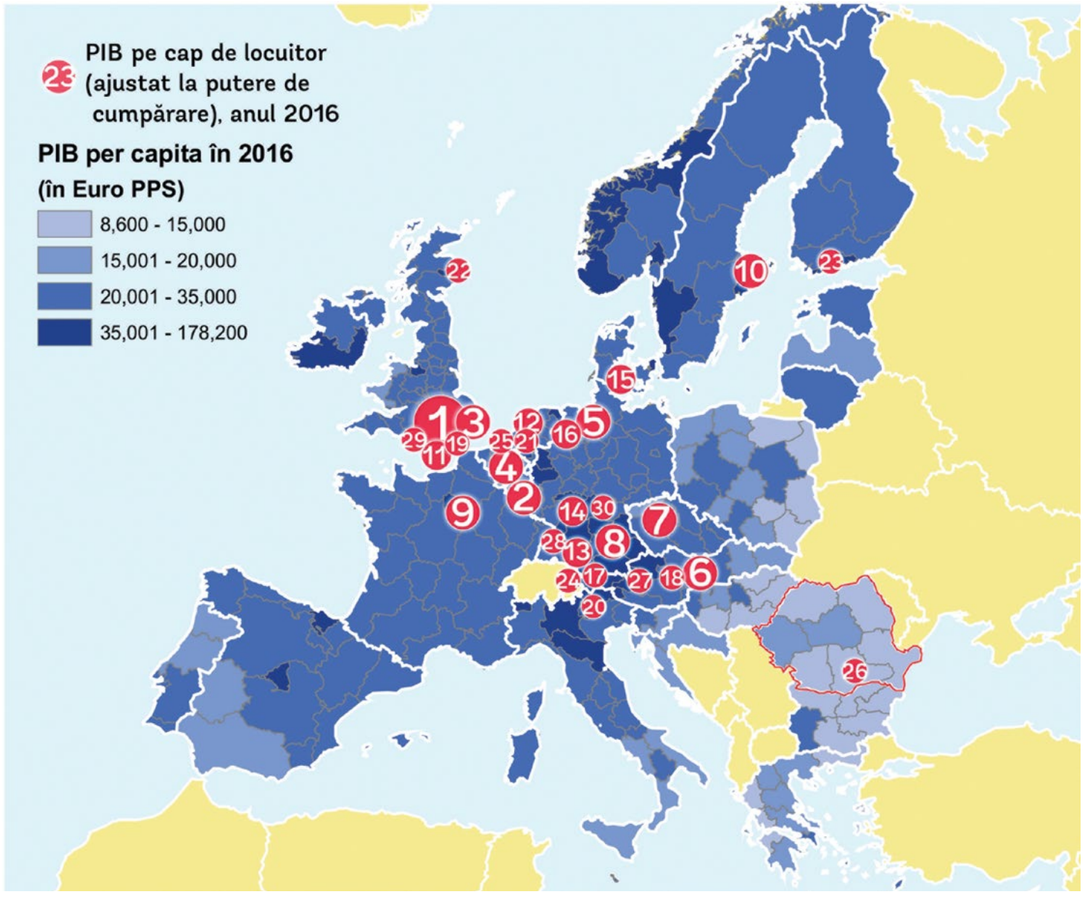
Cu câteva excepții (de exemplu, zona petroliferă Nord-Est din Scoția), regiunile cu cel mai mare PIB pe cap pe locuitor din UE sunt tot regiuni formate în jurul unor zone metropolitane sau a unor aglomerări urbane.

Tabel 2. Cele mai productive regiuni NUTS 2 din UE - PIB pe cap de locuitor (ajustat la putere de cumpărare)

	Regiune NUTS 2	PIB (ajustat la puterea de cumpărare) în mil. euro, în 2016	Zona Metropolitană / Aglomerarea Urbană principală din regiune
1	Inner London - West	€ 178,200	Londra
2	Luxembourg	€ 75,100	Luxemburg
3	Southern and Eastern	€ 63,400	Londra
4	Région de Bruxelles-Capitale / Brussels Hoofdstedelijk Gewest	€ 58,400	Bruxelles
5	Hamburg	€ 58,300	Hamburg
6	Bratislavský kraj	€ 53,700	Bratislava
7	Praha	€ 53,100	Praga
8	Oberbayern	€ 51,500	Muenchen-Ingolstadt-Garmish-Partenkirchen
9	Île de France	€ 51,100	Paris
10	Stockholm	€ 50,400	Stockholm
11	Inner London - East	€ 48,700	Londra
12	Noord-Holland	€ 47,800	Amsterdam-Haarlem
13	Stuttgart	€ 47,200	Stuttgart
14	Darmstadt	€ 46,600	Frankfurt-Darmstadt-Wiesbaden
15	Hovedstaden	€ 46,300	Copenhaga
16	Bremen	€ 45,200	Bremen
17	Salzburg	€ 44,800	Salzburg
18	Wien	€ 44,700	Viena
19	Berkshire, Buckinghamshire and Oxfordshire	€ 43,900	Londra
20	Provincia Autonoma di Bolzano/Bozen	€ 43,400	Bolzano
21	Utrecht	€ 43,300	Utrecht
22	North Eastern Scotland	€ 42,000	Aberdeen
23	Helsinki-Uusimaa	€ 41,900	Helsinki
24	Vorarlberg	€ 41,100	Liechstenstein
25	Prov. Antwerpen	€ 40,500	Antwerp
26	Bucuresti - Ilfov	€ 40,400	București
27	Tirol	€ 40,200	Innsbruck
28	Karlsruhe	€ 39,900	Karlsruhe-Ettlingen-Bruchsal
29	Outer London - West and North West	€ 39,300	Londra
30	Mittelfranken	€ 39,100	Nueremberg

Sursa: Banca Mondială

Figura 3. PIB pe cap de locuitor ajustat la puterea de cumpărare



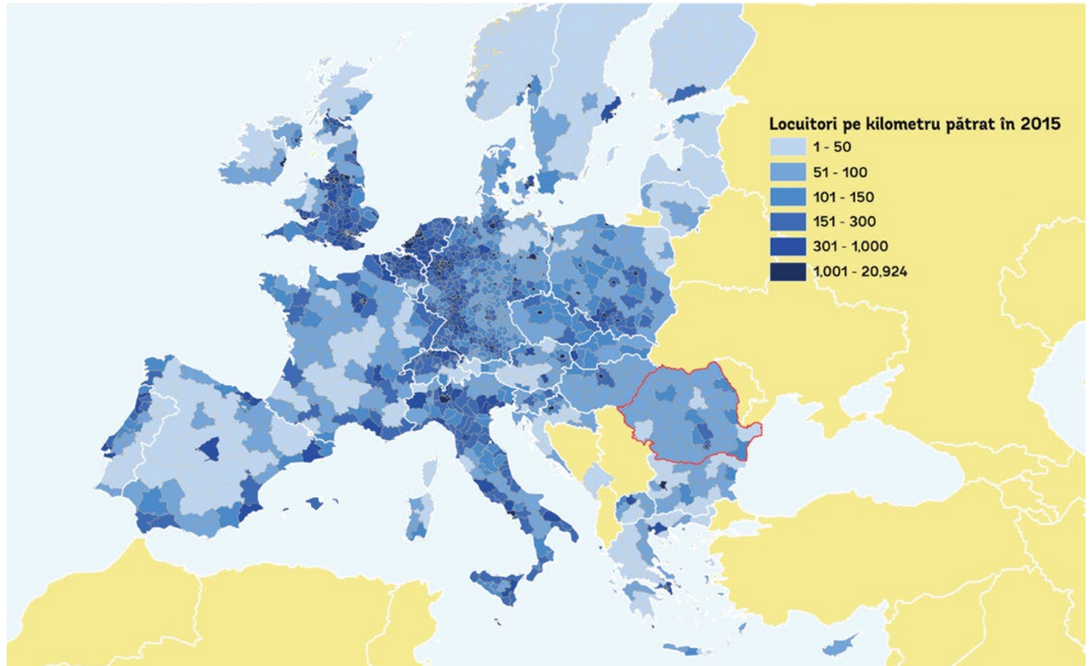
Sursa: EuroStat

Fără o zonă metropolitană sau o aglomerare urbană puternică, o regiune nu poate performa la înălțime. O țară fără un sistem de zone metropolitane și aglomerări puternice nu își poate susține creșterea pe termen lung. Mai mult, zonele metropolitane și aglomerările urbane cele mai dinamice au și cel mai mare succes în a atrage în continuare oameni și investiții.

Următoarele două hărți demonstrează cum regiunile cu cea mai mare densitate a populației sunt în medie mai productive decât restul. Mai mult, regiunile care sunt mai aproape de axa de dezvoltare a Europei (o zonă ce cuprinde Anglia, Olanda, Belgia, Vestul Germaniei, Elveția, Austria, Nordul Italiei), sunt în medie mai dezvoltate decât cele ce se află la o oarecare distanță.

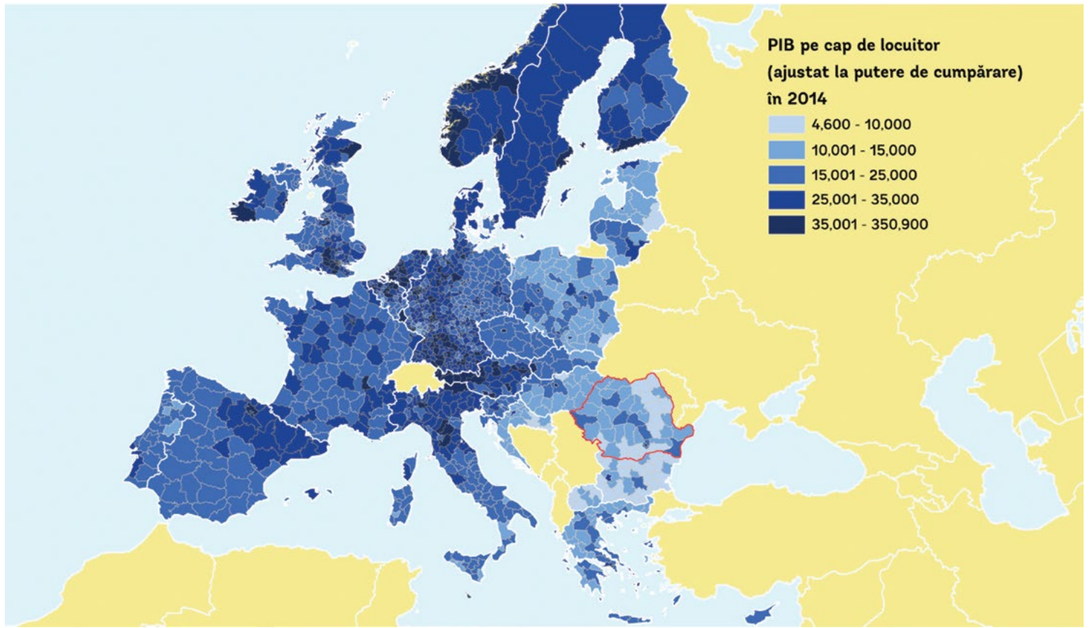
Cu cât o regiune este mai depărtată de această axă de dezvoltare a Europei, cu atât performanța lor este mai dependentă de prezența unei zone metropolitane sau a unei aglomerări urbane majore. Implicațiile pentru România și regiunile ei sunt clare.

Figura 4. Densitatea populației în UE, la nivel de județ (NUTS 3), în 2015



Sursa: EuroStat

Figura 5. PIB pe cap de locuitor (ajustat la putere de cumpărare), la nivel de județ (NUTS3), în 2014



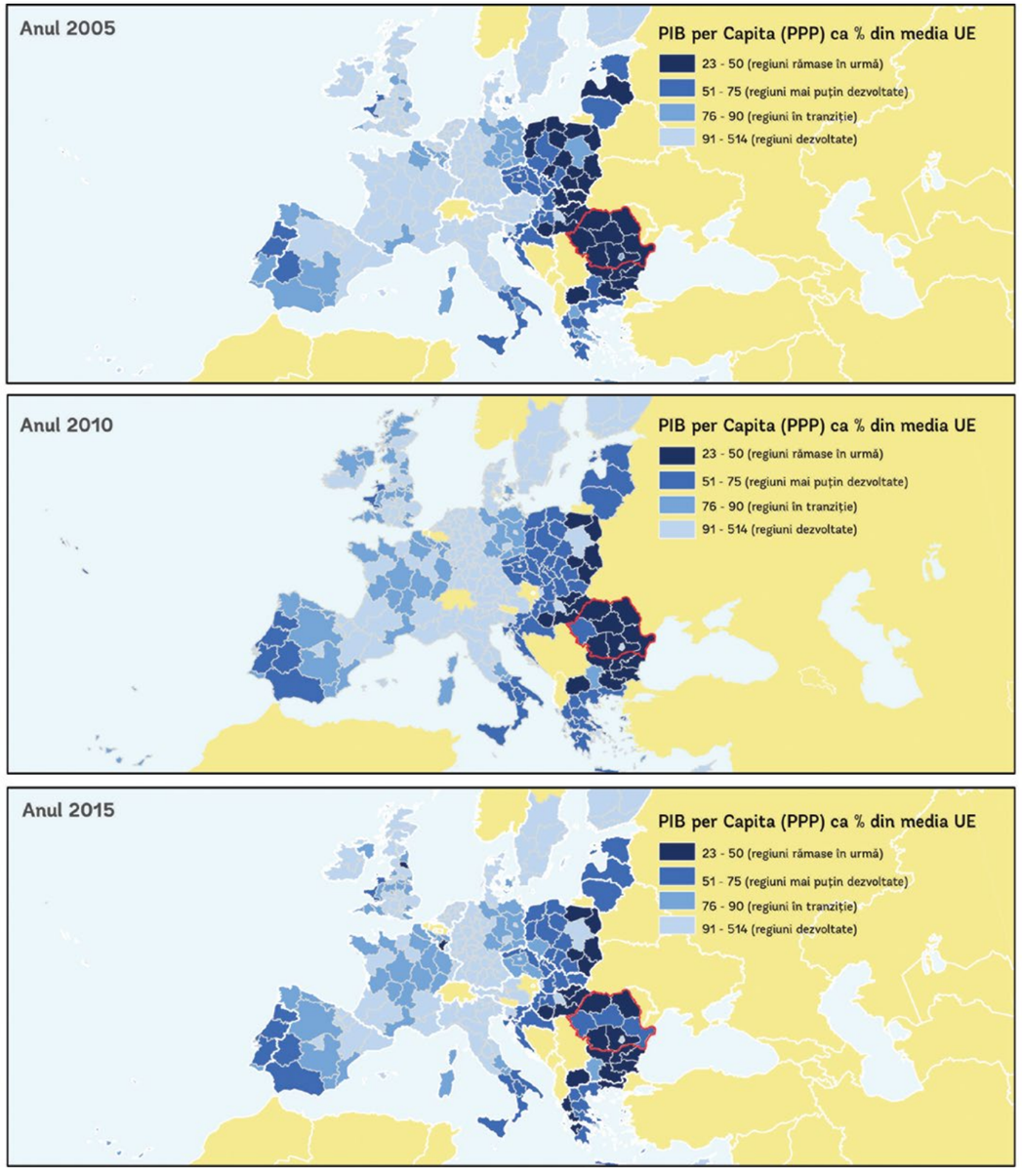
Sursa: EuroStat

Dinamici de dezvoltare în Uniunea Europeană

Pe fundalul declinului demografic, economia UE a avut o creștere relativ slabă în ultimii ani, cu diferențe totuși destul de mari între regiuni. Astfel, regiunile din noile țări membre au cunoscut o creștere accelerată, în timp ce regiunile din vechile țări membre, au cunoscut o oarecare stagnare, sau chiar regres. Mai ales regiunile mai îndepărtate de axa de dezvoltare a Europei și/sau regiunile fără o zonă metropolitană sau aglomerare urbană majoră au avut cel mai mult de suferit.

Cele mai urbanizate regiuni din România (București-Ilfov, Vest, Centru) au ajuns în ultimii ani să performeze mai bine decât regiuni din Grecia, Portugalia, precum și din sudul Italiei sau sudul Spaniei.

Figura 6. Performanța regiunilor NUTS 2 din UE în 2005, 2010 și 2015

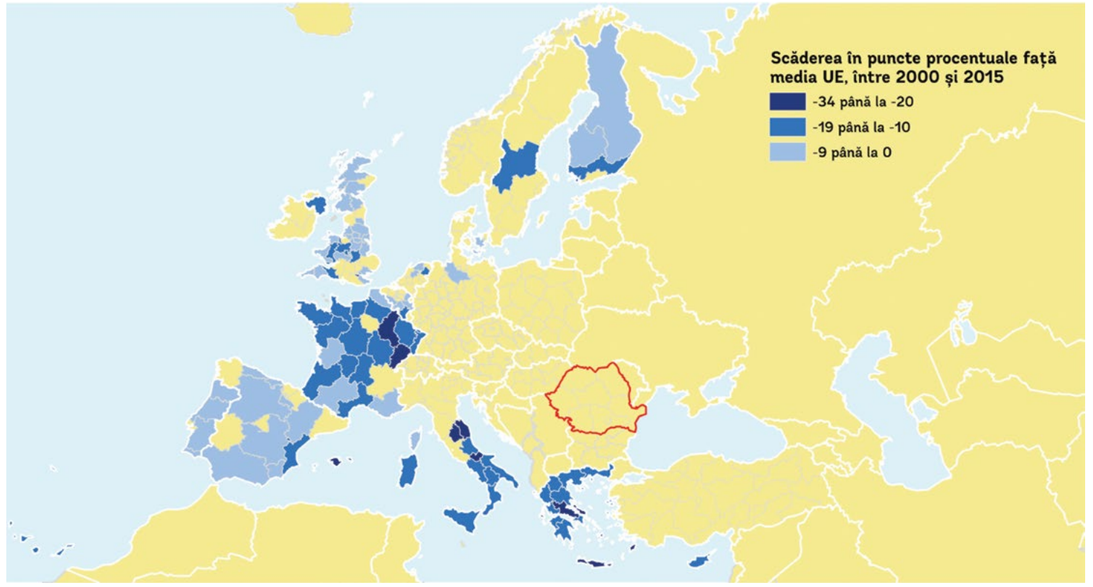


Sursa: EuroStat

O dinamică asemănătoare se poate observa și în regiunile din Polonia, Cehia, Slovacia, sau Ungaria, unde regiunile cele mai urbanizate și/sau mai apropiate de axa de dezvoltare a Europei, înregistrează și cea mai bună performanță economică.

Ceea ce este îngrijorător, însă, este că, în timp ce periferia de Est a Uniunii Europene a cunoscut o creștere spectaculoasă, periferiile de Sud, Vest și Nord au trecut printr-un proces de declin economic. Unele regiuni au scăzut cu peste 30% față de media europeană între 2000 și 2015. O astfel de dinamică va avea inerent implicații și pentru regiunile din estul Uniunii Europene.

Figura 7. Regiunile din UE care au înregistrat un regres față de media UE între 2000 și 2015



Sursa: EuroStat

Cauza principală a performanței modeste a economiei europene este declinul demografic – în special declinul demografic al clasei de mijloc din Europa, cu o scădere dramatică a ratei fertilității în cadrul oamenilor înstăriți.

În niciun moment din istoria omenirii, rata globală a creșterii economice nu a depășit rata de creștere a populației – creșterea s-a concentrat numai în câteva zone mai performante. Mai exact, câteva regiuni, precum Europa de Vest, SUA sau Asia de Est, au avut un ritm al creșterii economice mai mare decât în alte zone. În medie consumul persoanei de rând a rămas destul de stabil, deși oamenii din zonele mai înstărite consumă mult mai mult decât cei din zonele sărace.

Implicațiile acestei dinamici sunt profunde - atât pentru țările dezvoltate, cât și pentru țările în curs de dezvoltare. O scădere a populației înseamnă, de asemenea, o micșorare a piețelor. Având în vedere că declinul populației în țările dezvoltate afectează mai ales clasa de mijloc, înseamnă că piețele trec printr-un proces și mai accentuat de contracție. Cetățeanul mediu la nivel mondial a consumat aproximativ 4.800 dolari/an în 2015; un cetățean UE a consumat aproximativ 27.000 de dolari în același an, în timp ce cetățeanul american mediu a consumat în jur de 43.000 de dolari. Astfel, o scădere a populației de aproximativ 1 milion în UE este echivalentă cu o scădere a consumului de aproximativ 27 miliarde de euro (mai mult decât PIB-ul a 94 de țări în 2016).

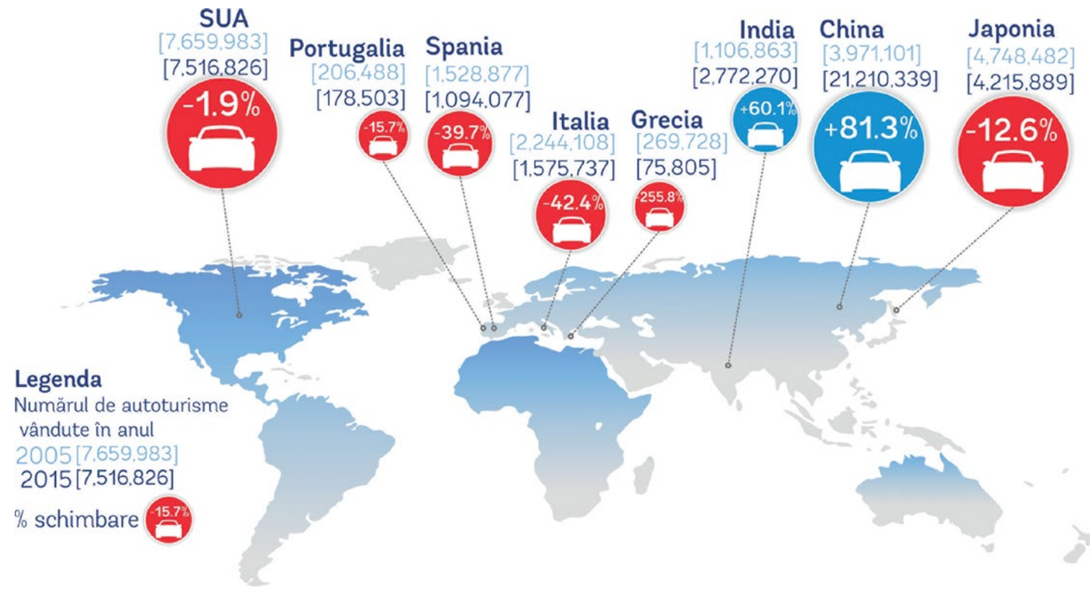
În realitate însă, populația cu vârstă între 20-35 ani, seva oricărei economii, a scăzut cu 15 millioane de oameni între 2000 și 2016 – o dinamică ce va avea grave repercusiuni asupra întregii economii a UE.

Declinul demografic în UE, în special scăderea clasei mijlocii active, va fi principalul impediment pentru performanța economică viitoare a Uniunii Europene. **O clasă de mijloc mai mică înseamnă piețe mai mici și este dificil pentru o economie să își mențină creșterea atunci când piețele sale se micșorează. Nu contează cât de multe mașini, televizoare, calculatoare sau aparate de espresso cumpără o persoană, la un moment dat va ajunge la saturație.**

Scăderea piețelor din lumea dezvoltată este deja o realitate. De exemplu, când vine vorba de achiziționarea de autoturisme personale, unul din produsele de bază al economiei UE, s-a înregistrat o scădere dramatică în ultimii ani.

După cum se poate vedea în figura de mai jos, numărul autoturismelor vândute în Europa de Sud a scăzut semnificativ. Printre puținele piețe auto care sunt în creștere în ultimii ani se regăsesc cele ale țărilor în curs de dezvoltare – în special China și India.

Figura 8. Numărul de autoturisme vândute într-o selecție de țări

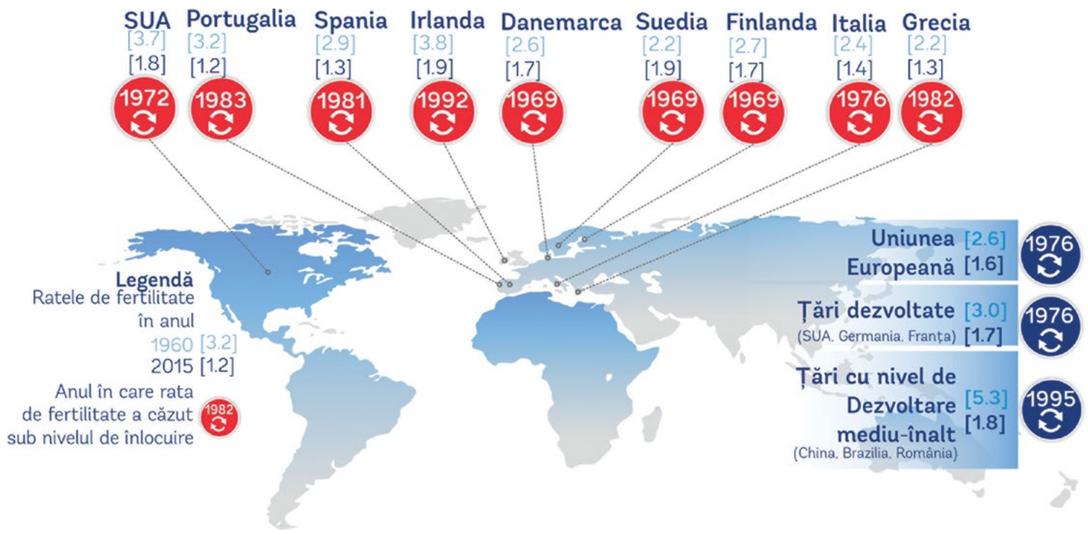


Sursa: International Organization of Motor Vehicle Manufacturers

Aspectele negative ale declinului demografic și micșorarea piețelor se vor simți probabil și în anii următori. Figura prezentată în continuare evidențiază cum ratele de fertilitate din țările din Europa de Sud au scăzut cu rate alarmante și au stat sub nivelul de înlocuire pentru mai mult de trei decenii.

De asemenea, unele dintre țările dezvoltate care au înregistrat performanțe relativ mai bune în ultimii ani au avut rate de fertilitate mai ridicate – deși tot sub nivelul de înlocuire.

Figura 9. Ratele de fertilitate într-o selecție de țări



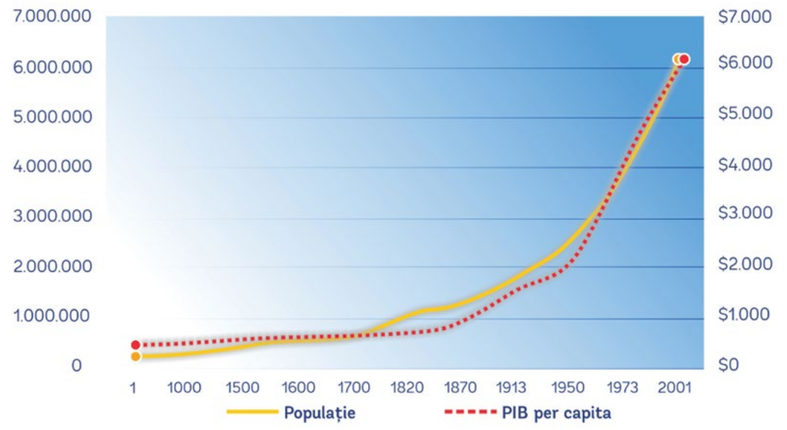
Sursa: Banca Mondială

Importanța metropolelor magnet

De-a lungul istoriei omenirii, creșterea economiei a fost strâns legată de creșterea populației.

Chiar dacă unele țări au avut o creștere a productivității mai rapidă, per ansamblu, productivitatea globală a mers mână în mână cu ritmul de creștere a populației. Atât că unele regiuni (în primul rând metropole și aglomerări urbane) au produs o pondere disproporțională din bunurile și serviciile consumate de restul lumii.

Figura 10. Creșterea economică a mers mereu mână în mână cu creșterea populației



Sursa: Silva, Dan. 2017. Das Book on Growth and Development

Notă: **Populația este reprezentată în 1.000 oameni.**
Datele pe PIB per Capita sunt în million de dolari la curs fix pentru anul 1990 după metodologia Geary-Khamis

Țările dezvoltate adună la un loc numai 16% din populația lumii, dar generează 68% din tot ce se consumă în lume.

La rândul lor, țările dezvoltate sunt propulsate de câteva zone metropolitane și aglomerări urbane. Tabelul de mai jos evidențiază cum dintre cele 100 cele mai dezvoltate economii ale lumii, 45 sunt zone metropolitane. Nu s-au inclus aici aglomerările urbane, datorită lipsei datelor culese la acest nivel.

Tabel 3. Cele mai mari economii din lume

#	Țară / metropolă	PIB în mld. USD	#	Țară / metropolă	PIB în mld. USD	#	Țară / metropolă	PIB în mld. USD
0	Europa	18495	34	Washington DC (SUA)	433	68	Seattle (SUA)	235
1	SUA	15094	35	Houston (SUA)	420	69	Chile	234
2	China	7298	36	Osaka (Japonia)	471	70	Shanghai (China)	233
3	Japonia	5869	37	Austria	417	71	Egipt	230
4	Germania	3569	38	Africa de Sud	408	72	Filipine	224
5	Franța	2774	39	Dallas – F Worth (SUA)	401	73	Frankfurt (Germania)	221
6	Brazilia	2476	40	Mexico City (Mexic)	390	74	Irlanda	217
7	Marea Britanie	2416	41	Sao Paulo (Brazilia)	390	75	Algeria	217
8	Italia	2198	42	Philadelphia (SUA)	388	76	Cehia	215
9	India	1897	43	Emiratele Arabe Unite	371	77	Sydney (Australia)	213
10	Rusia	1857	44	Boston (SUA)	363	78	Mumbai (India)	209
11	Canada	1739	45	Buenos Aires (Argentina)	362	79	Pakistan	209
12	Spania	1492	46	Tailanda	345	80	Rio de Janeiro (Brazilia)	208
13	Australia	1483	47	Dallas (SUA)	338	81	Phoenix (SUA)	200
14	Tokyo (Japonia)	1479	48	Danemarca	333	82	Irak	195
15	New York (SUA)	1406	49	Columbia	333	83	Minneapolis (SUA)	194
16	Mexic	1154	50	Moscova (Rusia)	321	84	San Diego (SUA)	191
17	Coreea de Sud	1116	51	Hong Kong (China)	320	85	România	189
18	Indonezia	846	52	Venezuela	317	86	Kazakhstan	186
19	Olanda	837	53	Madrid (Spania)	308	87	Istanbul (Turcia)	182
20	Los Angeles (SUA)	792	54	Atlanta (SUA)	304	88	Barcelona (Spania)	177
21	Turcia	773	55	San Francisco (SUA)	301	89	Peru	176
22	Elveția	637	56	Grecia	299	90	Melbourne (Australia)	173
23	Arabia Saudită	576	57	Houston (SUA)	297	91	Qatar	173
24	Chicago (SUA)	574	58	Miami (SUA)	292	92	New Delhi (India)	167
25	Londra (Marea Britanie)	565	59	Seoul (Coreea de Sud)	291	93	Beijing (China)	166
26	Paris (Franța)	564	60	Malaiezia	278	94	Denver (SUA)	165
27	Suedia	537	61	Nigeria	272	95	Ucraina	165
28	Polonia	514	62	Finlanda	266	96	Noua Zeelandă	161
29	Belgia	512	63	Singapore	259	97	Kuweit	156
30	Iran	499	64	Toronto (Canada)	253	98	Manila (Filipine)	149
31	Norvegia	485	65	Detroit (SUA)	253	99	Montreal (Canada)	148
32	Taiwan	467	66	Israel	243	100	Cairo (Egipt)	145
33	Argentina	446	67	Portugalia	237			

Sursa: www.pedroortiz.com

Zonele metropolitane și aglomerările urbane pot rămâne motoare de creștere pentru regiunile și țările lor dacă accesează piețe mai mari sau în creștere.

Alternativa este să își asigure propria creștere.

Un oraș este asemenea unui organism viu, iar entropia oricărui organism este să crească, să intre într-o fază de maturizare, și ulterior în declin. Un oraș care nu mai crește are un destin destul de clar.

În deceniile ce vor urma, orașele vor fi într-o competiție din ce în ce mai acerbă pentru oameni.

Acolo unde procesul de urbanizare nu s-a finalizat, competiția va fi pentru oamenii ce nu sunt deja parte activă a unei zone metropolitane sau aglomerări urbane. Pentru țările cu orașe mature, competiția va fi pentru imigranți. Această competiție va fi din ce în ce mai acerbă având în vedere că rata medie a fertilității la nivel global a scăzut de la aproximativ 5 în 1960 la 2,4 în 2016.

Imigrarea este în mod evident un subiect cu puternică încărcătură socială și politică și puține țări au o politică activă de încurajare a imigrării. Interesant este că, de-a lungul istoriei,

Țările dezvoltate care au fost mai deschise către imigrare, au avut o performanță economică mult mai bună decât țările închise imigrației.

Tabel 4. Indicele de Complexitate al Economiei, pe țări

	ȚARA	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Japan	2.11934	2.31329	2.32408	2.37352	2.31842	2.34767
2	Switzerland	1.91575	1.95964	2.01041	2.05181	1.99456	2.12416
3	South Korea	1.57505	1.70696	1.64658	1.82762	1.90646	1.97403
4	Germany	1.88894	1.9408	1.87347	1.84608	1.81367	1.91906
5	Singapore	1.58854	1.68651	1.70347	1.71717	1.71171	1.72081
6	Austria	1.68617	1.7891	1.71686	1.72767	1.64981	1.66445
7	Sweden	1.75419	1.80518	1.75179	1.75214	1.6459	1.61477
8	Czech Republic	1.55689	1.69489	1.68896	1.53381	1.52129	1.56023
9	Finland	1.67979	1.71439	1.61173	1.57477	1.49895	1.45829
10	Hungary	1.39419	1.53397	1.52192	1.43941	1.38229	1.40749
11	Slovenia	1.38479	1.46906	1.43073	1.4359	1.41088	1.39199
12	Hong Kong	0.50893	0.80165	1.09895	1.26313	1.35236	1.35536
13	United Kingdom	1.57193	1.54878	1.49378	1.45544	1.40296	1.34514
14	United States	1.49428	1.49138	1.45359	1.43702	1.30167	1.32592
15	Ireland	1.33093	1.1731	1.24971	1.28901	1.22044	1.31565
16	Slovakia	1.35695	1.37252	1.3272	1.21794	1.20436	1.27947
17	Italy	1.34589	1.33488	1.31024	1.21525	1.24155	1.24787
18	France	1.45099	1.43611	1.36854	1.24155	1.15748	1.20672
19	China	0.77490	0.90990	1.00792	1.04036	1.16379	1.17107
20	Israel	1.09395	1.21174	1.27127	1.22703	1.14081	1.16926
21	Thailand	0.73691	0.87084	0.964292	0.87724	0.955651	1.05247
22	Malaysia	0.58805	0.79172	0.91952	0.810485	0.828817	0.971262
23	Mexico	1.00189	1.00796	0.954246	0.846744	0.953003	0.959052
24	Belgium	1.1659	1.13515	1.04707	0.951062	0.90581	0.9484
25	Denmark	1.29129	1.2369	1.13685	0.995356	0.95349	0.885645
26	Netherlands	1.09691	0.952353	0.885129	0.818227	0.756212	0.860275
27	Poland	1.03324	1.07468	0.960828	0.817343	0.839266	0.832384
28	Romania	0.698277	0.73466	0.70694	0.751166	0.787654	0.82995
29	Croatia	0.926024	0.91927	0.92595	0.822129	0.837178	0.745808
30	Estonia	0.704934	0.746338	0.76017	0.68394	0.752262	0.738564
31	Belarus	0.675162	0.918398	0.82272	0.689295	0.731427	0.702788
32	Norway	0.635977	0.535507	0.571734	0.614676	0.667969	0.682789
33	Spain	1.01742	0.980784	0.842403	0.700457	0.701443	0.656088
34	Lithuania	0.549397	0.64032	0.722513	0.673455	0.63807	0.561721
35	Bosnia and Herzegovina	0.574773	0.592368	0.545884	0.562599	0.578374	0.486929
36	Portugal	0.706405	0.650139	0.6184	0.433862	0.4937	0.480985
37	Canada	0.703779	0.526191	0.534847	0.421886	0.411362	0.3821
38	Philippines	0.209171	0.331523	0.394726	0.341858	0.477815	0.381438
39	Latvia	0.626987	0.600318	0.571625	0.478137	0.431584	0.373305
40	Turkey	0.432695	0.42938	0.450234	0.287393	0.378481	0.364792
41	Bulgaria	0.467999	0.447953	0.497365	0.278113	0.290812	0.318417
42	Serbia	0.621737	0.590053	0.562507	0.361921	0.366673	0.316878
43	Ukraine	0.51783	0.480965	0.469842	0.28954	0.268345	0.2257
44	Tunisia	0.073213	0.233429	0.291069	0.16411	0.214778	0.163278
45	Lebanon	0.253783	0.293449	0.281872	0.107992	0.177455	0.151603
46	India	0.111379	0.091946	0.144541	-0.13459	-0.0147	0.016682
47	Costa Rica	0.10939	0.024263	0.247592	0.158575	0.093993	0.005485
48	Jordan	0.244437	0.161675	0.216056	-0.14042	-0.01002	-0.00442
49	Russia	0.153215	0.009965	0.077047	0.048022	0.008439	-0.02679
50	Vietnam	-0.3501	-0.21599	-0.10449	-0.23146	-0.12996	-0.06973
51	Brazil	0.248326	0.190826	0.161553	0.032264	-0.15123	-0.07908
52	Indonesia	-0.12726	-0.1432	-0.08712	-0.16023	-0.10201	-0.08812
53	El Salvador	-0.04982	-0.11734	-0.00723	-0.14517	-0.07068	-0.13322
54	Greece	0.243817	0.052732	-0.02161	-0.21038	-0.16786	-0.15753
55	South Africa	0.119045	0.016592	-0.0238	-0.19208	-0.20497	-0.18886
56	New Zealand	0.14369	0.064004	0.166665	-0.096978	-0.119421	-0.206663
	...						
82	Australia	-0.397884	-0.516626	-0.528256	-0.816851	-0.846322	-0.763708

Sursa: MIT Observatory of Economic Complexity

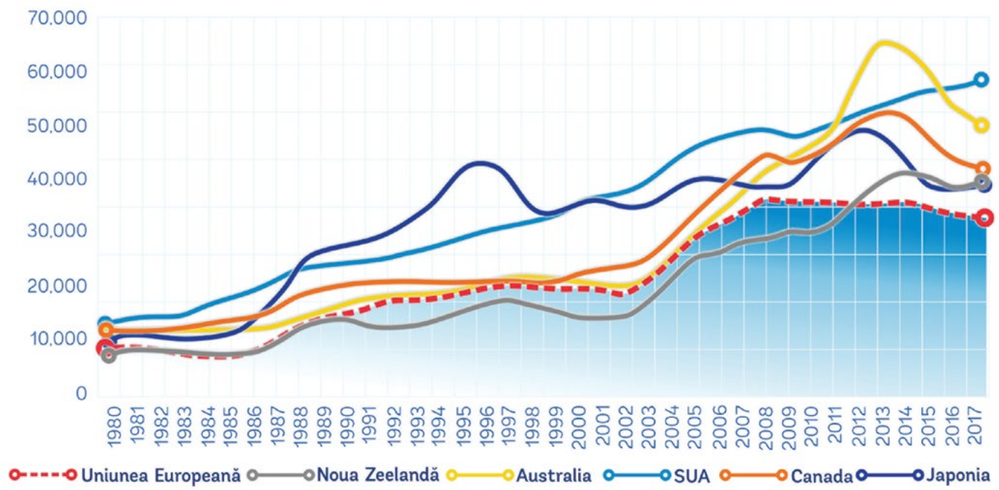
JAPONIA

Un exemplu elocvent este cel al Japoniei. În 2015, conform datelor de la MIT Observatory of Economic Complexity, Japonia avea cea mai complexă economie din lume. Cu toate acestea, de aproximativ două decenii, economia Japoniei pare să fi intrat într-o recesiune.

La finalul anilor '90, Japonia avea un PIB pe cap de locuitor mai mare decât cel al Statelor Unite ale Americi, Canadei, Australiei și Noii Zeelande. Între timp însă, Japonia a fost depășită de toate aceste țări – inclusiv de Noua Zeelandă, ale cărei principale exporturi sunt laptele concentrat, untul, carnea de oaie și de capră.

În mare parte, performanța slabă a Japoniei se datorează declinului demografic și îmbătrânirii populației. În timp ce în SUA, Canada, Australia și Noua Zeelandă, aproximativ 25% din populație este născută în altă țară, numai 1,5% din populația Japoniei este născută în afara Țării Soarelui Răsare.

Figura 11. Venitul Brut per Capita (Metoda Atlas) într-o selecție de țări, între 1980 și 2017



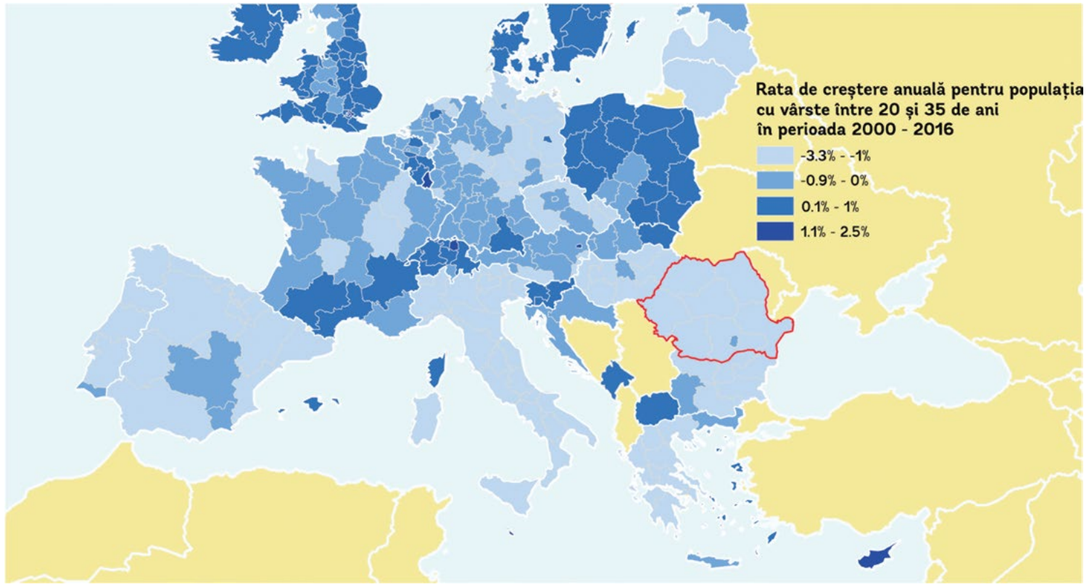
Sursa: Banca Mondială

UNIUNEA EUROPEANĂ

În Uniunea Europeană, ponderea celor născuți în afara Uniunii Europene este de aproximativ 10%, ceea ce, pe fondul declinului demografic și al îmbătrânirii populației, explică performanța economică relativ modestă din ultimii ani.

Chiar dacă bună parte din țările UE au reușit să mențină o creștere a populației, datorită creșterii speranței de viață și datorită imigrației, per ansamblu ele au avut de suferit. Populația tânără, cu vârsta între 20 și 35 ani, a scăzut în aproape fiecare regiune din UE și nu a fost compensată de imigrație.

Figura 12. UE a pierdut peste 15 milioane tineri (cu vârsta între 20 și 35 ani) între 2000 și 2016



Sursa: EuroStat

Fără o politică pro-activă pe imigrare, Uniunea Europeană nu va putea să își mențină competitivitatea pe termen mediu, cu implicații clare și pentru economia României, având în vedere că aproximativ 75% din exporturile României pleacă spre UE.

Performanța socio-economică a României din anii următori, va depinde de măsura în care administrațiile locale vor ști să devină mai competitive. Pentru a deveni mai competitive, orașele României trebuie să devină orașe magnet – mai exact, ele trebuie să găsească instrumente și stimulente pentru a atrage cât mai mulți investitori și oameni. În cele ce urmează vom discuta câteva dintre aceste instrumente și stimulente.

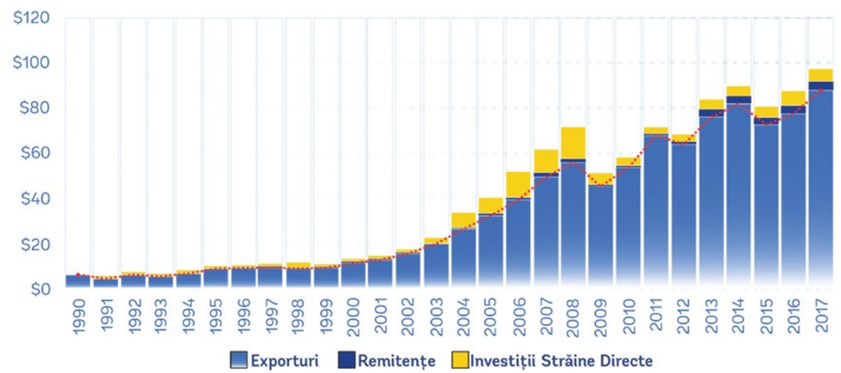
Către metropole mai competitive în România

România, ca orice țară în curs de dezvoltare, este dependentă de piețe externe, mai ales de cele ale țărilor dezvoltate, pentru a-și susține creșterea.

Fără exporturi, o țară cu greu își poate susține creșterea, bazându-se numai pe propriile piețe.

Această realitate economică nu necesită o analiză detaliată. Ajunge un simplu calcul matematic pentru a înțelege că dacă populația unei țări a consumat X_0 bunuri și servicii la momentul T_0, nu are cum să consume mai multe bunuri la momentul T_1, fără a avea relații de comerț strânse cu alte țări. Principalele trei căi prin care resurse adiționale pot fi atrase din afară sunt: ***exporturile, investițiile străine directe*** și ***remitențele de valută ale lucrătorilor din străinătate***. Dintre acestea, exporturile au de departe cea mai mare importanță pentru performanța economică a unei țări în curs de dezvoltare.

Figura 13. Principalele surse de venituri externe ale României (în mld. USD)



Sursa: Banca Mondială

MAREA BRITANIE

Marea Britanie, prima economie cu adevărat capitalistă, și-a susținut creșterea prin exploatarea resurselor din vastul imperiu la care avea acces. O populație relativ mică, a reușit să folosească în scop propriu și să facă comerț cu mirodenii din India, zahăr din Caraibe sau piei de animale din America de Nord și, în timp au clădit o clasă de mijloc solidă, care la rândul ei a clădit instituții democratice care să apere interesele clasei de mijloc. La rândul lor, Statele Unite ale Americii au profitat de accesul preferențial la piețele europene (în prima parte a secolului 19, mai mult de 80% din exporturile SUA plecau spre Europa) și de accesul la vaste resurse pentru a-și clădi economia. La fel a făcut Japonia, care, după al doilea Război Mondial, a avut un acces preferențial la piața din SUA.

COREEA DE SUD

Unul din exemplele cele mai titrate de transformare economică spectaculoasă este cel al Coreei de Sud, mai ales juxtapusă cu sub-dezvoltarea Coreei de Nord. În timpul războiului din 1950 - 1953, Coreea era o țară sub-dezvoltată. Orașul Seoul, de exemplu, nu avea nimic din caracteristicele unei metropole dinamice (vedeți poza de mai jos).

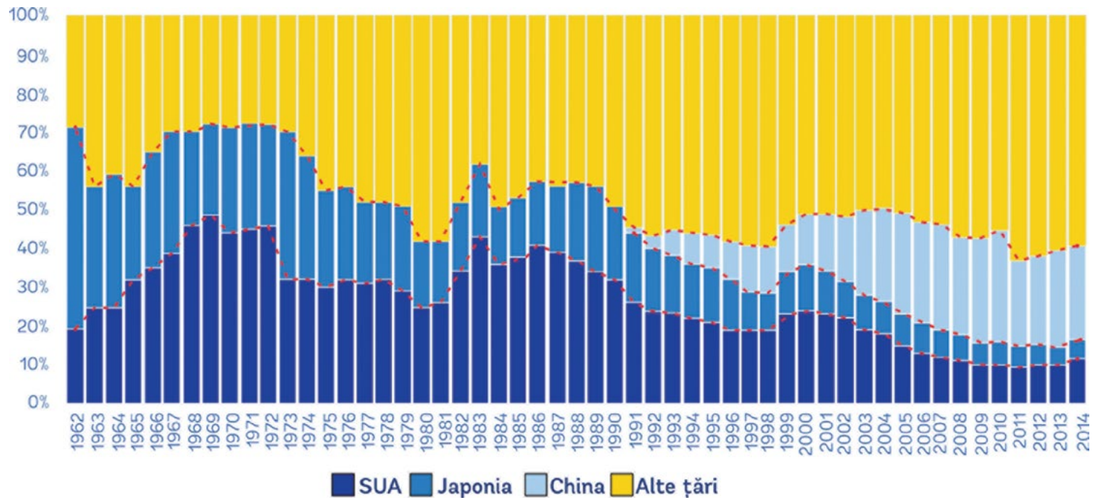
Figura 14. Cum s-a transformat orașul Seoul în doar câțiva ani



Sursa: Muzeul de Istorie al Seoulului

După Războiul din Coreea însă, Coreea de Sud a beneficiat de o relație privilegiată cu Statele Unite ale Americii și Japonia (unul dintre aliații cei mai importanți ai SUA după al Doilea Război Mondial). Ca atare, exporturile către piețele din SUA și Japonia au jucat un rol primordial în punerea economiei Coreei de Sud pe roate, cu peste 70% din exporturile sale mergând numai către aceste două țări, în anii de expansiune economică.

Figura 15. Piețele principale de export ale Coreei de Sud, din 1962 până în 2014



Sursa: MIT Observatory of Economic Complexity

Creșterea economiei Coreei de Sud a fost susținută de orașele sale principale. În 1960, Coreea de Sud avea un grad de urbanizare de numai 27% și un PIB pe cap de locuitor de numai $150. Până în 2017 a ajuns la un grad de urbanizare de 82% și un PIB pe cap de locuitor de $30.000. Seoul, cu o populație de peste 25 milioane oameni la nivel metropolitan, a devenit una din cele mai importante economii ale lumii. Coreea de Nord era în 1960 mai urbanizată (grad de urbanizare de 40%) și mai dezvoltată. În timp ce Coreea de Sud s-a bucurat de accesul la piețele mari și în creștere din SUA și Japonia, Coreea de Nord a avut acces la piețele mai puțin dinamice din blocul țărilor comuniste (China, URSS etc.). Nu este necesară o dezbatere cu privire la modelul economic care a fost mai de succes. Între timp, Coreea de Nord a devenit o țară închisă, cu foarte puține relații comerciale și cu o economie slăbită.

Pentru România, și orice țară în curs de dezvoltare, lecțiile celor două Coree sunt cât se poate de clare.

Fără un acces facil la piețe de desfacere mari, România nu poate să își susțină creșterea prin forțe proprii. În același timp, fără zone metropolitane și aglomerări urbane puternice, accesul la aceste piețe nu se va materializa în dezvoltare pentru România.

În cele ce urmează, vom prezenta ce pot face administrațiile locale din România pentru a se conecta mai bine la piețele globale.

Cum pot metropolele românești
SĂ ACCESEZE PIEȚE MARI ȘI ÎN CREȘTERE

Fără îndoială, accederea României la Uniunea Europeană, este probabil una dintre cele mai mari realizări politice, sociale și economice din întreaga istorie a țării. Efectele integrării României în UE sunt multiple și nu avem spațiu suficient pentru a le detalia aici. Din punct de vedere economic, perioada din jurul integrării în UE și ulterioare ei, este una din cele mai faste din istoria României.

Performanța economică spectaculoasă a României, înregistrată după intrarea în Uniunea Europeană, se datorează accesului la piețele UE, unde acum merg peste 75% din exporturile țării.

În această perioadă, România a avut una din cele mai rapide creșteri economice din lume și a reușit să depășească, în ceea ce privește PIB-ul pe cap de locuitor, economii precum Mexicul, Brazilia sau Columbia.

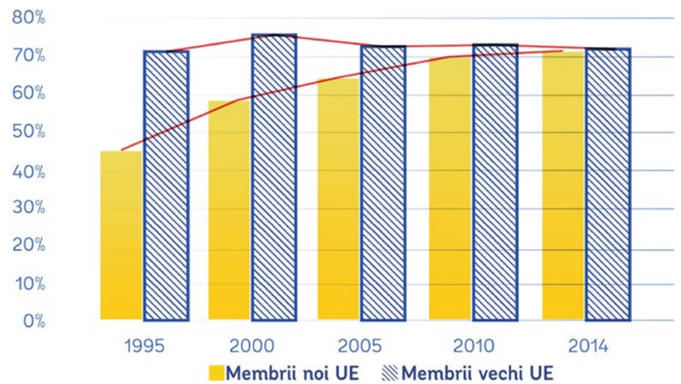
Exporturile României au crescut valoric de peste 20 de ori din 1990 până în 2016 – fiind unul din cei mai importanți contributori la creșterea bunăstării în România în acești ani

Integrarea economiei românești în economia UE, a însemnat și o transformare rapidă a economiei naționale, conform modelului economiei UE. Dacă în 1990, principalele exporturi ale României erau „uleiuri lubrifiante", „mobilă", „tablă" și „textile", acum România exportă predominat tipul de produse care definesc economia UE – „automobile și componente de automobile", „echipamente electrice și electrotehnice", sau „circuite și cabluri electrice".

De altfel, dacă ne uităm la toate noile țări membre UE, vedem că se întâmplă același lucru – economiile lor seamănă din ce în ce mai mult cu economia UE.

Trei sectoare mari domină economia Uniunii Europene: 1) **transport** (producția de automobile, trenuri, avioane, autobuze, nave, tramvaie etc.); 2) **aparate electrice și electrotehnice** (mașini de spălat, televizoare, toastere, mașini de cafea, aspiratoare, aragazuri etc.); și 3) **chimice** (detergenți, îngrășăminte chimice, farmaceutice, săpunuri etc.).

Figura 16. Transformarea economiei noilor țări membre UE



Sursa: MIT Observatory of Economic Complexity

Notă: Datele se referă la exporturi (în dolari americani) în următoarele trei sectoare: mașini, transport și produse chimice. Noile țări membre ale UE incluse aici sunt: Bulgaria, Croația, Cipru, Republica Cehă, Estonia, Ungaria, Letonia, Lituania, Malta, Polonia, România, Slovacia și Slovenia. Vechile state membre ale UE incluse sunt: Belgia, Danemarca, Finlanda, Germania, Franța, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburg, Țările de Jos, Portugalia, Spania, Suedia, Marea Britanie.

Această dinamică ne dă un prim indiciu privind opțiunile pe care le au administrațiile locale din România pentru a-și crește performanța economică.

În mod evident, un primar nu va avea prea mare succes încercând să îi convingă pe alții să cumpere ce se produce în localitatea sa, dar își poate construi o echipă care să încerce să atragă în mod pro-activ firme ce au acces la aceste piețe.

Avantajele unui investitor străin nu sunt numai capitalul, experiența și expertiza pe care o aduce, ci și existența unei rețele logistice și de distribuție bine dezvoltate precum și, cel mai important lucru, acces la o rețea de clienți (adică piețe) la nivel global. Să luăm exemplu Uzina Dacia de la Mioveni, care vindea la momentul cumpărării ei de către Grupul Renault doar 60,000 de autoturisme, la fel ca în 1989. Astăzi vinde peste 300,000 de unități, dintre care 85% la export.

În mod ideal, primarii ar trebui să atragă firme mari, cu o rețea de distribuție globală și în sectoare ce oferă salarii mari. Firmele cu acces la piețe mari pot da un impuls pozitiv semnificativ economiei locale, aducând la nivel local resurse importante. Firmele ce operează în sectoare cu salarii medii ridicate vor face localitatea mai atractivă pentru oamenii cu pregătire ridicată.

Într-un articol celebru, Vernon Henderson a arătat că orașele nu pot să își susțină creșterea dacă nu reușesc să atragă investiții private în sectoare cu valoare adăugată mare. Pe măsură ce un oraș se dezvoltă, crește și costul vieții în acel oraș, și singurul mod în care poate fi contracarată această creșetere a costului vieții este printr-o creștere a salariilor în oraș.

Care sunt sectoarele din care ar trebui atrase firme? Ce fel de firme ar trebui „primarii” să vâneze?

Vom încerca să dăm răspunsul la această întrebare în cele ce urmează. În mod evident, administrațiile locale trebuie să aibă în vedere avantajul comparativ pe care îl au. Un oraș industrial nu poate deveni un hub IT – nu peste noapte cel puțin. Poate însă să atragă pro-activ firme ce au acces facil la pieţele mari și pieţele în creștere în momentul de față.

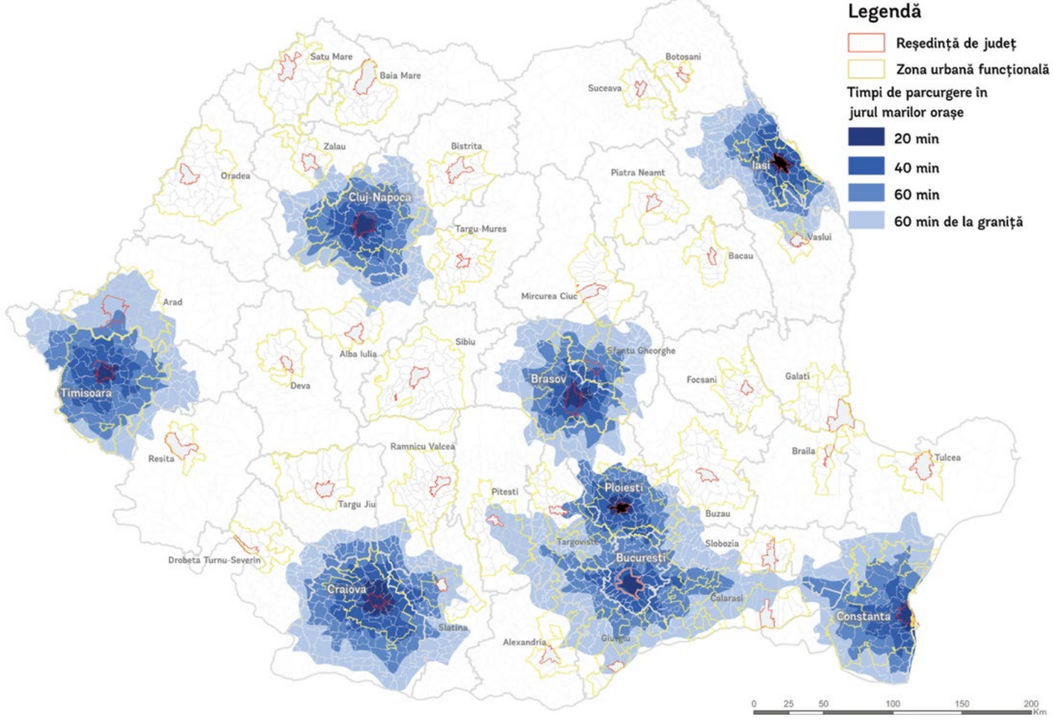
În termeni practici, acest lucru presupune firme cu acces la piețe din:

1. **UE** - cea mai importantă piață pentru România
2. **SUA** - cea mai mare piață a lumii, unde se consumă 25% din ce se produce la nivel global
3. **Asia de Est** - piața cu cea mai rapidă creștere în ultimii ani

Atragerea firmelor cu acces ușor la pieţele din UE

Firmele străine care deservesc pieţele UE au fost principalul motor al dezvoltării economiei românești în ultimii ani, iar zonele metropolitane care au reușit să atragă aceste firme au avut cea mai bună performanță în ultimii ani. În mod evident, bună parte din aceste firme s-au stabilit în București și în zona de influență a Bucureștiului. Firmele înregistrate în zona de acces de o oră (cu mașina) în jurul Bucureștiului (vedeți harta de mai jos) generează 50% din venitul tuturor firmelor din România. Această zonă este inima economică a țării.

Figura 17. Zona de acces de o oră (cu mașina) a polilor de creștere

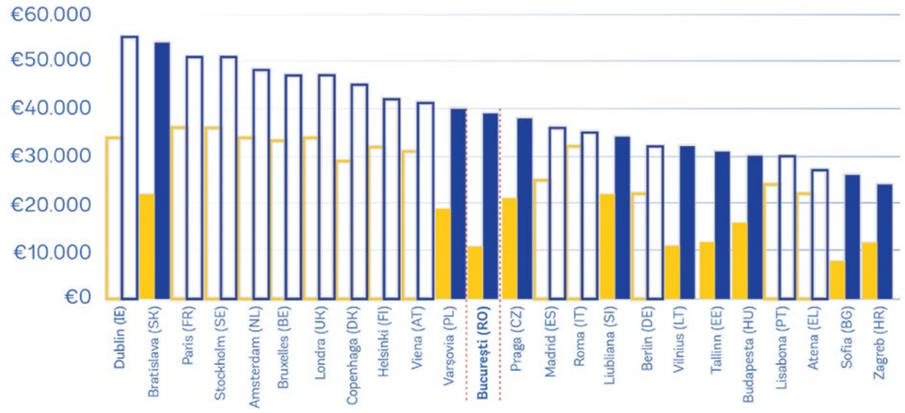


Sursa: Banca Mondială. 2013. Poli de Creștere

Succesul economic al Bucureștiului se datorează atractivității sale pentru investitori străini. Între 2000 și 2015, PIB-ul pe cap de locuitor al Bucureștiului a crescut de peste 4 ori Bucureștiul fiind astăzi practic unul din motoarele de creștere al UE, concurând cot la cot cu celelalte capitale din Uniunea Europeană

În mod evident, va fi greu pentru un oraș de 300.000 locuitori să replice succesul unei metropole de peste 2 milioane locuitori și cu o zonă de influență cu peste 4 milioane locuitori, dar nu este imposibil. Trebuie avută însă o atitudine pro-activă și o disponibilitate de a intra într-un dialog direct și continuu cu sectorul privat. Primarii trebuie să înceapă să meargă pro-activ către investitori, să învețe să curteze firmele ce pot transforma pozitiv economia locală și nu să aștepte ca acestea să vină spre ei.

Figura 18. PIB pe cap de locuitor (PPS) în capitalele din UE



Sursa: EuroStat

Tabelul de mai jos include cei mai mari exportatori din București și județele unde se află cei șapte poli de creștere ai României. Ceea ce devine evident imediat este faptul că printre aceste firme se află un număr de branduri cunoscute, dar puține companii care sunt în topul celor mai mari firme din Europa. Dintre cele mai mari 500 firme la nivel global, conform topului întocmit de ***Fortune 500***, următoarele sunt prezente în România: Honeywell, OMV, Continental, Emerson, Lukoil, Michelin, Ford, Renault, British American Tobacco, Philip Morris, Arcelor Mital, Siemens, Daimler.

Tabel 5. Top exportatori pe județe

Județ	Rang în județ	Companie
BUCUREȘTI	1	Honeywell Technologies Sarl - Reprezentat Fiscal De Honeywell Garrett Srl
	2	SC Omv Petrom SA
	3	Dis Draxlmaier Industrial Solutions Gmbh
	4	SC Nidera Romania Srl
	5	SC Adm Romania Trading Srl
	6	Kazmunaygas Trading A.G. - Reprezentat Fiscal De Kmg Rompetrol Srl
	7	Robert Bosch Gmbh
	8	SC Cargill Agricultura Srl
	9	SC Holzindustrie Schweighofer Srl
	10	Adient Ltd. & Co.Kg
TIMIȘ	1	Flextronics Manufacturing Europe Bv Reprezentat Fiscal De Flextronics Romania Srl
	2	SC Continental Automotive Romania Srl
	3	SC Continental Automotive Products Srl
	4	SC Hella Romania Srl
	5	SC Delphi Packard Romania Srl
	6	SC Trw Automotive Safety Systems Srl
	7	SC Kathrein Romania Srl
	8	SC Valeo Lighting Injection SA
	9	SC Zoppas Industries Romania Srl
	10	SC Contitech Romania Srl
CONSTANTA	1	SC Rompetrol Rafinare SA
	2	SC Daewoo-Mangalia Heavy Industries SA
	3	SC Ameropa Grains SA
	4	SC Alnaser Srl
	5	SC Maria Trading Srl
	6	SC Al Kastal Chartering Srl
	7	Silotrans Srl Constanta- Reprezentant Fiscal Ptr Chs Europe SA
	8	SC Santierul Naval Constanta SA
	9	SC Rojen Commerce Srl
	10	SC Tolil Company Srl
PRAHOVA	1	SC Petrotel - Lukoil SA
	2	SC Yazaki Romania Srl
	3	British American Tobacco Western Europe Commercial Trading Limited - Reprezentat Fiscal De British - American Tobacco Romania In
	4	SC Cameron Romania Srl
	5	SC Ducati Energia Romania SA
	6	SC Timken Romania SA
	7	Swiss Caps AG
	8	SC Calsonic Kansei Romania Srl
	9	Unilever Supply Chain Company Ag - Reprezentat Fiscal Prin Unilever South Central Europe SA
	10	SC Oztasar Srl
BRAȘOV	1	SC Autoliv Romania Srl
	2	SC Continental Powertrain Romania Srl
	3	SC Schaeffler Romania Srl
	4	SC Stabilus Romania Srl
	5	SC Preh Romania Srl
	6	SC Premium Aerotec Srl
	7	SC Kronospan Romania Srl
	8	SC Hutchinson Srl
	9	SC Quin Romania Srl
	10	SC Sit Romania Srl
ILFOV	1	SC Michelin Romania SA
	2	Philip Morris Italia Srl - Reprezentat Fiscal De Philip Morris Romania Srl
	3	SC Makita Eu Srl
	4	Philip Morris International Management SA - Reprezentat Fiscal De Philip Morris Romania Srl
	5	SC Monsanto Romania Srl
	6	SC Global Leather Supplier Srl
	7	SC Monbat Recycling Srl
	8	SC Porsche Romania Srl
	9	Va Intertrading Aktiengesellschaft
	10	SC Chipita Romania Srl
CLUJ	1	SC De'longhi Romania Srl
	2	SC Emerson Srl
	3	SC Ecolor Srl
	4	SC Trelleborg Automotive Dej Srl
	5	Xindao B.V.
	6	SC Inter Cars Romania Srl
	7	SC Eckerle Automotive Srl
	8	SC Mmm Autoparts Srl
	9	SC Pehart Tec Tissue SA
	10	SC Sortilemn Sa
IAȘI	1	SC Delphi Diesel Systems Romania Srl
	2	SC Arcelormittal Tubular Products Iasi SA
	3	SC Olimpias Mfg. Romania Srl
	4	SC Ig Watteeuw Romania Srl
	5	SC Antibiotice SA
	6	SC Eurotex Company Srl
	7	SC Omco Romania Srl
	8	SC Te-Rox Prod Srl
	9	Motexco Srl - Reprezentant Fiscal Al Seyntex Nv(Belgia)
	10	SC Fondal International Srl
DOLJ	1	SC Ford Romania SA
	2	SC Cerealcom Dolj Srl
	3	SC Cummins Generator Technologies Romania SA
	4	SC Casa Noastra SA
	5	SC Italian Knitwear Srl
	6	SC Maglierie Cristian Impex Srl
	7	SC Kautex Craiova Srl
	8	SC Popeci Utilaj Greu SA
	9	SC E.M.W. Srl
	10	SC Vitall Srl

Sursa: INS

Următorul tabel include cele mai mari companii din Europa – mai exact companiile incluse in lista ***Global Fortune 500***. Administrațiile locale din România ar trebui să fie pro-active în atragerea companiilor din această listă, dar bineînțeles nu exclusiv aceste companii. Aceste companii au însă acces la cele mai mari piețe și pot genera un impuls pozitiv semnificativ pentru administrațiile locale din România.

Parte din aceste companii (de exemplu, E.ON, ING, Allianz, Carrefour, Enel, Societe Generale, Metro, Auchan, UniCredit, Heineken, Unilever, Holcim, Lafarge, Veolia, Anheuser-Busch InBev, Alstom, Accenture, Delhaize, Danone) sunt deja prezente pe piața din România, dar în primul rând pentru a deservi o piață locală în creștere, nu pentru a deservi piețe externe.

Tabel 6. Cele mai mari companii din Europa în 2015

Rang în Europa	Rang global	Companie	Oraș	Țară	Venituri (mil. $)	Sector
1	5	Royal Dutch Shell	Haga	Olanda	$311.870	Rafinarea petrolului
2	7	Volkswagen	Wolfsburg	Germania	$260.028	Autovehicule și piese auto
3	8	BP	Londra	Marea Britanie	$244.582	Rafinarea petrolului
4	14	Glencore	Baar	Elveția	$205.476	Minerit, Procesarea țițeiului
5	16	Daimler	Stuttgart	Germania	$185.235	Autovehicule și piese auto
6	19	EXOR Group	Amsterdam	Olanda	$161.677	Servicii financiare diversificate
7	27	AXA	Paris	Franța	$149.461	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
8	28	Total	Courbevoie	Franța	$149.099	Rafinarea petrolului
9	38	Allianz	Munchen	Germania	$123.532	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
10	44	BNP Paribas	Paris	Franța	$117.375	Servicii bancare
11	49	Gazprom	Moscova	Rusia	$111.983	Energie
12	50	Prudential	Londra	Marea Britanie	$111.458	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
13	51	BMW	Munchen	Germania	$111.231	Autovehicule și piese auto
14	59	Assicurazioni Generali	Trieste	Italia	$100.552	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
15	63	Lukoil	Moscova	Rusia	$93.897	Rafinarea petrolului
16	66	Siemens	Munchen	Germania	$91.585	Mașini industriale
17	68	Carrefour	Boulogne-Billancourt	Franța	$91.276	Retail
18	69	Nestlé	Vevey	Elveția	$91.222	Alimente de consum
19	75	Bosch Group	Stuttgart	Germania	$87.997	Autovehicule și piese auto
20	77	Banco Santander	Madrid	Spania	$87.401	Servicii bancare
21	81	Deutsche Telekom	Bonn	Germania	$84.481	Telecomunicații
22	82	Crédit Agricole	Paris	Franța	$84.222	Servicii bancare
23	83	Enel	Roma	Italia	$84.134	Utilități
24	88	Uniper	Düsseldorf	Germania	$81.428	Energie
25	89	ENI	Roma	Italia	$80.006	Rafinarea petrolului
26	90	HSBC Holdings	Londra	Marea Britanie	$79.637	Servicii bancare
27	94	Electricité de France	Paris	Franța	$78.490	Utilități
28	102	Tesco	Welwyn Garden City	Marea Britanie	$75.405	Retail

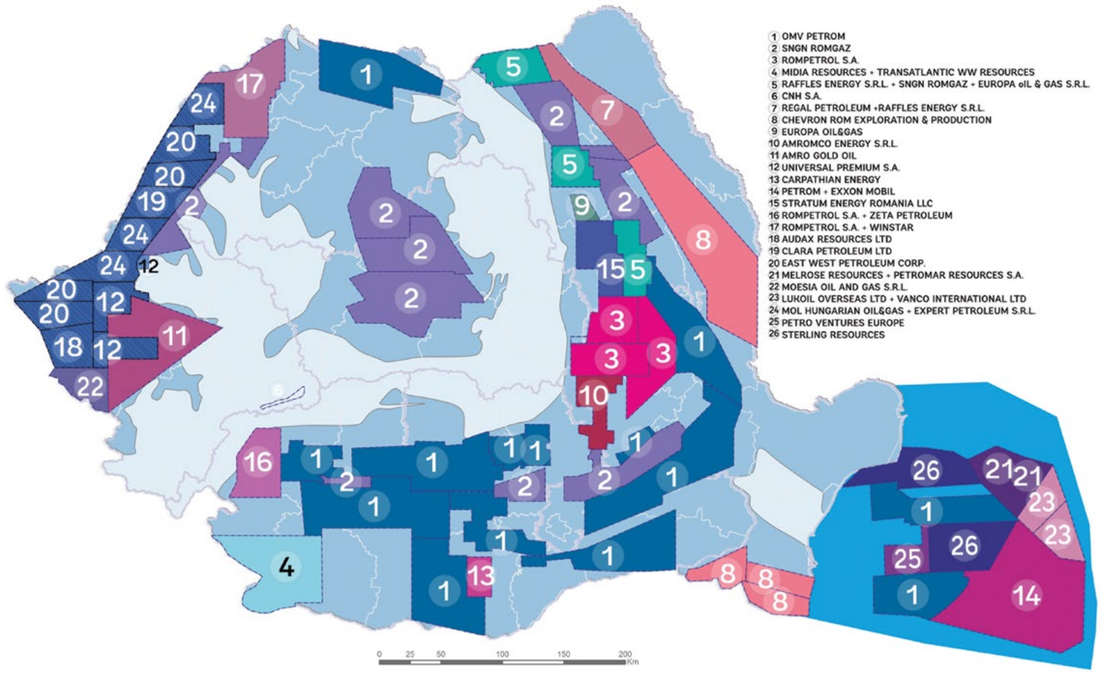
Rang în Europa	Rang global	Companie	Oraș	Țară	Venituri (mil. $)	Sector
29	104	Engie	Courbevoie	Franța	$75.279	Energie
30	105	Airbus Group	Leiden	Olanda	$75.261	Industria aerospațială și de apărare
31	108	Peugeot	Rueil-Malmaison	Franța	$73.506	Autovehicule și piese auto
32	112	BASF	Ludwigshafen	Germania	$72.677	Chimicale
33	115	Rosneft Oil	Moscova	Rusia	$72.028	Rafinarea petrolului
34	118	Royal Ahold Delhaize	Zaandam	Olanda	$70.891	Retail
35	119	Deutsche Post DHL Group	Bonn	Germania	$70.545	Servicii poștale
36	120	Munich Re	Munchen	Germania	$70.143	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
37	121	Société Générale	Paris	Franța	$69.948	Servicii bancare
38	127	ArcelorMittal	Luxemburg	Luxemburg	$68.679	Metale
39	134	Renault	Boulogne-Billancourt	Franța	$66.247	Autovehicule și piese auto
40	139	Aegon	Haga	Olanda	$65.437	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
41	142	Zurich Insurance Group	Zurich	Elveția	$63.961	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
42	143	Aviva	Londra	Marea Britanie	$63.934	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
43	150	Equinor	Stavanger	Norvegia	$61.187	Rafinarea petrolului
44	151	Groupe BPCE	Paris	Franța	$61.128	Servicii bancare
45	156	Auchan Holding	Croix	Franța	$60.028	Retail
46	158	Vodafone Group	Newbury	Marea Britanie	$59.838	Telecomunicații
47	164	Telefónica	Madrid	Spania	$58.624	Telecomunicații
48	169	Roche Group	Basel	Elveția	$56.634	Produse farmaceutice
49	170	Anheuser-Busch InBev	Leuven	Belgia	$56.444	Băuturi
50	171	ING Group	Amsterdam	Olanda	$56.347	Servicii bancare
51	172	Legal & General Group	Londra	Marea Britanie	$55.999	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
52	173	Louis Dreyfus	Rotterdam	Olanda	$55.440	Producția de mâncare
53	189	Lloyds Banking Group	Londra	Marea Britanie	$52.422	Servicii bancare
54	193	Bayer	Leverkusen	Germania	$51.933	Produse farmaceutice
55	196	Finatis	Paris	Franța	$51.578	Retail
56	201	CNP Assurances	Paris	Franța	$50.737	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
57	203	Novartis	Basel	Elveția	$50.135	Produse farmaceutice
58	205	Sberbank	Moscova	Rusia	$49.698	Servicii bancare
59	206	Continental	Hanovra	Germania	$49.608	Autovehicule și piese auto
60	208	Dior (Christian)	Paris	Franța	$49.221	Textile
61	211	Deutsche Bahn	Berlin	Germania	$48.124	Servicii de transport feroviare
62	214	RWE	Essen	Germania	$47.832	Utilități
63	218	ThyssenKrupp	Essen	Germania	$47.389	Metale
64	223	Deutsche Bank	Frankfurt	Germania	$46.511	Servicii bancare
65	224	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria	Bilbao	Spania	$46.508	Servicii bancare
66	225	Orange	Paris	Franța	$46.324	Telecomunicații
67	226	Vinci	Rueil-Malmaison	Franța	$46.302	Inginerie, Constructii
68	231	Saint-Gobain	Courbevoie	Franța	$46.002	Materiale de constructii, Sticla
69	254	E.ON	Essen	Germania	$42.795	Energie
70	257	Swiss Re	Zurich	Elveția	$42.487	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
71	262	Repsol	Madrid	Spania	$41.863	Rafinarea petrolului
72	265	SSE	Perth	Marea Britanie	$41.383	Utilități
73	268	ZF Friedrichshafen	Friedrichshafen	Germania	$41.080	Autovehicule și piese auto
74	269	Metro	Düsseldorf	Germania	$40.957	Retail
75	271	Sanofi	Paris	Franța	$40.810	Produse farmaceutice
76	277	Lufthansa Group	Koln	Germania	$40.105	Transport aerian
77	278	Rio Tinto Group	Londra	Marea Britanie	$40.030	Minerit, Procesarea țițeiului
78	284	ACS	Madrid	Spania	$39.338	Inginerie, Constructii
79	286	Volvo	Göteborg	Suedia	$39.172	Autovehicule și piese auto
80	290	GlaxoSmithKline	Brentford	Marea Britanie	$38.868	Produse farmaceutice
81	291	Talanx	Hanovra	Germania	$38.603	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
82	298	Fresenius	Bad Homburg	Germania	$38.197	Asistență medicală: Echipament medical
83	303	Sainsbury (J.)	Londra	Marea Britanie	$37.711	Retail
84	304	Poste Italiane	Roma	Italia	$37.695	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
85	305	Maersk Group	Copenhaga	Danemarca	$37.500	Transport naval
86	306	UBS Group	Zurich	Elveția	$37.317	Servicii bancare
87	307	Bouygues	Paris	Franța	$37.259	Inginerie, Constructii
88	310	Edeka Zentrale	Hamburg	Germania	$37.125	Angrosiști: Alimente și Băcănie
89	316	Accenture	Dublin	Irlanda	$36.766	Servicii IT
90	318	Centrica	Windsor	Marea Britanie	$36.083	Utilități
91	320	SNCF	St Denis	Franța	$35.880	Servicii de transport feroviare
92	324	Intesa Sanpaolo	Torino	Italia	$35.752	Servicii bancare
93	330	Iberdrola	Bilbao	Spania	$35.240	Utilități
94	336	Barclays	Londra	Marea Britanie	$34.507	Servicii bancare
95	338	LyondellBasell Industries	Rotterdam	Olanda	$34.484	Chimicale
96	341	ABB	Zurich	Elveția	$34.312	Mașini industriale
97	355	DZ Bank	Frankfurt	Germania	$33.563	Servicii bancare
98	366	Chubb	Zurich	Elveția	$32.243	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
99	373	Credit Suisse Group	Zurich	Elveția	$31.900	Servicii bancare
100	377	BT Group	Londra	Marea Britanie	$31.439	Telecomunicații
101	382	CRH	Dublin	Irlanda	$31.069	Materiale de constructii, Sticla
102	389	Johnson Controls International	Plută	Irlanda	$30.172	Mașini industriale
103	392	L'Oréal	Clichy	Franța	$29.926	Produse de uz casnic
104	396	Medtronic	Dublin	Irlanda	$29.710	Produse Medicale și Echipamente

Rang în Europa	Rang global	Companie	Oraș	Țară	Venituri (mil. $)	Sector
105	402	UniCredit Group	Milano	Italia	$29.257	Servicii bancare
106	406	Air France-KLM Group	Paris	Franța	$29.064	Transport aerian
107	408	Inditex	Arteixo	Spania	$28.887	Comercianți de specialitate
108	412	Coop Group	Basel	Elveția	$28.601	Retail
109	413	Compass Group	Chertsey	Marea Britanie	$28.578	Diverse
110	415	Migros Group	Zurich	Elveția	$28.518	Retail
111	417	Phoenix Pharma	Mannheim	Germania	$28.401	Angrosiști: Sănătate
112	419	Veolia Environnement	Paris	Franța	$28.321	Utilități
113	423	Royal Philips	Amsterdam	Olanda	$28.071	Produse Medicale și Echipamente
114	424	Schneider Electric	Rueil-Malmaison	Franța	$27.891	Electronice și Echipamente electrice
115	426	Danone	Paris	Franța	$27.816	Alimente de consum
116	429	Gas Natural Fenosa	Madrid	Spania	$27.653	Utilități
117	434	La Poste	Paris	Franța	$27.177	Servicii poștale
118	435	Koç Holding	Istambul	Turcia	$27.108	Energie
119	439	Mapfre Group	Madrid	Spania	$26.817	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
120	441	Adecco Group	Zurich	Elveția	$26.670	Resurse Umane și Servicii ocuparea forței de muncă
121	444	LafargeHolcim	Jona	Elveția	$26.545	Materiale de constructii, Sticla
122	445	Altice	Amsterdam	Olanda	$26.489	Telecomunicații
123	446	SAP	Walldorf	Germania	$26.446	Software
124	449	Anglo American	Londra	Marea Britanie	$26.243	Minerit, Procesarea țițeiului
125	450	Randstad Holding	Diemen	Olanda	$26.234	Resurse Umane și Servicii ocuparea forței de muncă
126	453	British American Tobacco	Londra	Marea Britanie	$26.128	Tutun
127	460	International Airlines Group	Harmondsworth	Marea Britanie	$25.894	Transport aerian
128	469	PKN ORLEN Group	Plock	Polonia	$25.256	Rafinarea petrolului
129	472	Achmea	Zeist	Olanda	$24.872	Asigurare: viață, sănătate (reciprocă)
130	475	Heineken Holding	Amsterdam	Olanda	$24.831	Băuturi
131	477	Energie Baden-Württemberg	Karlsruhe	Germania	$24.769	Utilități
132	478	Michelin	Clermont-Ferrand	Franța	$24.754	Autovehicule și piese auto
133	480	Adidas	Herzogenaurach	Germania	$24.669	Textile
134	482	Heraeus Holding	Hanau	Germania	$24.622	Metale
135	486	Ceconomy	Düsseldorf	Germania	$24.432	Comercianți de specialitate
136	491	Boehringer Ingelheim	Ingelheim	Germania	$23.888	Produse farmaceutice
137	492	Rabobank	Utrecht	Olanda	$23.812	Servicii bancare
138	498	BAE Systems	Londra	Marea Britanie	$23.592	Industria aerospațială și de apărare
139	500	Ericsson	Stockholm	Suedia	$23.556	Alte echipamente de rețea și comunicații

Sursa: Fortune Global 500

Companiile care se axează pe exploatarea resurselor, investesc acolo unde au ce exploata. Harta de mai jos include perimetrele de exploatare resurse și firmele cărora le-au fost concesionate aceste perimetre de exploatare. De interes în momentul de față este zona Mării Negre, unde au fost identificate resurse substanțiale de gaz natural, cu perimetre de exploatare concesionate către Exxon Mobil, OMV, sau Lukoil. Aceste noi investiții pot aduce beneficii atât pentru Zona Metropolitană a Constanței, cât și pentru țară în ansamblu, deși o atenție mai mare trebuie acordată sectoarelor cu valoare adăugată mare.

Figura 19. Perimetrele de exploatare din România și cine le exploatează



Sursa: prelucrare date / hartă Agenția Națională pentru Resurse Minerale

Administrațiile locale din România ar trebui să încerce să pornească un dialog cu companii importante din Europa care sunt deja prezente pe piața locală (de exemplu, Bosch sau Daimler) sau care nu au încă o prezență pe piața locală.

Printre acestea din urmă, listăm câteva companii care, odată venite în România, s-ar adresa predominant unor piețe de export:

Volkswagen	Glencore	BASF
BMW	Thyssen Krupp	Bayer
Peugeot	Volvo	GlaxoSmithKline
ABB	Christian Dior	Schneider Electric
TUI	Adidas	Fresenius
Lyondell Basell Industries	Phoenix Pharma	Royal Philips
Boehringer Ingelheim	BAE Systems	

E de ajuns să ne uităm la producția de automobile în diferite țări din UE pentru a vedea că România încă are loc să crească și merită să încerce să atragă companii europene mari, în domenii cheie pentru economia UE.

Conform datelor Organizației Internaționale a Producătorilor de Autovehicule, România a produs în 2017 aproximativ 360.000 vehicule. În același an, Cehia a produs peste 1.400.000 vehicule, Slovacia peste 1.000.000, Polonia și Ungaria peste 500.000. Ca atare, numai în acest sector, esențial pentru economia UE, România poate în continuare să crească.

Pentru a-și susține creșterea, zonele metropolitane din România trebuie să se conecteze la cât mai multe piețe externe cât mai mari. Cel mai ușor mod de a se conecta la aceste piețe este prin intermediul companiilor multinaționale, cu rețele de distribuție globale și acces la clienți într-o multitudine de țări.

Firmele mari europene sunt cel mai ușor de atras și ele au fost principalii investitori în anii trecuți, precum și cele unde administrațiile locale române ar trebui să se străduiască cel mai mult pentru a porni un dialog. Vom discuta într-un capitol separat cum poate fi inițiat și susținut un astfel de dialog.

Atragerea firmelor cu acces ușor la piețele din SUA

SUA este cea mai mare piață globală, dar o piață unde România nu a avut acces facil în anii trecuți.

În 2016, doar aproximativ 2,9% din exporturile României (în jur de $1,89 miliarde) au plecat spre SUA – o pondere relativ modestă, dacă ne gândim la importanța pieței americane la scară globală.

Cu toate acestea, exporturile de bunuri au fost predominant generate de sectoare cu valoare adăugată mare, precum: „telefoane", „panouri de comandă electrice", „turbine cu gaz", „monitoare video", sau „cauciucuri".

Firmele americane sunt destul de slab reprezentate în România. Chiar dacă firme precum Microsoft, Google, Oracle, sau Amazon sunt prezente la nivel local, ele nu au o prezență substanțială și sunt aici mai mult pentru a deservi piața națională, sau regională. Firme precum Ford, Honeywell, Philip Morris, sau Emerson se numără printre cei mai mari exportatori din România, însă există mult mai multe companii americane globale fără o prezență în România, sau numai cu puncte de vânzare. A atrage o firmă americană în România necesită un efort mai mare decât atragerea unei firme europene, întrucât firmele americane cercetează oportunități de investiții la nivel global și iau în considerare mai multe criterii.

Este foarte important ca administrațiile locale din România să aibă echipe specializate pe atragerea investitorilor. O atenție aparte trebuie acordată unor firme precum:

General Electric	Hewlett-Packard	Apple
Procter & Gamble	Boeing	Dell
Intel	Merck	Disney
Pfizer	General Motors	Walt Disney
3M	Time Warner	Northrop Grumman
Raytheon	Halliburton	Xerox
Lockheed Martin		

Tabel 7. Cele mai mari companii din SUA, în 2018

Rang în Europa	Rang global	Companie	Oraș	Stat	Venituri (mil. $)	Sector
1	1	Walmart	Bentonville	Arkansas	$500.343	Retail
2	9	Exxon Mobil	Irving	Texas	$244.363	Rafinarea petrolului
3	10	Berkshire Hathaway	Omaha	Nebraska	$242.137	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
4	11	Apple	Cupertino	California	$229.234	Computere, Echipamente Periferice
5	13	McKesson	San Francisco	California	$208.357	Angrosiști: Sănătate
6	15	UnitedHealth Group	Minnetonka	Minnesota	$201.159	Sănătate: Asigurări și Îngrijire medicală
7	17	CVS Health	Woonsocket	Rhode Island	$184.765	Sănătate: Farmacie și alte servicii
8	18	Amazon.com	Seattle	Washington	$177.866	Servicii de internet și vânzarea cu amănuntul
9	20	AT&T	Dallas	Texas	$160.546	Telecomunicații
10	21	General Motors	Detroit	Michigan	$157.311	Autovehicule și piese auto
11	22	Ford Motor	Dearborn	Michigan	$156.776	Autovehicule și piese auto
12	25	AmerisourceBergen	Chesterbrook	Pennsylvania	$153.144	Angrosiști: Sănătate
13	33	Chevron	San Ramon	California	$134.533	Rafinarea petrolului
14	34	Cardinal Health	Dublin	Ohio	$129.976	Angrosiști: Sănătate
15	35	Costco Wholesale	Issaquah	Washington	$129.025	Retail
16	37	Verizon Communications	New York	New York	$126.034	Telecomunicații
17	39	Kroger	Cincinnati	Ohio	$122.662	Farmacii
18	41	General Electric	Boston	Massachusetts	$122.274	Mașini industriale
19	43	Walgreens Boots Alliance	Deerfield	Illinois	$118.214	Farmacii
20	47	JPMorgan Chase & Co.	New York	New York	$113.899	Servicii bancare
21	48	Fannie Mae	Washington	District of Columbia	$112.394	Servicii financiare diversificate
22	52	Alphabet	Mountain View	California	$110.855	Servicii de internet și vânzarea cu amănuntul
23	57	Home Depot	Atlanta	Georgia	$100.904	Comercianți de specialitate

Rang în Europa	Rang global	Companie	Oraș	Stat	Venituri (mil. $)	Sector
24	60	Bank of America Corp.	Charlotte	North Carolina	$100.264	Servicii bancare
25	61	Express Scripts Holding	St Louis	Missouri	$100.065	Sănătate: Farmacie și alte servicii
26	62	Wells Fargo	San Francisco	California	$97.741	Servicii bancare
27	64	Boeing	Chicago	Illinois	$93.392	Industria aerospațială și de apărare
28	67	Phillips 66	Houston	Texas	$91.568	Rafinarea petrolului
29	70	Anthem	Indianapolis	Indiana	$90.039	Sănătate: Asigurări și Îngrijire medicală
30	71	Microsoft	Redmond	Washington	$89.950	Software
31	74	Valero Energy	San Antonio	Texas	$88.407	Rafinarea petrolului
32	76	Citigroup	New York	New York	$87.966	Servicii bancare
33	80	Comcast	Philadelphia	Pennsylvania	$84.526	Telecomunicații
34	92	International Business Machines	Armonk	New York	$79.139	Servicii IT
35	93	Dell Technologies	Round Rock	Texas	$78.660	Computere, Echipamente Periferice
36	95	State Farm Insurance Cos.	Bloomington	Illinois	$78.331	Asigurare: proprietate și accidente grave (reciprocă)
37	100	Johnson & Johnson	New Brunswick	New Jersey	$76.450	Produse farmaceutice
38	106	Freddie Mac	McLean	Virginia	$74.676	Servicii financiare diversificate
39	116	Target	Minneapolis	Minnesota	$71.879	Retail
40	123	U.S. Postal Service	Washington	District of Columbia	$69.636	Servicii poștale
41	128	Lowe's	Mooresville	North Carolina	$68.619	Comercianți de specialitate
42	131	Marathon Petroleum	Findlay	Ohio	$67.610	Rafinarea petrolului
43	136	MetLife	New York	New York	$66.153	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
44	138	United Parcel Service	Atlanta	Georgia	$65.872	Servicii poștale
45	144	PepsiCo	Purchase	New York	$63.525	Alimente de consum
46	146	Intel	Santa Clara	California	$62.761	Semiconductori și alte componente electronice
47	147	DowDuPont	Midland	Delaware	$62.683	Chimicale
48	152	Archer Daniels Midland	Chicago	Illinois	$60.828	Producția de mâncare
49	154	Aetna	Hartford	Connecticut	$60.535	Sănătate: Asigurări și Îngrijire medicală
50	155	FedEx	Memphis	Tennessee	$60.319	Servicii poștale
51	157	Albertsons Cos.	Boise	Idaho	$59.925	Retail
52	159	United Technologies	Farmington	Connecticut	$59.837	Industria aerospațială și de apărare
53	160	Prudential Financial	Newark	New Jersey	$59.689	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
54	174	Sysco	Houston	Texas	$55.371	Angrosiști: Alimente și Băcănie
55	176	Disney (Walt)	Burbank	California	$55.137	Divertisment
56	183	Humana	Louisville	Kentucky	$53.767	Sănătate: Asigurări și Îngrijire medicală
57	187	Pfizer	New York	New York	$52.546	Produse farmaceutice
58	190	HP	Palo Alto	California	$52.056	Computere, Echipamente Periferice
59	200	Lockheed Martin	Bethesda	Maryland	$51.048	Industria aerospațială și de apărare
60	207	American International Group	New York	New York	$49.520	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
61	210	Centene	St Louis	Missouri	$48.572	Sănătate: Asigurări și Îngrijire medicală
62	212	Cisco Systems	San Jose	California	$48.005	Alte echipamente de rețea și comunicații
63	215	HCA Healthcare	Nashville	Tennessee	$47.653	Asistență medicală: Echipament medical
64	217	Energy Transfer Equity	Dallas	Texas	$47.487	Transport prin conducte
65	233	Bunge	White Plains	New York	$45.794	Producția de mâncare
66	238	Caterpillar	Deerfield	Illinois	$45.462	Construcții și mașini agricole
67	247	Nationwide	Columbus	Ohio	$43.940	Asigurare: proprietate și accidente grave (reciprocă)
68	249	Morgan Stanley	New York	New York	$43.642	Servicii bancare
69	255	Liberty Mutual Insurance Group	Boston	Massachusetts	$42.687	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
70	258	New York Life Insurance	New York	New York	$42.296	Asigurare: viață, sănătate (reciprocă)
71	259	Goldman Sachs Group	New York	New York	$42.254	Servicii bancare
72	260	American Airlines Group	Fort Worth	Texas	$42.207	Transport aerian
73	263	Cigna	Bloomfield	Connecticut	$41.616	Sănătate: Asigurări și Îngrijire medicală
74	264	Charter Communications	Stamford	Connecticut	$41.581	Telecomunicații
75	266	Delta Air Lines	Atlanta	Georgia	$41.244	Transport aerian
76	274	Facebook	Menlo Park	California	$40.653	Servicii de internet și vânzarea cu amănuntul
77	275	Honeywell International	Morris Plains	New Jersey	$40.534	Electronice și Echipamente electrice
78	276	Merck	Kenilworth	New Jersey	$40.122	Produse farmaceutice
79	293	Allstate	Northbrook	Illinois	$38.524	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
80	297	Tyson Foods	Springdale	Arkansas	$38.260	Producția de mâncare
81	301	United Continental Holdings	Chicago	Illinois	$37.736	Transport aerian
82	302	Oracle	Redwood City	California	$37.728	Software
83	319	TIAA	New York	New York	$36.025	Asigurare: viață, sănătate (reciprocă)
84	321	TJX	Framingham	Massachusetts	$35.865	Comercianți de specialitate
85	327	American Express	New York	New York	$35.583	Servicii financiare diversificate
86	328	Coca-Cola	Atlanta	Georgia	$35.410	Băuturi
87	334	Publix Super Markets	lakeland	Florida	$34.837	Retail
88	340	Nike	Beaverton	Oregon	$34.350	Textile
89	344	Andeavor	San Antonio	Texas	$34.204	Rafinarea petrolului
90	351	World Fuel Services	Miami	Florida	$33.696	Energie
91	356	Exelon	Chicago	Illinois	$33.531	Utilități
92	357	Massachusetts Mutual Life	Springfield	Massachusetts	$33.495	Asigurare: viață, sănătate (reciprocă)
93	363	ConocoPhillips	Houston	Texas	$32.584	Minerit, Procesarea țițeiului
94	372	CHS	Inver Grove Heights	Minnesota	$31.935	Producția de mâncare
95	376	3M	Sfântul Paul	Minnesota	$31.657	Diverse
96	379	Time Warner	New York	New York	$31.271	Divertisment
97	383	General Dynamics	Falls Church	Virginia	$30.973	Industria aerospațială și de apărare
98	386	Schlumberger	Houston	Texas	$30.440	Diverse
99	387	Rite Aid	Camp Hill	Pennsylvania	$30.215	Retail
100	390	United Services Auto. Assn.	San Antonio	Texas	$30.016	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)

Rang în Europa	Rang global	Companie	Oraș	Stat	Venituri (mil. $)	Sector
101	391	Capital One Financial	McLean	Virginia	$29.999	Servicii bancare
102	394	Deere	Moline	Illinois	$29.738	Construcții și mașini agricole
103	400	INTL Fcstone	New York	New York	$29.424	Servicii financiare diversificate
104	401	Northwestern Mutual	Milwaukee	Wisconsin	$29.331	Asigurare: viață, sănătate (reciprocă)
105	403	Enterprise Products	Houston	Texas	$29.242	Transport prin conducte
106	407	Travelers Cos.	New York	New York	$28.902	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
107	409	Hewlett Packard Enterprise	Palo Alto	California	$28.871	Computere, Echipamente Periferice
108	411	Philip Morris International	New York	New York	$28.748	Tutun
109	416	Twenty-First Century Fox	New York	New York	$28.500	Divertisment
110	422	AbbVie	North Chicago	Illinois	$28.216	Produse farmaceutice
111	433	Abbott Laboratories	Abbott Park	Illinois	$27.390	Produse Medicale și Echipamente
112	437	Progressive	Mayfield Village	Ohio	$26.839	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
113	451	Kraft Heinz	Pittsburgh	Pennsylvania	$26.232	Alimente de consum
114	452	Plains GP Holdings	Houston	Texas	$26.223	Transport prin conducte
115	455	Gilead Sciences	Foster City	California	$26.107	Produse farmaceutice
116	459	Mondelez International	Deerfield	Illinois	$25.896	Alimente de consum
117	461	Northrop Grumman	Falls Church	Virginia	$25.803	Industria aerospațială și de apărare
118	467	Raytheon	Waltham	Massachusetts	$25.348	Industria aerospațială și de apărare
119	473	Macy's	Cincinnati	Ohio	$24.837	Retail
120	484	DXC Technology	Tysons	Virginia	$24.556	Servicii IT
121	488	US Foods Holding	Rosemont	Illinois	$24.147	Angrosiști: Alimente și Băcănie
122	490	U.S. Bancorp	Minneapolis	Minnesota	$23.996	Servicii bancare

Sursa: Fortune Global 500

IRLANDA

Un exemplu bun de urmat pentru România este cel al Irlandei. În 1973, când Irlanda a intrat în UE, era una din cele mai sărace țări din Uniune, cu un PIB pe cap de locuitor care era numai 75% din media UE. Între timp, Irlanda a devenit una din cele mai performante țări din lume și a doua cea mai productivă economie din UE, după Luxembourg. PIB-ul pe cap de locuitor în Irlanda este acum de două ori mai mare decât media UE. Performanța Irlandei vine oarecum în contrast cu performanța mai modestă a unor țări precum Grecia, Portugalia, Spania sau Italia, care între timp au ajuns să aibă un PIB pe cap de locuitor sub media europeană.

Într-o mare măsură, șansa Irlandei se datorează deschiderii pe care țara a avut-o față de investitori străini și șansei de a avea o diasporă mare și activă în SUA. În ultimii ani, firme precum Microsoft, Intel, Apple, Facebook, sau Oracle au ales Irlanda pentru a-și lărgi prezența în UE. Aceste cinci firme, la un loc, produc anual în Irlanda dublul PIB-ului României. Nu e nevoie de un exercițiu de imaginație foarte elevat pentru a ne închipui ce ar însemna pentru economia României o prezență a unor firme precum Microsoft, Intel, Appel, Facebook și Oracle, la nivelul prezenței lor din Irlanda. Bineînțeles, ar trebui să comparăm și ce are de oferit Irlanda unor astfel de companii (de exemplu, o populație vorbitoare de limbă engleză și foarte bine educată), față de ce ar putea România să ofere. În acest sens, vom discuta în curând și despre avantajele și dezavantajele zonelor metropolitane din România.

Conexiunea la piața SUA este importantă nu numai datorită dimensiunii acestei piețe, ci mai ales faptului că SUA generează cel mai mare număr de inovații disruptive și care, astfel, hotărăsc direcția în care va merge economia globală.

Nicio altă țară nu a reușit să emuleze succesul SUA în a genera inovații disruptive și sunt șanse slabe să reușească să o facă în viitorul apropriat. De aceea, o prezență a firmelor inovatoare americane în România poate crea condițiile pentru o adaptare mai rapidă și mai eficientă a acestor inovații pe piața românească.

Așa cum o arată datele din tabelul de mai jos, Europa este specializată în sectoare cu o intesitate medie pe partea de cercetare-dezvoltare, în timp ce SUA este specializată în sectoare cu o intensitate mare pe partea de cercetare-dezvoltare. Europa generează inovații marginale (de exemplu, un motor mai eficient), în domenii în care are deja un avantaj comparativ (de exemplu, sectorul automobilistic), în timp ce SUA generează inovații disruptive în domenii noi (de exemplu, software).

Tabel 8. Indici de avantaj tehnologic relativ (RTA) în funcție de sector, în 2007

	Europa	SUA
Industria aerospațială și de apărare	***1,5***	***1,13***
Automobile și piese	1,26	0,58
Biotehnologie	***0,32***	***2,2***
Produse chimice	1,31	0,64
Vehicule comerciale și camioane	1,3	1,06
Hardware și servicii informatice	***0,08***	***1,39***
Componente și echipamente electrice	1,56	0,18
Echipamente electronice și echipamente electronice de birou	0,18	0,37
Telecomunicații fixe și mobile	1,53	0,2
Alimente, băuturi, tutun	0,92	0,74
Echipamente industriale generale	0,61	1,49
Echipamente și servicii de îngrijire a sănătății	***0,7***	***1,86***
Bunuri gospodărești	0,84	1,6
Mașini industriale	1,84	0,24
Metale industriale	1	0,3
Internet	***0***	***2,54***
Produse petroliere	1	0,85
Bunuri personale	1,44	0,69
Produse farmaceutice	***1,27***	***1,16***
Semiconductori	***0,5***	***1,72***
Software-ul	***0,51***	***2,05***
Servicii de suport	0,78	1,19
Echipamente de telecomunicații	1,38	1,09

Sursa: World Bank. 2012. Golden Growth: Restoring the lustre of the European economic model

Notă: *Avantajul tehnologic relativ este calculat ca pondere între activitatea de cercetare-dezvoltare într-un anumit sector, și întreaga activitate de cercetare-dezvoltare în respectiva țară/regiune. O valoare a avantajului tehnologic relativ care este mai mare de 1 înseamnă că regiunea/țara este specializată tehnologic în sectorul respectiv. Japonia și restul lumii nu sunt incluse din cauza prea puținelor observații în ceea ce privește descompunerea pe diferite sectoare.*

Sectoarele de creștere bazate pe inovație sunt evidențiate cu litere aldine și cursive.

Avantajul SUA față de UE este că are o piață unitară și o limbă și cultură comună. Astfel, o inovație generată în California, poate fi ușor testată în orice campus universitar din America. Pe de altă parte, o inovație generată în Spania nu poate fi testată la fel de ușor într-un campus din Finlanda – diferențele de limbă, cultură și cadrul legislativ pentru patente ar face acest lucru relativ dificil.

Mai mult, dacă Spania ar genera o inovație disruptivă de genul iPhone-ului, genul de inovație care aproape a eliminat Nokia de pe piața telefoniei mobile, s-ar crea tensiuni politice și sociale relativ greu de surmontat. Faptul ca iPhone-ul din California a dus aproape de faliment Motorola din Illinois este mai ușor de acceptat în SUA, pentru că plus-valoarea generată a rămas în aceeași țară. Pe de altă parte, dacă o inovație dintr-o țară UE ar cauza o recensiune într-o altă țară UE, tensiunile create ar fi mult mai mari.

În momentul de față, SUA are cele mai bune șanse și premise pentru a genera inovații disruptive. Pentru a fi în pas cu aceste inovații, orașele românești trebuie să fie cât mai bine conectate la piețele americane și trebuie să își folosească toate avantajele comparative (de exemplu, performanța în sectorul IT) pentru a avea conexiuni cât mai puternice.

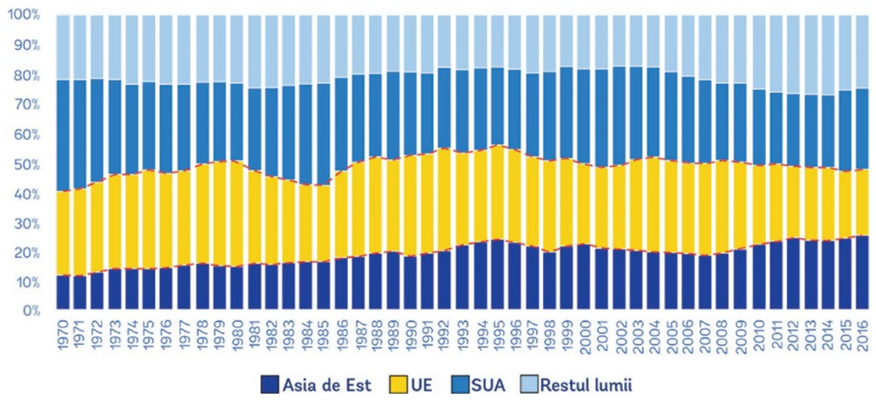
Atragerea firmelor cu acces ușor la piețele din Asia de Est

SUA și UE consumă la un loc cam jumătate din ce se consumă la nivel global. Accesul la aceste două piețe, este absolut vital pentru zonele metropolitane din România. Dezvoltarea orașelor românești din ultimii ani a fost posibilă datorită accesului la piețele UE și datorită investițiilor masive făcute de firmele europene în România. Accesul la piața SUA, mai ales din perspectiva conectării cu firme care generează inovații disruptive și dau tonul evoluției economiei de mâine, are de asemenea o importanță critică pentru menținerea performanței economiei românești. Va fi, însă, din ce în ce mai important ca România să se conecteze la piața Asiei de Est.

În 1970, ponderea Asiei de Est în consumul global era de numai 11%. În 2016, această pondere a ajuns la 25%, mai ales pe fondul creșterii economiei chineze și este în prezent peste ponderea UE la nivel global.

În prezent, Asia de Est este zona cu cea mai mare creștere a consumului la nivel mondial. Este esențial ca zonele metropolitane din România să analizeze potențialele oportunități pe care le prezintă aceste piețe.

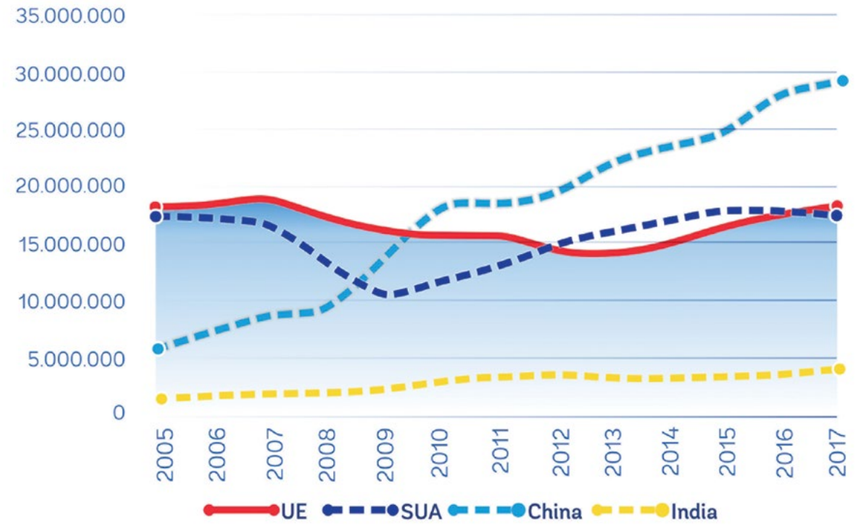
Figura 20. Ponderea în consumul global pe regiuni



Sursa: Banca Mondială

Dacă ne uităm, de exemplu, la vânzarea de autovehicule la nivel global, vedem că piețele din UE și SUA nu au crescut în ultimii ani. Pe de altă parte, vânzarea de autovehicule în China a crescut de la aproximativ 5,75 milioane unități în 2005, la aproape 30 milioane unități în 2017. În momentul de față, China este cea mai mare piață pentru autovehicule din lume, surclasând SUA și UE din acest punct de vedere. În mod evident, faptul că se cumpără multe autovehicule în China, nu înseamnă că producătorii români de autovehicule vor ajunge ușor la această piață – mai ales în condițiile în care există o multitudine de producători auto deja prezenți cu facilități de producție proprii pe piața chineză. Aceste cifre arată însă că piața chineză este o piață ce are un ritm de creștere foarte rapid și e important ca ea să fie avută în vedere de către autoritățile locale din România.

Figura 21. Vânzările de autovehicule în diferite țări / regiuni



Sursa: International Organization of Motor Vehicle Manufacturers

Pe lângă piața chineză, merită avute în vedere companii multinaționale din Asia de Est, mai ales din Japonia și Coreea de Sud, care în momentul de față deservesc piețe globale. Tabelul de mai jos include cele mai mari firme din Asia de Est. Câteva din companiile care ar merita atrase la nivel local în România, mai ales cu facilități de producție, includ:

Samsung	Hitachi	Nissan
Panasonic	Sony	Toshiba
Mitsubishi	Hyundai	Fujitsu
Marubeni	Itoku	LG
Kia	Suzuki	Huawei
Sharp	Lenovo	Mazda
Komatsu		

O mare parte din firmele cu acces la piețe globale sunt firme din Japonia și Coreea de Sud. Având în vedere că atât Japonia cât și Coreea de Sud au ambasade foarte active în România și încearcă în mod pro-activ să faciliteze dialogul cu firmele japoneze și coreene, este important ca administrațiile locale române să aibă o relație strânsă cu aceste ambasade.

Tabel 9. Firmele cele mai mari din Asia de Est, în 2018

Rang în Europa	Rang global	Companie	Oraș	Țară	Venituri (mil. $)	Sector
1	2	State Grid	Beijing	China	$348.903	Utilități
2	3	Sinopec Group	Beijing	China	$326.953	Rafinarea petrolului
3	4	China National Petroleum	Beijing	China	$326.008	Rafinarea petrolului
4	6	Toyota Motor	Toyota	Japonia	$265.172	Autovehicule și piese auto
5	12	Samsung Electronics	Suwon	Coreea de Sud	$211.940	Electronice și Echipamente electrice
6	23	China State Construction Engineering	Beijing	China	$156.071	Inginerie, Constructii
7	24	Hon Hai Precision Industry	New Taipei City	Taiwan	$154.699	Electronice și Echipamente electrice
8	26	Industrial & Commercial Bank of China	Beijing	China	$153.021	Servicii bancare
9	29	Ping An Insurance	Shenzhen	China	$144.197	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
10	30	Honda Motor	Tokyo	Japonia	$138.646	Autovehicule și piese auto
11	31	China Construction Bank	Beijing	China	$138.594	Servicii bancare
12	32	Trafigura Group	Singapore	Singapore	$136.421	Retail
13	36	SAIC Motor	Shanghai	China	$128.819	Autovehicule și piese auto
14	40	Agricultural Bank of China	Beijing	China	$122.366	Servicii bancare
15	42	China Life Insurance	Beijing	China	$120.224	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
16	45	Japan Post Holdings	Tokyo	Japonia	$116.616	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
17	46	Bank of China	Beijing	China	$115.423	Servicii bancare
18	53	China Mobile Communications	Beijing	China	$110.159	Telecomunicații
19	54	Nissan Motor	Yokohama	Japonia	$107.868	Autovehicule și piese auto
20	55	Nippon Tel. & Tel.	Tokyo	Japonia	$106.500	Telecomunicații
21	56	China Railway Engineering	Beijing	China	$102.767	Inginerie, Constructii
22	58	China Railway Construction	Beijing	China	$100.855	Inginerie, Constructii
23	65	Dongfeng Motor	Wuhan	China	$93.294	Autovehicule și piese auto
24	72	Huawei Investment & Holding	Shenzhen	China	$89.311	Alte echipamente de rețea și comunicații
25	78	Hyundai Motor	Seul	Coreea de Sud	$85.259	Autovehicule și piese auto
26	79	Hitachi	Tokyo	Japonia	$84.559	Electronice și Echipamente electrice
27	84	SK Holdings	Seul	Coreea de Sud	$83.544	Rafinarea petrolului
28	85	SoftBank Group	Tokyo	Japonia	$82.665	Telecomunicații
29	86	China Resources	Hong Kong	China	$82.184	Produse farmaceutice
30	87	China National Offshore Oil	Beijing	China	$81.482	Minerit, Procesarea țițeiului
31	91	China Communications Construction	Beijing	China	$79.417	Inginerie, Constructii
32	96	Pacific Construction Group	Urumqi	China	$77.205	Inginerie, Constructii
33	97	Sony	Tokyo	Japonia	$77.116	Electronice și Echipamente electrice
34	98	Sinochem	Beijing	China	$76.765	Retail
35	99	JXTG Holdings	Tokyo	Japonia	$76.629	Rafinarea petrolului
36	101	China Energy Investment	Beijing	China	$75.522	Minerit, Procesarea țițeiului
37	103	AEON	Chiba	Japonia	$75.339	Retail
38	109	China Minmetals	Beijing	China	$72.997	Metale
39	110	China Southern Power Grid	Guangzhou	China	$72.787	Utilități
40	111	Amer International Group	Shenzhen	China	$72.766	Metale
41	113	China Post Group	Beijing	China	$72.197	Servicii poștale
42	114	Panasonic	Osaka	Japonia	$72.045	Electronice și Echipamente electrice
43	117	People's Insurance Co. of China	Beijing	China	$71.579	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
44	122	COFCO	Beijing	China	$69.669	Retail
45	124	Beijing Automotive Group	Beijing	China	$69.591	Autovehicule și piese auto
46	125	China FAW Group	Changchun	China	$69.524	Autovehicule și piese auto
47	126	Nippon Life Insurance	Osaka	Japonia	$68.684	Asigurare: viață, sănătate (recip-rocă)
48	129	Mitsubishi	Tokyo	Japonia	$68.301	Retail
49	130	Marubeni	Tokyo	Japonia	$68.057	Retail
50	132	Tewoo Group	Tianjin	China	$66.577	Retail
51	140	China North Industries	Beijing	China	$64.646	Industria aerospațială și de apărare
52	141	China Telecommunications	Beijing	China	$63.974	Telecomunicații
53	145	Dai-ichi Life	Tokyo	Japonia	$63.522	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
54	149	CITIC Group	Beijing	China	$61.316	Servicii financiare diversificate
55	161	Aviation Industry Corp. of China	Beijing	China	$59.263	Industria aerospațială și de apărare
56	162	China Baowu Steel Group	Shanghai	China	$59.255	Metale
57	165	Toyota Tsusho	Nagoya	Japonia	$58.586	Retail
58	167	ChemChina	Beijing	China	$57.989	Chimicale
59	168	Bank of Communications	Shanghai	China	$57.711	Servicii bancare
60	177	Mitsubishi UFJ Financial Group	Tokyo	Japonia	$54.769	Servicii bancare
61	178	LG Electronics	Seul	Coreea de Sud	$54.314	Electronice și Echipamente electrice
62	179	Seven & I Holdings	Tokyo	Japonia	$54.217	Retail
63	181	JD.com	Beijing	China	$53.965	Servicii de internet și vânzarea cu amănuntul
64	182	PowerChina	Beijing	China	$53.870	Inginerie, Constructii
65	184	POSCO	Seul	Coreea de Sud	$53.244	Metale
66	185	Shandong Weiqiao Pioneering	Shandong	China	$53.203	Textile
67	186	Tokyo Electric Power	Tokyo	Japonia	$52.809	Utilități
68	188	Korea Electric Power	Jeollanam-do	Coreea de Sud	$52.492	Utilități
69	191	Petronas	Kuala Lumpur	Malaezia	$52.028	Rafinarea petrolului
70	192	Sumitomo Mitsui Financial Group	Tokyo	Japonia	$52.026	Servicii bancare
71	194	Sinopharm	Beijing	China	$51.844	Produse farmaceutice
72	198	Nippon Steel & Sumitomo Metal	Tokyo	Japonia	$51.164	Metale
73	202	Guangzhou Automobile Industry Group	Guangzhou	China	$50.323	Autovehicule și piese auto
74	204	Itochu	Osaka	Japonia	$49.732	Retail
75	209	Tokio Marine Holdings	Tokyo	Japonia	$48.731	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
76	213	China Merchants Bank	Shenzhen	China	$47.951	Servicii bancare
77	219	Kia Motors	Seul	Coreea de Sud	$47.360	Autovehicule și piese auto

Rang în Europa	Rang global	Companie	Oraș	Țară	Venituri (mil. $)	Sector
78	220	China Pacific Insurance	Shanghai	China	$47.319	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
79	221	MS&AD Insurance	Tokyo	Japonia	$47.095	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
80	222	Aluminum Corp. of China	Beijing	China	$46.684	Metale
81	227	Shanghai Pudong Devel. Bank	Shanghai	China	$46.295	Servicii bancare
82	229	Denso	Kariya	Japonia	$46.106	Autovehicule și piese auto
83	230	China Evergrande Group	Shenzen	China	$46.019	Servicii imobiliare
84	234	Shandong Energy Group	Jinan	China	$45.650	Minerit, Procesarea țițeiului
85	235	Hengli Group	Suzhou City	China	$45.563	Textile
86	236	KDDI	Tokyo	Japonia	$45.508	Telecomunicații
87	237	Industrial Bank	Fuzhou	China	$45.491	Servicii bancare
88	239	HBIS Group	Shijiazhuang	China	$45.390	Metale
89	240	Lenovo Group	Hong Kong	China	$45.350	Computere, Echipamente Periferice
90	242	China South Industries Group	Beijing	China	$44.785	Industria aerospațială și de apărare
91	243	China National Bldg. Material Group	Beijing	China	$44.701	Materiale de construcții, Sticla
92	244	Hanwha	Seul	Coreea de Sud	$44.590	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
93	245	China Shipbuilding Industry	Beijing	China	$44.431	Transport naval
94	246	Mitsui	Tokyo	Japonia	$44.155	Retail
95	248	Wilmar International	Singapore	Singapore	$43.846	Producția de mâncare
96	250	Sumitomo	Tokyo	Japonia	$43.570	Retail
97	251	China Minsheng Banking	Beijing	China	$43.298	Servicii bancare
98	252	Greenland Holding Group	Shanghai	China	$42.970	Servicii imobiliare
99	256	Sinomach	Beijing	China	$42.638	Mașini industriale
100	267	Zhejiang Geely Holding Group	Hangzhou	China	$41.172	Autovehicule și piese auto
101	270	Wuchan Zhongda Group	Hangzhou	China	$40.929	Retail
102	273	China United Network Communications	Beijing	China	$40.664	Telecomunicații
103	279	Mitsubishi Electric	Tokyo	Japonia	$39.995	Electronice și Echipamente electrice
104	280	China Merchants Group	Hong Kong	China	$39.971	Servicii poștale
105	283	Jardine Matheson	Hong Kong	China	$39.456	Autovehicule și piese auto
106	285	Pegatron	Taipei	Taiwan	$39.238	Electronice și Echipamente electrice
107	288	Shaanxi Yanchang Petroleum	Xi'an	China	$38.898	Minerit, Procesarea țițeiului
108	289	China Huaneng Group	Beijing	China	$38.872	Energie
109	294	Shaanxi Coal & Chemical Industry	Xi'an	China	$38.483	Minerit, Procesarea țițeiului
110	295	AIA Group	Hong Kong	China	$38.330	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
111	300	Alibaba Group Holding	Hangzhou	China	$37.771	Servicii de internet și vânzarea cu amănuntul
112	309	Meiji Yasuda Life Insurance	Tokyo	Japonia	$37.160	Asigurare: viață, sănătate (reciprocă)
113	311	Mitsubishi Heavy Industries	Tokyo	Japonia	$37.103	Mașini industriale
114	312	China Poly Group	Beijing	China	$37.002	Servicii imobiliare
115	313	Fujitsu	Tokyo	Japonia	$36.991	Servicii IT
116	317	Canon	Tokyo	Japonia	$36.388	Computere, Echipamente Periferice
117	322	China Everbright Group	Beijing	China	$35.840	Servicii bancare
118	323	Midea Group	Foshan	China	$35.794	Electronice și Echipamente electrice
119	326	Toshiba	Tokyo	Japonia	$35.630	Electronice și Echipamente electrice
120	329	Aisin Seiki	Kariya	Japonia	$35.281	Autovehicule și piese auto
121	331	Tencent Holdings	Shenzhen	China	$35.179	Servicii de internet și vânzarea cu amănuntul
122	332	China Vanke	Shenzhen	China	$35.117	Servicii imobiliare
123	333	China Energy Engineering	Beijing	China	$35.048	Inginerie, Constructii
124	335	China COSCO Shipping	Shanghai	China	$34.668	Transport naval
125	339	Noble Group	Hong Kong	China	$34.421	Retail
126	342	Daiwa House Industry	Osaka	Japonia	$34.262	Inginerie, Constructii
127	343	China Aerospace Science & Technology	Beijing	China	$34.254	Industria aerospațială și de apărare
128	346	China Aerospace Science & Industry	Beijing	China	$34.073	Industria aerospațială și de apărare
129	347	Sompo Holdings	Tokyo	Japonia	$34.028	Asigurare: proprietate și accidente grave (stoc)
130	348	Suzuki Motor	Hamamatsu	Japonia	$33.912	Autovehicule și piese auto
131	350	Sumitomo Life Insurance	Osaka	Japonia	$33.821	Asigurare: viață, sănătate (reciprocă)
132	352	Mitsubishi Chemical Holdings	Tokyo	Japonia	$33.616	Chimicale
133	353	Country Garden Holdings	Foshan	China	$33.572	Servicii imobiliare
134	354	Quanta Computer	Taoyuan	Taiwan	$33.564	Computere, Echipamente Periferice
135	358	JFE Holdings	Tokyo	Japonia	$33.202	Metale
136	359	Jizhong Energy Group	Xingtai	China	$33.188	Minerit, Procesarea țițeiului
137	360	Xiamen ITG Holding Group	Xiamen	China	$32.902	Retail
138	361	Cedar Holdings Group	Guangzhou	China	$32.712	Retail
139	362	Xiamen C&D	Xiamen	China	$32.588	Retail
140	364	Jiangsu Shagang Group	Zhangjiagang	China	$32.561	Metale
141	365	Bridgestone	Tokyo	Japonia	$32.495	Autovehicule și piese auto
142	367	Mizuho Financial Group	Tokyo	Japonia	$32.142	Servicii bancare
143	368	Taiwan Semiconductor	Hsinchu	Taiwan	$32.126	Semiconductori și alte componente electronice
144	369	China Electronics	Beijing	China	$31.990	Electronice și Echipamente electrice
145	370	Jiangxi Copper	Guixi	China	$31.964	Minerit, Procesarea țițeiului
146	371	China National Aviation Fuel Group	Beijing	China	$31.942	Retail
147	374	CK Hutchison Holdings	Hong Kong	China	$31.892	Comercianți de specialitate
148	375	Xiamen Xiangyu Group	Xiamen City	China	$31.676	Retail
149	378	Mazda Motor	Hiroshima	Japonia	$31.356	Autovehicule și piese auto
150	380	Hyundai Mobis	Seul	Coreea de Sud	$31.091	Autovehicule și piese auto
151	381	Xinxing Cathay International	Beijing	China	$31.078	Metale
152	384	Subaru	Tokyo	Japonia	$30.735	Autovehicule și piese auto
153	385	CRRC	Beijing	China	$30.634	Mașini industriale
154	388	China Electronics Technology Group	Beijing	China	$30.176	Industria aerospațială și de apărare

Rang în Europa	Rang global	Companie	Oraș	Țară	Venituri (mil. $)	Sector
155	393	China State Shipbuilding	Beijing	China	$29.797	Transport naval
156	395	State Power Investment	Beijing	China	$29.727	Energie
157	397	China Huadian	Beijing	China	$29.612	Utilități
158	398	Idemitsu Kosan	Tokyo	Japonia	$29.606	Rafinarea petrolului
159	399	Yankuang Group	Shandong	China	$29.474	Minerit, Procesarea țițeiului
160	404	Compal Electronics	Taipei	Taiwan	$29.175	Computere, Echipamente Periferice
161	410	Cathay Life Insurance	Taipei	Taiwan	$28.805	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
162	418	Medipal Holdings	Tokyo	Japonia	$28.398	Angrosiști: Sănătate
163	420	Kansai Electric Power	Osaka	Japonia	$28.283	Utilități
164	421	Samsung Life Insurance	Seul	Coreea de Sud	$28.273	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
165	425	Sumitomo Electric Industries	Osaka	Japonia	$27.820	Autovehicule și piese auto
166	427	Suning.com Group	Nanjing	China	$27.806	Comercianți de specialitate
167	428	Ansteel Group	Anshan	China	$27.792	Metale
168	431	Shougang Group	Beijing	China	$27.489	Metale
169	432	Wistron	Taipei	Taiwan	$27.480	Computere, Echipamente Periferice
170	436	CPC	Kaohsiung	Taiwan	$27.106	Rafinarea petrolului
171	438	GS Caltex	Seul	Coreea de Sud	$26.821	Rafinarea petrolului
172	442	SK Hynix	Gyeonggi	Coreea de Sud	$26.636	Semiconductori și alte componente electronice
173	443	East Japan Railway	Tokyo	Japonia	$26.627	Servicii de transport feroviare
174	456	Xinjiang Guanghui Industry	Urumqi	China	$26.106	Retail
175	458	Samsung C&T	Seul	Coreea de Sud	$25.902	Retail
176	462	Chubu Electric Power	Nagoya	Japonia	$25.753	Utilități
177	463	NEC	Tokyo	Japonia	$25.673	Servicii IT
178	464	Yango Longking Group	Fuzhou	China	$25.605	Servicii financiare diversificate
179	465	China Taiping Insurance Group	Hong Kong	China	$25.598	Asigurare: viață, sănătate (reciprocă)
180	466	Flex	Singapore	Singapore	$25.441	Semiconductori și alte componente electronice
181	468	China Datang	Beijing	China	$25.299	Energie
182	471	KB Financial Group	Seul	Coreea de Sud	$25.052	Servicii bancare
183	479	Fubon Financial Holding	Taipei	Taiwan	$24.688	Asigurare: viață, sănătate (stoc)
184	481	Shanxi Jincheng Anthracite Coal Mining	Jincheng	China	$24.659	Minerit, Procesarea țițeiului
185	483	LG Display	Seul	Coreea de Sud	$24.585	Electronice și Echipamente electrice
186	489	Taikang Insurance Group	Beijing	China	$24.058	Asigurare: viață, sănătate (reciprocă)
187	493	CJ Corp.	Seul	Coreea de Sud	$23.796	Comercianți de specialitate
188	494	Yangquan Coal Industry Group	Yangquan	China	$23.793	Minerit, Procesarea țițeiului
189	495	Shanxi LuAn Mining Group	Changzhi	China	$23.785	Minerit, Procesarea țițeiului
190	496	Henan Energy & Chemical	Zhengzhou	China	$23.699	Minerit, Procesarea țițeiului
191	497	Datong Coal Mine Group	Datong	China	$23.698	Minerit, Procesarea țițeiului
192	499	Qingdao Haier	Qingdao	China	$23.563	Electronice și Echipamente electrice

Sursa: Fortune Global 500

Analizând listele de firme mari din Europa, SUA, și Asia de Est, este clar că firmele asiatice sunt cele mai slab reprezentate la nivel local în România.

Prezența firmelor din Asia de Est în România este importantă mai ales pentru centrele urbane mai mici, cu un profil industrial, pentru că aceste firme produc bunuri de larg consum, cu o piață globală.

Cum pot metropolele românești să **ATRAGĂ MAI MULȚI OAMENI**

Faptul că o zonă metropolitană generează mai multe exporturi nu înseamnă automat și dezvoltare, deși fără exporturi nu se poate dezvolta. În același timp, o investiție a unei multinaționale cu acces la piețe globale nu se transformă automat în bunăstare pentru populația locală, dacă această multinațională nu oferă salarii generoase.

În raportul „Orașe Magnet", Banca Mondială a indicat că nivelul dezvoltării unei zone metropolitane poate fi determinat măsurând atractivitatea acelei zone – adică determinând câți oameni s-au mutat sau s-ar muta în acea zonă și câți oameni fac naveta sau ar face naveta spre acea zonă.

O zonă metropolitană care atrage oameni în mod clar oferă o serie de beneficii importante. De exemplu, oferă cetățenilor multe oportunități legate de carieră, o calitate a vieții bună, acces la educație de calitate, acces la servicii de sănătate specializate, sau o conectivitate bună.

Conform datelor pe migrație de la recensământul din 2011, zonele urbane funcționale care au reușit să atragă cei mai mulți migranți la mia de locuitori au fost: Cluj-Napoca, Timișoara, Iași, București, Sibiu și Alba Iulia. Zonele urbane funcționale care au reușit să atragă cei mai mulți navetiști la mia de locuitori au fost: Pitești, Deva, Târgoviște, Ploiești, Alba Iulia și București.

Banca Mondială a făcut, de asemenea, un sondaj la nivel național pentru a identifica zonele cele mai atractive pentru români. Tabelul următor arată rezultatele acestui sondaj.

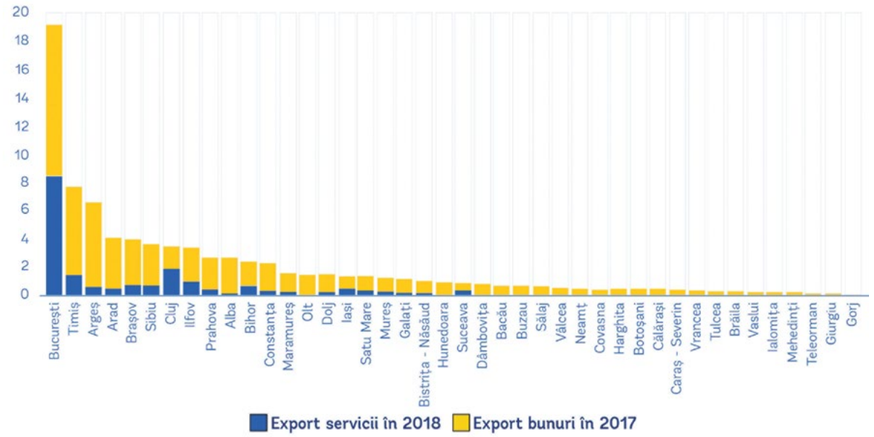
Tabel 10. Orașele din România în care oamenii și-ar dori cel mai mult să locuiască

ZUF	În ce oraș v-ar plăcea cel mai mult să locuiți?	În ce oraș, diferit de cel în care locuiți în prezent, v-ar plăcea cel mai mult să locuiți?	Ponderea ZUF din populația totală a țării	De ce preferați acest oraș?				
				Locuri de muncă	Calitatea vieții	Servicii educaționale	Asistență medicală specializată	Alt motiv
București	15,23%	14,46%	13,43%	4,24	4,18	4,04	4,13	3,08
Cluj-Napoca	11,37%	15,32%	2,34%	4,22	4,27	3,71	4,11	3,5
Timișoara	9,14%	11,88%	2,52%	4,29	4,49	4,11	3,94	2,32
Brașov	8,53%	11,53%	2,27%	3,8	4,42	3,56	3,74	4,25
Constanța	5,18%	3,96%	2,72%	3,37	4,22	2,82	3,39	4,71
Sibiu	4,06%	5,16%	1,34%	4	4,33	3,51	3,59	3,86
Iași	3,76%	4,30%	2,06%	4,09	4,53	3,97	3,46	2,75
Oradea	2,64%	2,24%	1,67%	4,35	4,92	3,79	4,3	3
Suceava	2,23%	1,89%	0,91%	2,89	3,71	2,83	3,17	3
Târgu Mureș	2,13%	1,56%	1,25%	3,8	3,3	3,3	2,85	3,78
Pitești	1,93%	2,41%	1,73%	3,68	3,83	3,05	3,37	2,5
Piatra Neamț	1,93%	1,72%	0,74%	3,63	4,28	3,19	3,7	3,75
Râmnicu Vâlcea	1,73%	1,90%	1,16%	2,88	4,06	3,24	3,24	4,4
Arad	1,62%	1,20%	1,48%	3,38	4	3,56	3,5	3,7
Galați	1,52%	0,34%	1,69%	2	3,73	2,87	3,33	X
Ploiești	1,52%	0,52%	2,52%	3,13	4,4	3,67	3,4	4
Baia Mare	1,32%	1,03%	1,07%	3,63	4,38	3,25	4,25	3,5
Craiova	1,32%	1,38%	1,89%	4	4,54	3	4,08	4,33
Miercurea Ciuc	1,02%	0,17%	0,49%	2,9	4	3,3	3,7	3,6
Târgu Jiu	1,02%	0,00%	0,72%	4,4	4	4,1	4,1	2,75
Târgoviște	0,91%	0,52%	1,05%	3,44	3,78	3,56	3,56	2,67
Bacău	0,91%	1,20%	1,14%	3,22	3,89	3,11	3,22	5
Alexandria	0,81%	0,34%	0,35%	3,75	3,88	3,13	3,88	2,75
Buzău	0,81%	0,69%	1,28%	4,2	4,8	3,8	3,8	5
Deva	0,81%	0,34%	0,79%	4,67	4,5	3,63	4,38	X
Reșița	0,81%	0,69%	0,40%	4	4,43	2,43	4,25	X
Brăila	0,81%	0,34%	0,98%	3,25	3,75	2,5	3,25	3
Focșani	0,71%	0,00%	0,86%	2,5	4,14	3,43	2,67	3
Giurgiu	0,71%	1,03%	0,40%	3,43	4,29	2,57	3,71	2
Slatina	0,71%	0,00%	0,66%	4,8	4,8	4,8	4,4	2
Botoșani	0,71%	0,34%	0,64%	3,29	4,14	2,71	4	4
Vaslui	0,61%	0,34%	0,40%	4,5	4,5	3,25	4,75	2
Alba Iulia	0,51%	0,17%	0,56%	2,25	3,5	3,4	2,5	3
Bistrița	0,51%	0,52%	0,63%	2,8	4,4	3,4	3,4	4,67
Satu Mare	0,51%	0,52%	0,97%	4,4	4	3,6	3,8	3,67
Sfântu Gheorghe	0,51%	0,86%	0,42%	3,2	4,8	2	3,2	X
Slobozia	0,41%	0,69%	0,40%	3,5	5	3	5	X
Zalău	0,41%	0,34%	0,45%	1,5	3	1,5	1,5	1
Drobeta-Turnu Severin	0,30%	0,00%	0,60%	3,33	4	3,67	3	X
Călărași	0,20%	0,00%	0,52%	2	2,5	2,5	1,5	4
Tulcea	0,20%	0,34%	0,47%	5	5	3	3	5

Sursa: 2017. Orașe-Magnet: Migrație și navetism în România, Washington, DC: Banca Mondială

Ce e important de notat este că zonele care exportă cel mai mult, nu sunt neapărat și cele mai atractive pentru oameni. De exemplu, județele Argeș și Arad se numără printre județele cu cele mai mari exporturi din țară, dar nu se numără printre cele mai atractive zone din țară. Acestea atrag un număr mare de navetiști, dar nu și de migranți definitivi. Pe de altă parte, județul Cluj este doar pe locul șapte la nivel național în ceea ce privește exporturile, dar pe primul loc în ceea ce privește numărul relativ de migranți atrași și în ceea ce privește ponderea celor care s-ar muta la Cluj.

Figura 22. Volumul comerțului extern pe județe, în 2016



Sursa: INS – TEMPO On-line

Un oraș sau o zonă metropolitană este asemenea unui organism viu. Iar entropia unui organism viu este să crească, să intre într-o perioadă de maturizare și ulterior să scadă și să facă loc altui organism viu. Ca atare, o zonă metropolitană care nu își poate susține creșterea într-un mod sustenabil, nu are un viitor foarte bun. În mod evident, un oraș nu poate să crească la infinit, dar nu ar trebui nici să rămână ancorat într-o viziune de conservare.

Din păcate, puține administrații locale în România au o viziune clară de creștere. Orașele cele mai dezvoltate și cele mai dinamice din țară deplâng lipsa forței de muncă, dar puține au o strategie clară pentru a atrage mai mulți oameni.

În cele ce urmează, vom discuta ce pot face administrațiile locale pentru a atrage mai mulți oameni.

Nevoia unei viziuni de creștere

CHICAGO

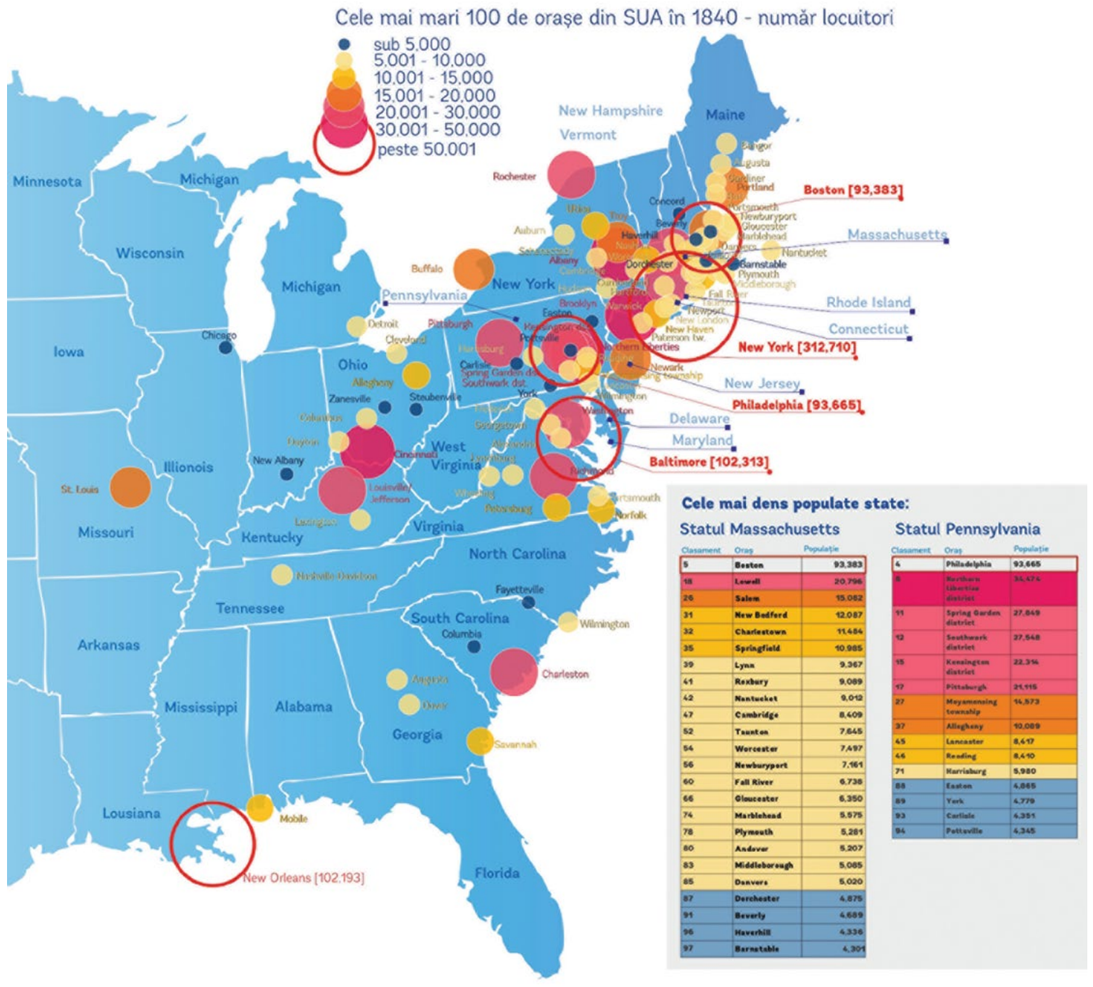
Daniel Burnham, autorul planului urban al orașului Chicago, încuraja planificatorii urbani să „***nu facă planuri mici***”, pentru că planurile mici „***nu animă imaginația oamenilor***”. Un plan ar trebui să fie mare și ambițios, pentru că un astfel de plan, chiar dacă va lua mulți ani să fie implementat, „***va dăinui tot timpul în mintea noastră***” – va fi o sămânță care va aștepta numai să primească apă pentru a putea crește. Daniel Burnham a trăit și gândit într-o perioadă când orașul Chicago era în plină expansiune și necesita câteva linii directoare pentru expansiunea sa.

În sine, povestea orașului Chicago e importantă pentru orice primar, pentru că arată câteva din ingredientele necesare dezvoltării urbane. În „Nature's Metropolis”, o carte ce a câștigat premiul Pulitzer, William Cronon face o trecere în revistă detaliată a modului în care Chicago a evoluat de la o mică așezare într-o zonă mlăștinoasă, la a doua metropolă a Statelor Unite. În 1840, Chicago era o localitate cu numai aproximativ 4.000 locuitori și numai pe locul 92 în ierarhia localităților din SUA (vedeți figura de mai jos). Până în 1870, populația orașului a crescut la aproximativ 300.000 locuitori (adică cât populația orașelor secundare cele mai mari din România de acum) și pe locul 5 în ierarhia orașelor din State. În 1900, adică 30 ani mai târziu, Chicago a ajuns la aproximativ 1,7 milioane locuitori și a urcat pe locul 2 în ierarhia orașelor din SUA. Până în 1930, populația orașului a crescut la 3,4 milioane locuitori.

Fiecare generație a adus o creștere exponențială a orașului Chicago, care, în mai puțin de 100 ani, a reușit să crească de aproximativ 850 ori. William Cronon consideră că unul din factorii cei mai importanți în creșterea orașului au fost ***boosterii*** – un fel de agenți imobiliari, care lucrau pentru proprietarii de terenuri din zonă. Aceștia erau în competiție cu alți ***boosteri*** care operau în orașe similare din zonă, precum St. Louis, Milwaukee, sau Green Bay. Chicago nu avea nici cea mai bună poziționare geografică (se află la extrema de sud a Lacului Michigan, ceea ce lungește mult transportul pe apă pe Mariile Lacuri, vital în acea perioadă), nici cele mai bune condiții pentru viitoare investiții (era într-o zonă mlăștinoasă, cu sol de slabă calitate și inundații frecvente). Orașe precum Milwaukee sau Green Bay aveau premise mult mai bune pentru o dezvoltare rapidă. Chicago a avut însă mai mulți promotori și mai buni susținători, reușind să fie una dintre destinațiile preferate pentru valurile de migranți din acea vreme.

Un alt factor care a contribuit la expansiunea orașului este tocmai viziunea de creștere de care vorbea Daniel Burnham. Orașul a avut un număr de vizionari, care au gândit la scară mare orașul lor. Inclusiv planul lui Burnham acoperea o zonă ce se extindea mult în afara zonei locuite efectiv în acel timp. Și chiar dacă planul lui Burnham nu a fost urmat întocmai (cum e cazul, de exemplu, pentru planul New York-ului sau planul Barcelonei), a dat tonul pentru dezvoltarea viitoare a orașului.

Figura 23. Cele mai mari orașe din SUA în 1840

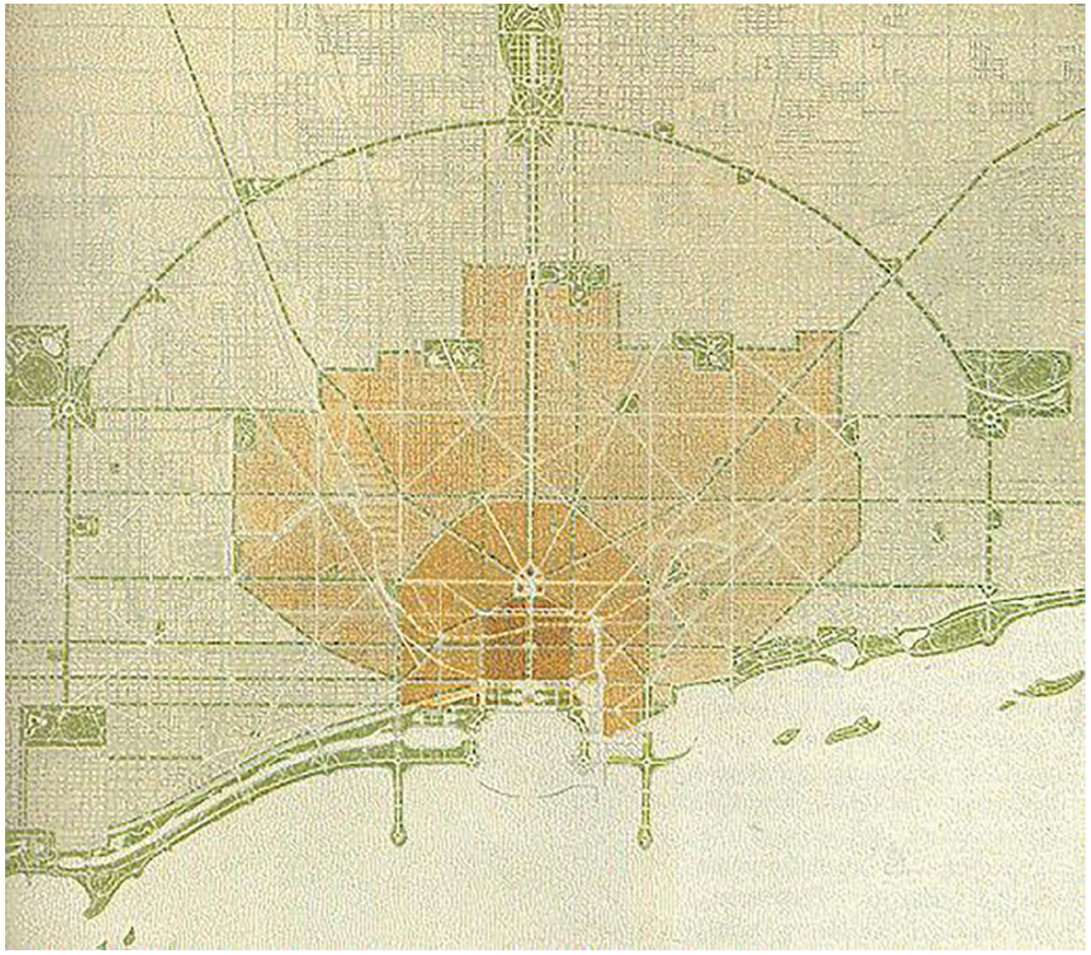


Clasament	Oraș	Populație
5	Boston	93,383
18	Lowell	20,796
26	Salem	15,082
31	New Bedford	12,087
32	Charlestown	11,484
35	Springfield	10,985
39	Lynn	9,367
41	Roxbury	9,089
42	Nantucket	9,012
47	Cambridge	8,409
52	Taunton	7,645
54	Worcester	7,497
56	Newburyport	7,161
60	Fall River	6,738
66	Gloucester	6,350
74	Marblehead	5,575
78	Plymouth	5,281
80	Andover	5,207
83	Middleborough	5,065
85	Danvers	5,020
87	Dorchester	4,875
91	Beverly	4,689
96	Haverhill	4,336
97	Barnstable	4,301

Clasament	Oraș	Populație
4	Philadelphia	93,665
8	Northern Liberties district	33,474
11	Spring Garden district	27,849
12	Southwark district	27,548
15	Kensington district	22,314
17	Pittsburgh	21,115
27	Moyamensing township	14,573
37	Allegheny	12,089
45	Lancaster	8,417
46	Reading	8,410
71	Harrisburg	5,980
88	Easton	4,865
89	York	4,779
93	Carlisle	4,351
94	Pottsville	4,345

Sursa: *www.biggestUScities.com*

Figura 24. Planul urbanistic al lui Daniel Burnham, pentru orașul Chicago (1909)



Sursa: Wikipedia

În cele ce urmează, vom discuta două lucruri care sunt necesare pentru înscrierea unui oraș pe o pantă de creștere:

1) prezența unui număr suficient de mare de **promotori** ai orașului;
2) un **plan ambițios**.

Nevoia promotorilor urbani

O localitate cu greu își poate susține creșterea dacă nici măcar cei care locuiesc acolo nu sunt convinși că vor să locuiască acolo.

Un oraș nu poate deveni „oraș magnet" dacă este promovat numai de către primar sau de către o mână de oameni – pentru acest lucru este nevoie de o masă critică. În primul rând, este important ca o bună parte din oamenii care locuiesc într-un oraș să fie mândri că locuiesc acolo. Mândria locală este un element cheie, pentru că locuitorii se transformă în agenți de promovare ai orașului. Bineînțeles, cu cât un oraș este mai mare, cu atât poate avea mai mulți promotori și cu atât mai mult îi cresc șansele să atragă și mai mulți oameni. Decizii importante, precum unde să investești, unde să mergi în vizită, unde să te muți, se iau pe baza unor relații interpersonale și pe baza emoției pe care o generează un anumit loc.

Pentru ca oamenii să fie atașați de un loc, câteva elemente sunt vitale. În primul și în primul rând, orașul trebuie să aibă o infrastructură urbană bine pusă la punct – așa cum nu ne place să locuim într-o locuință murdară cu vopsea ce se dezlipește de pe pereți, tot așa nu dorim să trăim într-un oraș care dă sentimentul de descompunere. În acest sens, **urbanismul și arhitectura de calitate sunt vitale**. Din păcate, urbanismul este o profesie în cvasi-letargie în România. Puțini primari au investit în urbanism de calitate și în urbaniști în ultimii ani. Puține concursuri de soluții au fost organizate, în ultimii 30 de ani de economie de piață, pentru regândirea unor spații publice cheie. Urbanismul de calitate nu este un moft – a devenit o absolută necesitate, iar primarii care nu știu să investească în urbanism de calitate, riscă să transforme cetățenii lor în adversari în loc de aliați.

Un oraș frumos nu este de ajuns, însă, pentru a încuraja mândria locală. Oamenii doresc să simtă că joacă și ei un rol în dezvoltarea orașului în care locuiesc. Dacă toate deciziile majore privind dezvoltarea orașului sunt luate de o mână de oameni, cetățenii de rând nu se vor implica în viitorul acelui oraș. Atunci când oamenii sunt implicați în procesul de planificare a orașului, ei se transformă din cetățeni latenți în **cetățeni activi**.

Un alt factor ce contribuie mult la atașamentul local este **competiția cu alte orașe** și poziția efectivă sau relativă a orașului în ierarhia competițională. O echipă de fotbal cu o poziționare bună în clasamentul național sau regional va crește atașamentul oamenilor față de acel loc. Un oraș care este considerat ca fiind cel mai „smart", cel mai „cool", sau cu cea mai bună administrație, poate, de asemenea, să genereze mândrie la nivel local și să mobilizeze cetățenii în promovarea sa. Diferite orașe au performanțe bune în diferite domenii – trebuie doar să știe cum să promoveze aceste performanțe.

Nevoia unui plan ambițios

Așa cum spunea și Daniel Burnham, oamenii nu se vor ralia niciodată în jurul unui plan mic sau în jurul unei viziuni modeste. Oamenii vor să fie inspirați și au nevoie de idei mari pentru acest lucru. Master Planul General de Transport al României, de exemplu, a reușit să coaguleze energii și pasiuni în jurul unor proiecte importante – Autostrada Moldovei, Autostrada Pitești-Sibiu sau Autostrada Transilvania. La fel, la nivel local, oamenii au nevoie de o viziune de creștere mare – au nevoie de un plan ambițios care să le anime imaginația.

Având în spate moștenirea planificării centralizate din timpul comunismului, planificarea urbană și regională și-a pierdut din lustru. Specialiștii români au încetat să planifice pentru că acest lucru era considerat, în mod eronat, ca fiind un instrument de sorginte comunistă. Ca atare, planurile și strategiile elaborate în anii de tranziție arareori propun intervenții ambițioase. Majoritatea PUG-urilor elaborate în ultimii ani rar propun ceva mai ambițios decât un nou drum de centură. Nu se fac planuri care să dea direcția de dezvoltare a unei zone metropolitane pentru următoarea sută de ani.

SAN FRANCISCO

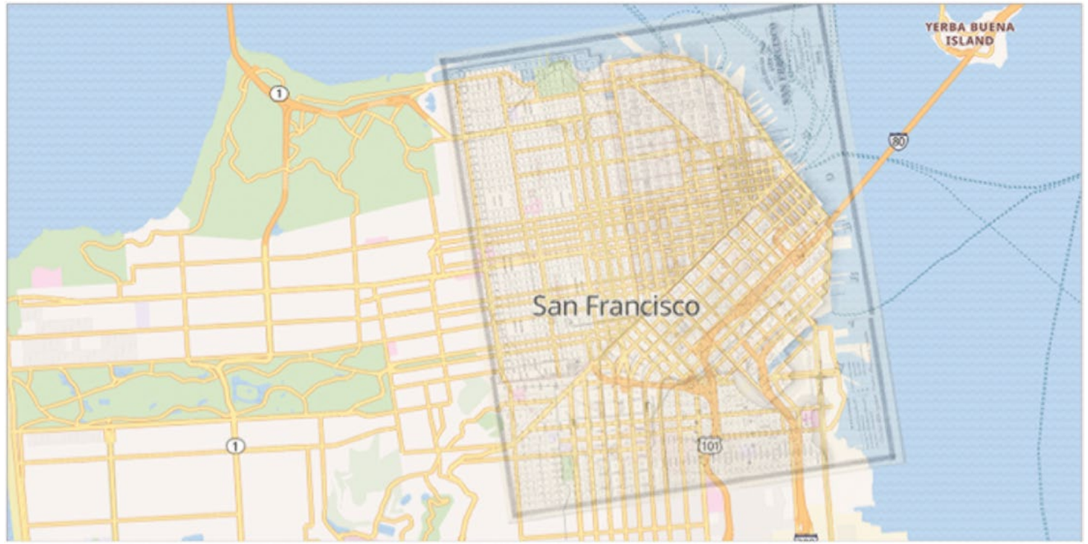
Unul din motivele importante pentru care genul acesta de planificare ambițioasă nu se mai întâmplă este multitudinea de factori ce trebuie luați în considerare acum, multitudinea de actori ce trebuie implicați în procesul de planificare și multitudinea de analize ce sunt acum considerate esențiale. De exemplu, planul pentru extensia orașului San Francisco (vedeți imaginea de mai jos) a fost elaborat de oameni care nici măcar nu au vizitat zona pentru care au făcut planul. Au propus ca atare un sistem de cvartale fără să aibă idee de topografia destul de variată a zonei. Ca atare, trama stradală urcă în unele zone direct pe deal, în unele locuri la un unghi de 31,5%.

Figura 25. Planul orașului San Francisco din 1852



Sursa: davidrumsey.georeferencer.com

Figura 26. Cum arată planul din 1852 al orașului San Francisco, suprapus peste harta actuală a orașului



Sursa: davidrumsey.georeferencer.com

Figura 27. Străzile în pantă din San Francisco, implementate după vechiul plan al orașului



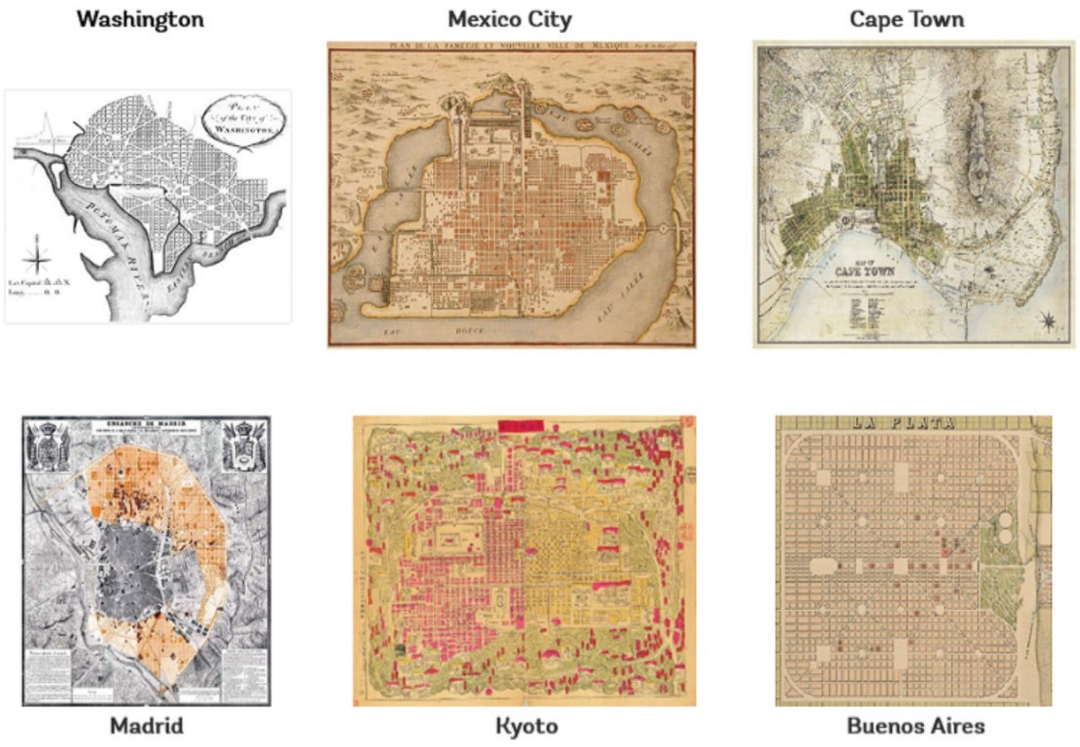
Sursa: Wikipedia

Astăzi, aceste străzi din San Francisco care urcă direct pe deal, sunt parte a șarmului orașului. Ele nu mai sunt însă posibile în era digitală când fiecare petic de pământ poate fi studiat din confortul unui birou.

Gândirea unei trame stradale ambițioase, și eventual a unei rețele feroviare, care să ofere scheletul pentru o viitoare posibilă dezvoltare a unei zone metropolitane, este vitală pentru un oraș dinamic. Aproape că nu există plan cu o propunere de extindere a tramei stradale, care de-a lungul timpului să nu fi fost implementat. Planul nu este întotdeauna implementat în întregime, dar o idee de dezvoltare, odată pusă pe hârtie, prinde propria viață.

În imaginea de mai jos vedeți câteva planuri urbanistice istorice pentru unele din metropolele importante ale lumii. Dacă veți căuta imagini cu trama stradală actuală a acestor metropole, veți vedea că acestea urmează într-o mare măsură structura inițială. Frumusețea unui plan ambițios este că aproape întotdeauna este pus în practică – chiar dacă nu în forma sa inițială, și chiar dacă durează mult timp până scheletul propus în plan este umplut.

Figura 28. Planuri urbane istorice ce au dat direcția de dezvoltare a unor mari orașe



NEW YORK

Unul din cele mai faimoase planuri este cel elaborat în 1807 pentru orașul New York (imaginea din Figura 29). Primele străzi ale New York-ului au fost construite de imigranți olandezi, în vârful Insulei Manhattan, într-o locație cunoscută la acea vreme ca New Amsterdam. Când britanicii au preluat administrarea Insulei Manhattan de la olandezi, au rebotezat orașul New York, au extins trama stradală (zona roșie din figura din dreapta de mai jos) și în perioada 1807-1811 au elaborat un plan pentru toată insula.

Planul finalizat în 1811 continuă să dicteze dezvoltarea New York-ului și în ziua de azi. Cu câteva excepții (de exemplu, introducerea Parcului Central în mijlocul Insulei Manhattan), Planul a fost urmat întocmai de-a lungul anilor.

Liderii New York-ului din 1811 au avut viziunea să gândească și să propună un plan care a ghidat dezvoltarea orașului două secole mai târziu.

O altă trăsătură a Planului din 1811 este reziliența tramei stradale odată ce a fost construită. Broadway, singura arteră ce nu urmează sistemul de cvartale în New York (reprezentată în roșu în figura de jos-dreapta) era artera folosită de indienii ce locuiau pe insulă înainte de venirea europenilor. Traseul mai ondulat al arterei Broadway se datorează topografiei mult mai variate a insulei pe vremea când a fost planificată. Manhattan avea pe atunci multe dealuri, care, după elaborarea Planului din 1811, au fost nivelate, iar pământul și roca excavate au fost folosite pentru a umple mlaștini și pentru a extinde zona locuibilă a insulei. Broadway a dăinuit și a reușit să supraviețuiască și sistematizării propuse în Planul din 1811. Acum este strada definitorie a New York-ului și adaugă mult la șarmul orașului. Ea este însă și un testament viu că o stradă odată trasată, cu greu mai poate fi schimbată.

Probleme apar când străzile sunt construite pentru a rezolva o situație punctuală, de accesibilitate locală, fără a lua în considerare sistemul de transport local/metropolitan în ansamblul său. Acesta este modul în care s-au dezvoltat mai toate orașele românești după 1989.

De exemplu, chiar dacă Bucureștiul a fost sistematizat în perioada comunistă, cu un număr de artere mari și centuri urbane, în ultimii ani s-a dezvoltat într-un mod ad-hoc (vedeți un exemplu în imaginea de mai jos). La capetele arterelor de trafic majore, s-a construit în ultimii ani un sistem de străzi mici, care funcționează ca un fel de dop pentru trafic. În lipsa unor artere majore adiționale, tot traficul de pe aceste străzi capilare converge către arterele deja existente, blocând traficul în mare parte a zilei. Bucureștiul a ajuns astfel să fie orașul cu cel mai aglomerat trafic din Europa, depășind metropole precum Moscova, Paris, Roma, Bruxelles, sau Atena.

Figura 29. Trama stradală în New Amsterdam (stânga) și Planul Urbanistic pentru dezvoltarea Orașului New York (dreapta)

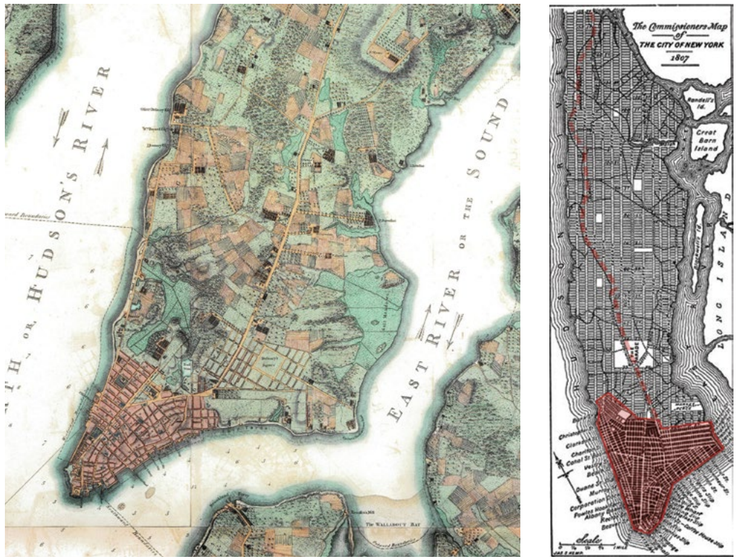
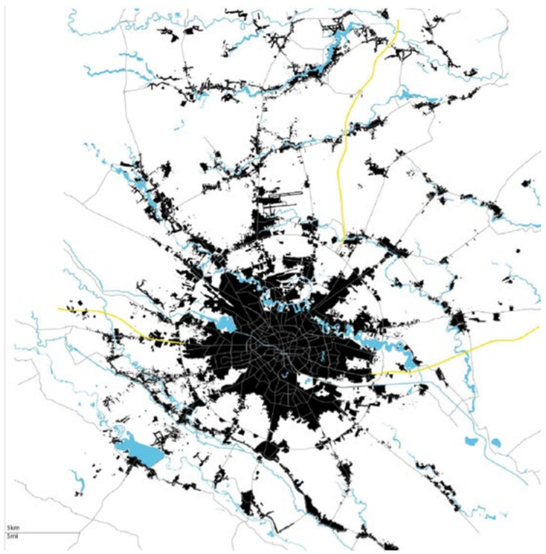


Figura 30. Structura compactă a Bucureșiului cu adițiile neplanificate de după 1989



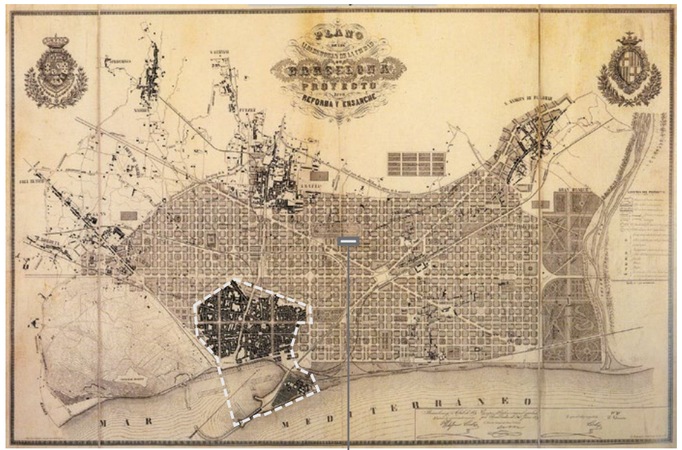
Sursa: Banca Mondială. 2013. Consolidarea capacității de planificare spațială – precondiție pentru dezvoltare urbană sustenabilă. [Raport pregătit pentru Ministerul Dezvoltării Regionale și Turismului]

BARCELONA

Prin comparație, Barcelona, care are o populație de 3,9 milioane locuitori la nivelul zonei metorpolitane și primește anual peste 20 milioane turiști (de 6,5 ori mai mult decât Bucureștiul), are probleme de trafic mult mai mici decât Bucureștiul. Barcelona are avantajul că dezvoltarea urbană a orașului și a zonei metropolitane este direcționată de Planul Urbanistic elaborat de Ildefons Cerda în 1859. Planul, inclus în imaginea de mai jos, a propus o sistematizare a tramei stradale în jurul orașului vechi și cu extensii în zona metropolitană, ajungând până la mai multe localități din jur.

Cu câteva excepții, Planul lui Ildefons Cerda a fost urmat până în ziua de azi, iar Barcelona se bucură de o tramă stradală ce înlesnește traficul în oraș și care a permis o extensie eficientă a utilităților și a sistemului de transport public. Forța acestui plan devine evidentă dacă studiem cazul uneia din cele mai emblematice clădiri ale Barcelonei – Catedrala Sagrada Familia.

Figura 31. Planul lui Ildefons Cerda din 1859



Sursa: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/8/89/PlaCerda1859b.jpg

Figura 32. Imagine istorică: Zona din jurul Catedralei Sagrada Familia, în momentul în care a început construcția acesteia



Sursa:https://ro.pinterest.com/explore/sagrada-familia-history-915626176895/?lp=true

Construcția catedralei a fost începută în 1882, în plin câmp – adică într-o zonă ne-urbanizată din zona metropolitană a Barcelonei. Pornită cu fonduri private de către Josep Maria Bocabella, catedrala a fost localizată într-o zonă ieftină din periferia orașului. Chiar dacă construcția catedralei a început în plin câmp, locația catedralei a fost foarte precisă – într-unul din cvartalele din Planul lui Ildefons Cerda.

Catedrala încă nu a fost finalizată (se anticipează că va fi gata în 2026, la 100 ani de la moartea arhitectului ei, Antoni Gaudi), însă spațiul urban din jurul catedralei a fost deja umplut de mulți ani. Mai mult, acest spațiu urban a fost umplut într-un mod ordonat, cu o extensie eficientă și facilă a infrastructurii urbane necesară pentru funcționalizarea zonei. Practic, după 150 ani de la elaborarea sa, Planul lui Ildefons Cerda continuă să aducă multiple beneficii Barcelonei.

Figura 33. Cum arată Barcelona acum



Sursa: Google Earth

Figura 34. Cum arată zona din jurul Sagradei Familia

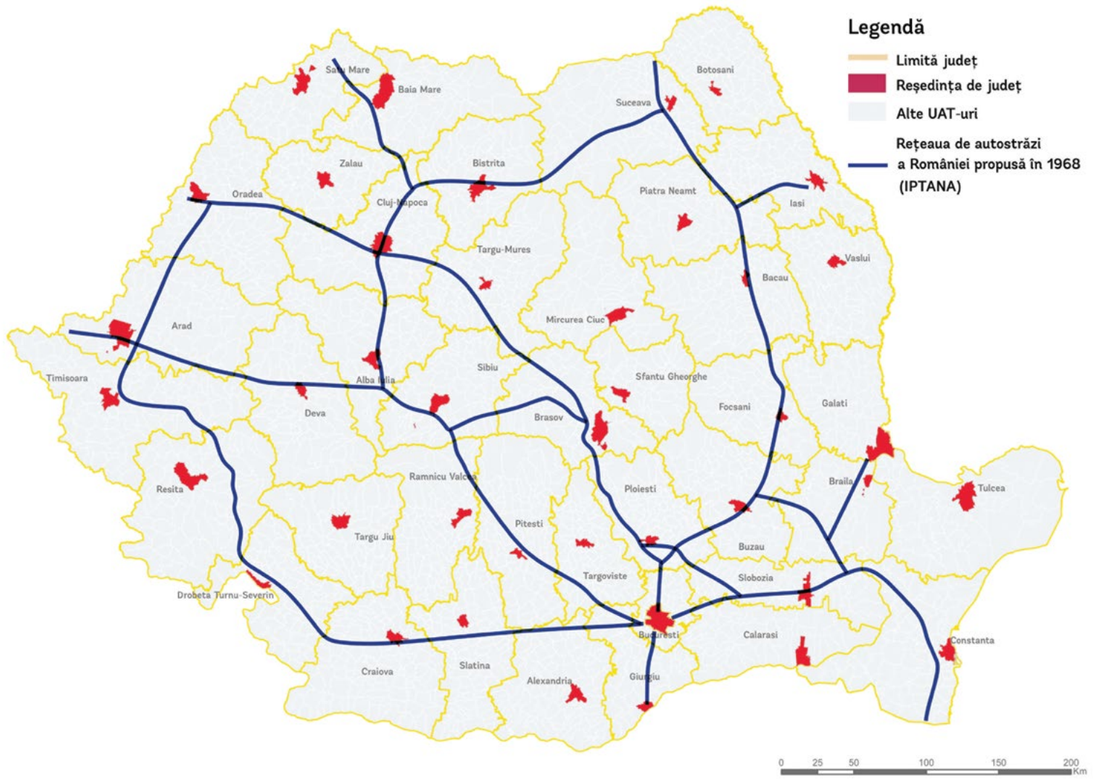


Sursa: http://www.archdaily.com/639498/12-stunning-aerial-photos-taken-with-a-drone/556f0fdae58eceec91000273-12-stunning-aerial-photos-taken-with-a-drone-photo

Tipul acesta de viziune ambițioasă este necesar și pentru principalele zone urbane din România.

O tramă stradală pentru extinderea zonei metropolitane nu trebuie să fie neapărat un document normativ. Ajunge să existe un masterplan metropolitan care să ghideze elaborarea PUG-urilor individuale. De exemplu, rețeaua de autostrăzi propusă în Master Planul General de Transport urmează, în mare parte, o propunere făcută de IPTANA (Institutul de Proiectări pentru Transporturi Auto, Navale și Aeriene) în 1968-1969 (vedeți harta următoare).

Figura 35. Rețeaua de autostrăzi a României propusă în 1968



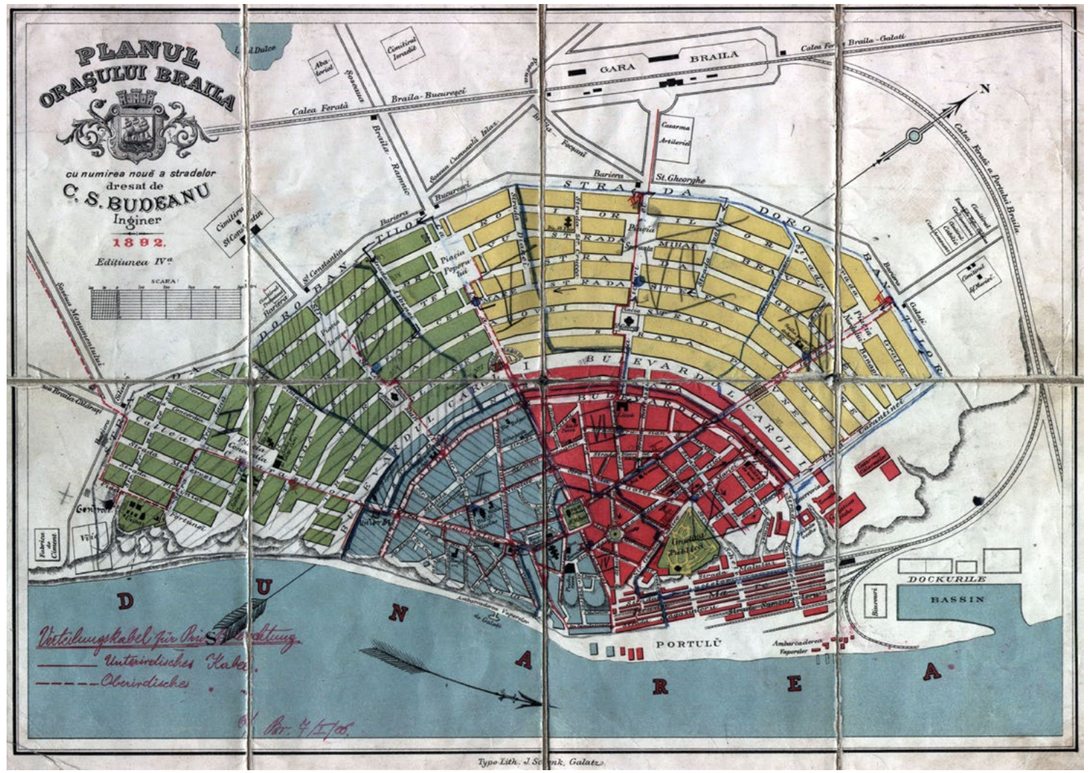
Sursa: IPTANA

România, în ciuda urbanizării târzii și forțate, are totuși o istorie în domeniul planificării urbane.

Generalul Pavel Kiseleff, după care sunt numite multe străzi în România (inclusiv una din cele mai importante artere din București, gândită de el), a fost plenipotențiar (un guvernator de facto) al divanurilor Țării Românești și Moldovei, între 1829 și 1834, în timpul administrației militare ruse. El a fost unul din marii reformatori ai Rusiei și unul dintre cei mai importanți cataliști pentru reformarea Țării Românești și a Moldovei, jucând un rol crucial în reorganizarea administrativă a celor două principate și în elaborarea Regulamentelor Organice – primele Constituții din istoria celor două principate române.

Mai puțin cunoscut este faptul că Kiseleff a comandat elaborarea unor planuri urbanistice pentru mai multe orașe de-a lungul Dunării – mai exact ***„un model complet de o bună organizare a orașului, în toate privirile”***. Au fost astfel întocmite planuri pentru sistematizarea orașelor ***„cu o regulată împărțire a stradelor, a piețelor și cu fixarea locurilor pentru porturi”***. Cel mai faimos plan de sistematizare este cel pregătit pentru Brăila, în 1834, de către baronul Borroczyn, la ordinul lui Kiseleff. Acel plan a ghidat dezvoltarea Brăilei de-a lungul anilor, inclusiv în prezent.

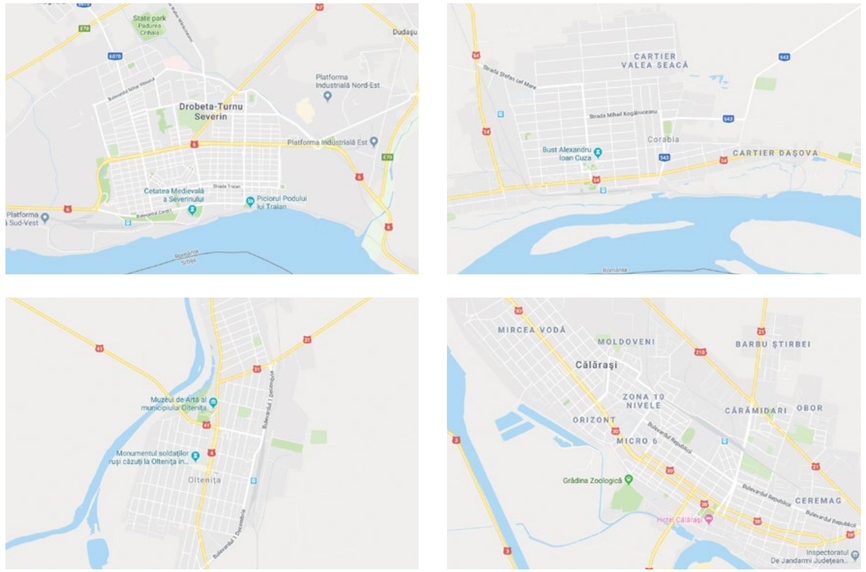
Figura 36. Planul Brăilei din 1892, după modelul promovat de Kiseleff



Sursa: Wikipedia

Mai multe orașe dunărene, însă, poartă amprenta lui Kiseleff. Hărțile de mai jos sunt evocatoare din acest punct de vedere. Un efort de planificare de asemenea amploare nu este la fel de ușor de implementat în ziua de azi, dar nu este nici imposibil – trebuie doar identificate instrumentele de planificare cele mai adecvate și inițiat un dialog cu actorii relevanți.

Figura 37. Orașe dunărene pentru care a fost elaborat plan de sistematizare pe vremea lui Kiseleff



Sursa: Google Maps

De asemenea, avantajele unui plan de sistematizare trebuie să fie clar explicate. De exemplu, valoarea terenurilor pentru care un asemenea plan a fost elaborat crește automat. Mai mult, autoritățile locale pot alege să nu emită autorizații de construcții pentru zone fără un plan de sistematizare, sau mai exact un Plan Urbanistic Zonal (PUZ).

Un capitol separat va prezenta câteva idei privind modul în care poate fi gândită / elaborată trama stradală metropolitană.

De unde pot metropolele românești **SĂ ATRAGĂ OAMENI**

Un plan ambițios și un număr mare de promotori nu înseamnă neapărat că zona metropolitană va și reuși să atragă oameni mai mulți. Orașe precum Chicago au crescut într-o perioadă în care fertilitatea era foarte ridicată (în medie, o femeie din SUA năștea, la mijlocul secolului al 19-lea, aproximativ 7 copii) și mortalitatea infantilă era în scădere. Mai mult, milioane de migranți ajungeau și continuă să ajungă în SUA în fiecare an. România se dezvoltă acum într-un context cu fertilitate foarte scăzută, spor natural negativ și migrație externă masivă.

Tabel 11. Număr de migranți atrași de SUA din 1850 în 2016

An	Număr de migranți
1850	2,244,600
1860	4,138,700
1870	5,567,200
1880	6,679,900
1890	9,249,500
1900	10,341,300
1910	13,515,900
1920	13,920,700
1930	14,204,100
1940	11,594,900
1950	10,347,400
1960	9,738,100
1970	9,619,300
1980	14,079,900
1990	19,767,300
2000	31,107,900
2010	39,955,900
2011	40,377,900
2012	40,824,700
2013	41,348,100
2014	42,391,800
2015	43,290,400
2016	43,739,300

Sursa: Migration Policy Institute

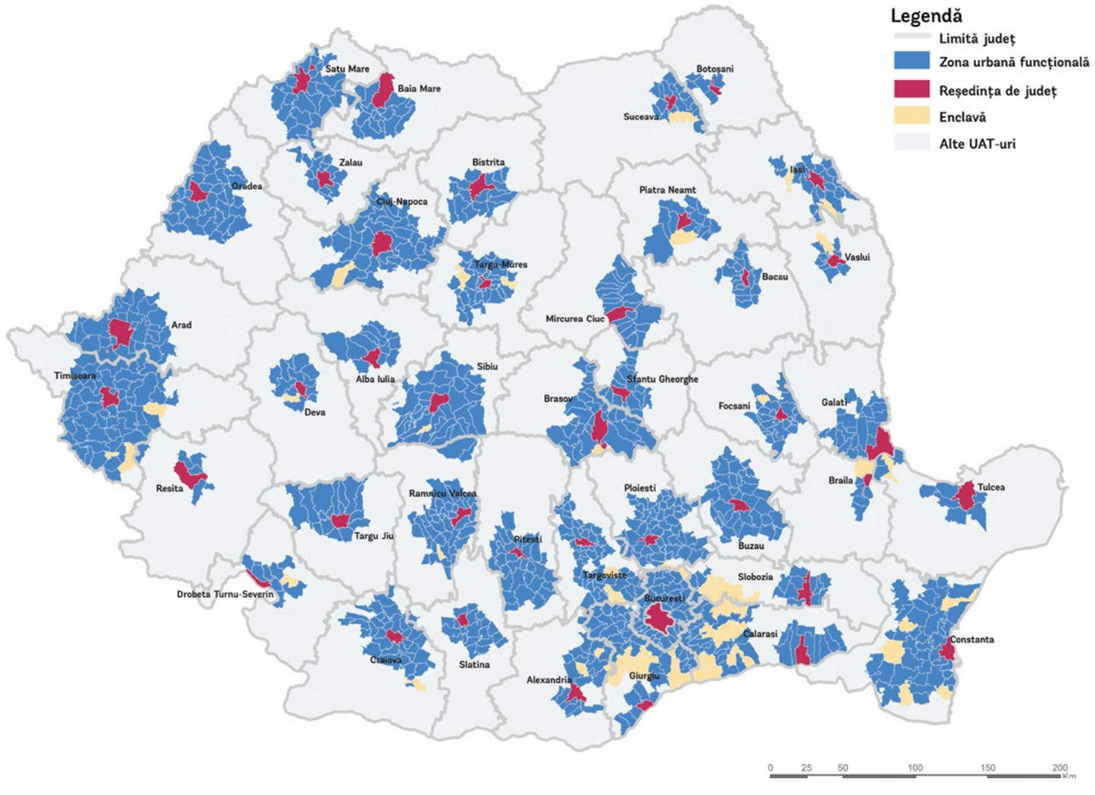
Chiar dacă populația României este în scădere, nu înseamnă că zonele urbane dinamice nu pot să atragă oameni. România continuă să aibă un grad de urbanizare scăzut și, pe măsură ce țara se va dezvolta, orașele cele mai dinamice din România vor oferi alternative la emigrare. De altfel, zonele din jurul marilor orașe, precum București sau Cluj-Napoca, au fost mult mai puțin afectate de migrația externă decât zonele rurale, aflate la mare depărtare de orașe mari (de exemplu, zona Moldovei, sau nordul țării).

În raportul „Orașe Magnet", Banca Mondială a estimat potențialul de a atrage oameni pentru fiecare reședință de județ din România și pentru București. Punctul de plecare în această analiză a fost stabilirea zonei urbane funcționale pentru fiecare din aceste orașe. Pentru stabilirea zonelor urbane funcționale s-a folosit o metodologie a OECD-CE, unde s-a luat în calcul nivelul de navetism pentru toate localitățile limitrofe unui municipiu reședință de județ.

O zonă urbană funcțională este formată dintr-un municipiu plus localitățile limitrofe de unde cel puțin 15% din forța de muncă face naveta către respectivul centru urban.

Astfel, o persoană care trăiește în Popești Leordeni este parte a zonei urbane funcționale București, o persoană care trăiește în Florești este parte a zonei urbane funcționale a Clujului, o persoană din Ghiroda este parte a zonei urbane funcționale a Timișoarei. Harta de mai jos include aceste zone urbane funcționale.

Figura 38. Zonele urbane funcționale ale Bucureștiului și ale reședințelor de județ



Sursa: 2017. Orașe-Magnet: Migrație și navetism în România, Washington, DC: Banca Mondială

În mod normal, populația unei zone urbane trebuie gândită la acest nivel, nu strict după granițele administrative ale municipiului. O persoană care trăiește într-o localitate limitrofă, dar lucrează, studiază sau beneficiază de servicii / utilități oferite de municipiul din apropiere este parte a acelei zone urbane funcționale. Mergând pe acest criteriu, tabelul de mai jos arată care este populația efectivă în municipiu (măsurată la recensământul din 2011) și populația din zona urbană funcțională. Folosind această măsură, vedem că aceste zone urbane au cu 4,5 milioane mai mulți locuitori decât municipiile per se – mai exact 11,6 milioane față de 7,1 milioane.

Tabel 12. Populația pentru o selecție de zone urbane funcționale din România

	Municipiu	ZUF
București	1,883,425	2,703,015
Constanța	283,872	546,900
Timișoara	319,279	508,037
Ploiești	209,945	506,213
Cluj-Napoca	324,576	470,939
Brașov	253,200	455,830
Iași	290,422	414,869
Craiova	269,506	380,641
Pitești	155,383	348,981
Galați	249,432	339,408
Oradea	196,367	336,538
Arad	159,074	296,981
Sibiu	147,245	270,064
Buzău	115,494	258,137
Târgu Mureș	134,290	251,523
Râmnicu Vâlcea	98,776	233,497
Bacău	144,307	228,656
Baia Mare	123,738	215,129
Târgoviște	79,610	210,410
Brăila	180,302	196,818
Satu Mare	102,411	195,584
Suceava	92,121	182,955
Focșani	79,315	172,530
Deva	61,123	158,650
Piatra Neamț	85,055	148,011
Târgu Jiu	82,504	144,618
Slatina	70,293	132,789
Botoșani	106,847	129,276
Bistrița	75,076	126,860
Drobeta Turnu Severin	92,617	120,762
Alba Iulia	63,536	113,461
Călărași	65,181	104,323
Miercurea Ciuc	38,966	97,627
Tulcea	73,707	94,092
Zalău	56,202	90,073
Sfântu Gheorghe	56,006	84,341
Reșița	73,282	81,091
Giurgiu	61,353	80,932
Vaslui	55,407	80,861
Slobozia	45,891	80,570
Alexandria	45,434	70,409

Sursa: 2017. Orașe-Magnet: Migrație și navetism în România, Washington, DC: Banca Mondială

Simplul fapt că cel puțin

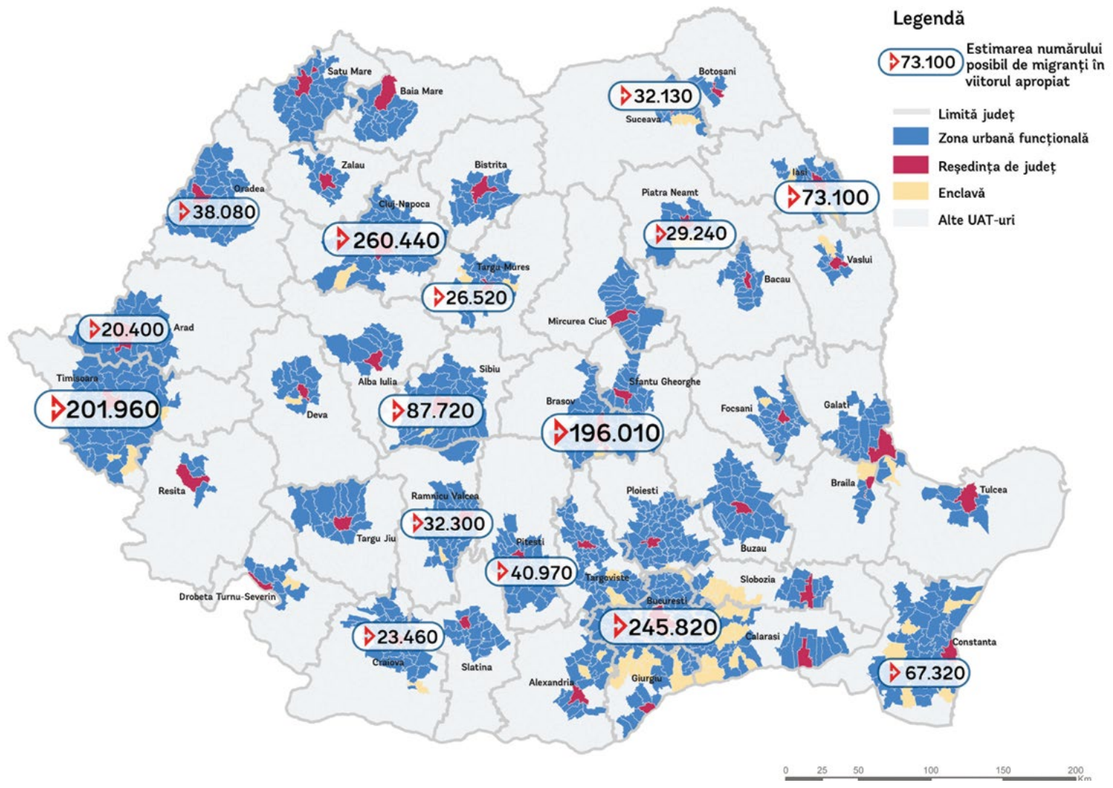
22,5% **din populația țării trăiește într-o zonă suburbană sau peri-urbană justifică în sine elaborarea unei politici clare de dezvoltare metropolitană.**

Mai mult, Banca Mondială a efectuat un sondaj la nivel național pentru a determina înclinația oamenilor de a migra către unul din orașele mai dinamice ale țării (un sondaj similar a fost ulterior realizat de Revista Sinteza, cu rezultate apropiate).

3,6 milioane de români au indicat că iau în considerare o mutare în următorii 5 ani.

Dintre aceștia, 2,4 milioane consideră o mutare în România, iar **1,71 milioane ar dori să se mute într-un oraș din România**. Tabelul de mai jos include principalele orașe unde acești 1,71 milioane ar dori să se mute. Măsura în care aceste orașe vor reuși să atragă acești oameni ține atât de administrația locală, cât și de multitudinea de actori locali și de cetățenii din aceste orașe. Întărirea magnetismului unui oraș este inerent o muncă de echipă.

Figura 39. Estimarea numărului posibil de migranți în viitorul apropiat



Sursa: Banca Mondială

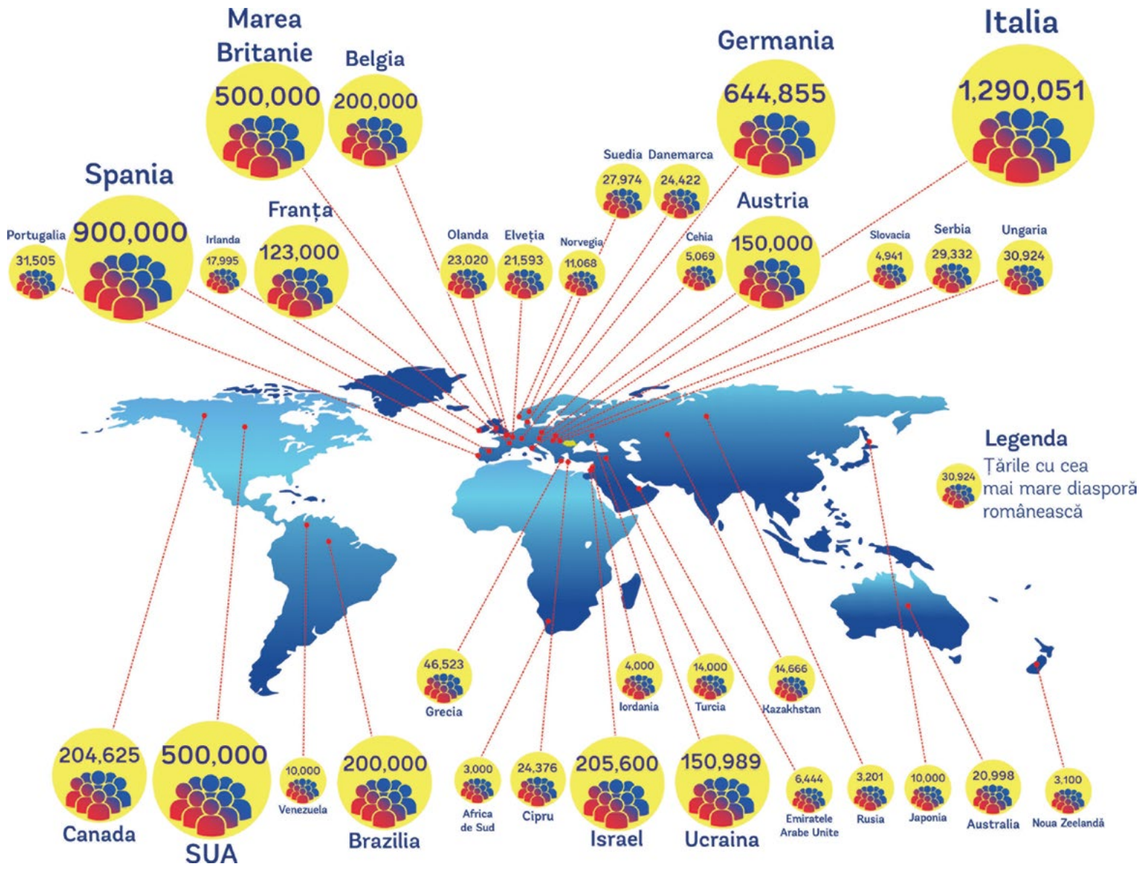
Pe lângă potențialii migranți ce pot fi atrași de la nivel național, administrațiile locale ar trebui să ia în considerare încă două surse de migrație: 1) diaspora românească; 2) migranți din alte țări.

Conform estimărilor Ministerului Afacerilor Externe, peste

5 milioane de români trăiesc în afara granițelor țării – un număr foarte mare de oameni. Acești oameni au în mare parte pregătire profesională bună, capital acumulat și conexiuni făcute în țările lor adoptive.

Bună parte dintre acești oameni vor fi greu de convins să se întoarcă acasă fără a li se oferi un standard de viață care măcar să se apropie de cel din Vest. Liga Studenților Români din Străinătate a realizat mai multe chestionare în rândul studenților români care studiază peste hotare, pentru a determina în ce condiții aceștia s-ar întoarce acasă. Rezultatele acestor chestionare sunt surprinzătoare – bună parte dintre respondenți ar fi dispuși să vină înapoi în țară pe salarii mai mici decât în țările lor adoptive, atât timp cât vor găsi în România un standard de viață similar cu cel din Vest și un sistem de reguli care nu se schimbă de la o zi la alta.

Figura 40. Țările cu cea mai mare diasporă românească



Sursa: MAE și Wikipedia

În măsura în care România își va continua dezvoltarea din ultimii ani, orașele cele mai dezvoltare din țară pot deveni destinații de migrație-înapoi pentru cei din diaspora.

Anticipând o astfel de mișcare, este important ca orașele mari să încerce să atragă consulate din țările ce găzduiesc o populație mare de români. Cel puțin la nivelul polilor de creștere ar trebui să existe câte un consulat pentru următoarele țări:

- Italia
- Spania
- Germania
- SUA
- Marea Britanie

România va deveni atractivă pentru alți cetățeni, de asemenea. Multe companii aduc deja forță de muncă adițională din țări precum Vietnam sau China, pentru a compensa lipsa de forță de muncă la nivel local. Tabelul de mai jos arată de unde vin cei mai mulți migranți din România. Aceste țări vor fi foarte probabil sursa pentru viitori migranți în anii ce urmează. Merită, de asemenea, văzut de unde atrag migranți țările mai dezvoltate din jurul nostru. De exemplu, Polonia și Cehia au atras un număr mare de ucrainieni, mergând pe afinitățile culturale și limba similară. Ungaria a atras un număr mare de sârbi. Polonia a atras un număr mare de bieloruși și lituanieni, mergând tot pe afinitățile culturale și istoria comună. Cehia a atras un număr mare de vietnamezi și ruși.

Tabel 13. De unde atrag țări din Europa de Est migranți

	România		Polonia	Cehia	Ungaria	Slovacia
Populație totală	19,644,350		38,135,876	10,578,820	9,797,561	5,435,343
Populație născută în altă țară	421,801		453,248	465,056	513,649	186,217
... din care, în:						
Moldova	161,846		386	8,254	250	152
Italia	56,515		8,958	4,006	5,585	3,379
Spania	42,165		3,136	1,147	2,250	1,101
Ucraina	16,729		134,228	110,337	55,836	10,738
Marea Britanie	15,346		16,254	5,327	11,157	7,160
Germania	15,121		62,873	16,827	32,410	5,387
Franța	12,589		25,024	3,219	4,422	2,996
Bulgaria	10,646		2,621	11,204	1,402	2,453
Ungaria	8,184		1,204	1,393	-	16,585
Turcia	7,986		571	2,193	2,513	365
Grecia	6,494		2,406	898	1,310	557
Rusia	6,063		9,913	36,218	4,061	2,925
China	5,068		472	5,404	17,460	1,187
SUA	4,428		9,032	7,650	8,358	2,376
Siria	3,492		670	1,235	2,015	263
Israel	2,936		341	670	1,669	218
Belarus	101		35,315	4,502	215	234
Lithuania	82		33,604	662	232	173
Vietnam	225		2,780	46,631	3,563	2,228
Kazakhstan	234		3,400	7,798	641	268
Serbia	2,296		228	2,038	41,978	2,170
Austria	1,934		2,684	2,738	10,339	4,014

Sursa: EuroStat

Ce se remarcă în cazul României este numărul relativ mare de migranți ce vin din țări dezvoltate din UE, precum Italia, Spania, Germania, sau Franța. Nu este clar, însă, câți dintre acești migranți sunt români care au obținut cetățenie în aceste țări adoptive și s-au întors acasă.

Nevoia oportunităților pentru a face metropolele românești mai atractive

Oricât de vizionară, ambițioasă și pro-activă ar fi o administrație locală, nu va putea să atragă oameni dacă nu le oferă un motiv clar pentru a se muta. În cele mai multe cazuri acest motiv este un loc de muncă bine plătit.

Așa cum a arătat și analiza „Orașe Magnet" a Băncii Mondiale,

un avantaj aparte îl au orașele universitare cu tradiție, precum București, Cluj-Napoca, Timișoara și Iași.

Aceste orașe reușesc, pe de o parte, să atragă oameni tineri și bine pregătiți în oraș (un avantaj comparativ cheie în contextul declinului demografic din țară și al îmbătrânirii populației), iar, pe de altă parte, reușesc să atragă firme cu valoare adăugată mare, care doresc să angajeze absolvenții universitari din zonă. În măsura în care aceste firme vin într-un număr suficient de mare și creează suficient de multe locuri de muncă bine plătite, absolvenții universitari pot fi ținuți în acel loc, iar oameni din alte orașe pot fi atrași.

Tabelul de mai jos include județele cu cea mai mare pondere a salariaților care câștigă salarii mari, în context național (peste 700 euro net/lună). Acestea sunt județele ce vor exercita probabil și cea mai mare forță gravitațională pe viitor, fiind cele mai atractive pentru cei care caută un loc de muncă.

Tabel 14. Ponderea angajaților cu salarii mari (peste 700 euro net/lună), în anul 2016

Județ/Municipiu	% angajați cu salariul peste 700 euro	% angajați cu salariul peste 1000 euro
Bucuresti	11,9	16,2
Cluj	10,9	11,2
Ilfov	9,7	11,1
Timis	9,3	9,6
Sibiu	10,1	8,0
Brasov	9,2	7,1
Iasi	8,6	6,1
Prahova	7,1	5,2
Mures	8,6	4,8
Constanta	7,7	4,7
Arad	6,3	4,5
Arges	10,5	3,8
Giurgiu	6,0	3,8

Județ/Municipiu	% angajați cu salariul peste 700 euro	% angajați cu salariul peste 1000 euro
Dolj	9,5	3,7
Galati	7,3	3,5
Botosani	6,8	3,4
Alba	6,4	3,3
Tulcea	9,0	3,3
Bihor	6,5	3,2
Satu Mare	6,1	3,2
Bacau	6,4	3,1
Mehedinti	7,7	3,1
Salaj	6,4	3,1
Buzau	6,0	3,0
Teleorman	6,5	3,0
Covasna	6,4	3,0
Olt	7,2	2,8
Calarasi	6,4	2,8
Dambovita	6,0	2,7
Neamt	6,2	2,7
Ialomita	5,9	2,7
Valcea	6,1	2,6
Braila	5,9	2,6
Caras-Severin	5,4	2,6
Vaslui	6,0	2,6
Bistrita-Nasaud	5,7	2,5
Maramures	4,9	2,4
Harghita	**5,4**	**2,4**
Vrancea	**5,6**	**2,4**
Suceava	**5,5**	**2,3**
Hunedoara	**5,6**	**2,2**
Gorj	**6,4**	**2,1**

Sursa: PIAROM

Un studiu al PIAROM din anul 2018 a evidențiat faptul că

ponderea salariaților care primesc peste 1.000 euro net/lună este de 16,2% în București, 11,2% în Cluj, 11,1% în Ilfov, 9,6% în Timiș, 8% în Sibiu și 7,1% în Brașov.

La polul opus,

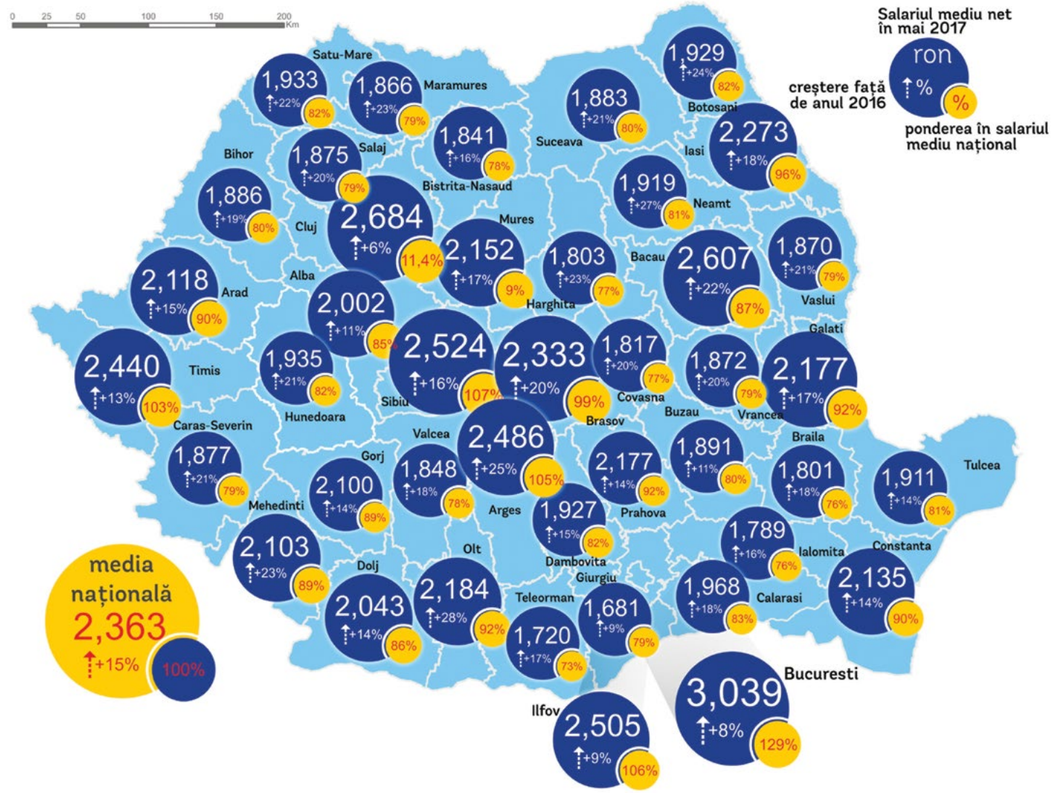
cele mai mici procente se înregistrau în județele Gorj (2,1%), Hunedoara (2,2%), Suceava (2,3%), Vrancea (2,4%) și Bistrița-Năsăud (2,5%).

În județele Maramureș, Suceava, Vrancea, Vaslui și Harghita peste

60% **dintre angajați primeau salariul minim pe economie, față de sub 40% în București, Brașov, Sibiu, sau Timiș.**

În mod evident această imagine este una imperfectă pentru magnetismul județelor, deoarece nu reflectă totalitatea veniturilor forței de muncă locale (de exemplu, veniturile din activități independente, bonusuri, prime).

Figura 41. Județele cu cele mai mari salarii medii nete



Sursa: Ziarul Financiar

Un alt magnet pentru oameni sunt universitățile. Într-un context în care populația este în continuă scădere și îmbătrânire, universitățile asigură un influx continuu de oameni tineri și bine pregătiți.

Acești oameni tineri și bine pregătiți atrag la rândul lor firme cu valoare adăugată mare ce doresc să profite de expertiza acestor tineri. Tabelul următor include principalele centre universitare din România.

După cum se poate vedea, anul 2008 a fost un an de inflexiune, când tinerii născuți după 1989 au început să aplice la universitate. Având în vedere că natalitatea a scăzut dramatic după acel an, a scăzut și numărul tinerilor care puteau teoretic aplica pentru studii universitare.

Pentru a determina atractivitatea centrelor universitare individuale, trebuie să ne uităm la ce s-a întâmplat între 1990 și 2015, și între 2008 și 2015. De exemplu, Constanța, Oradea, Sibiu și Arad aveau centre universitare minuscule în 1990. Între timp, ele au devenit centre universitare relativ atractive. De asemenea, centre universitare precum București sau Brașov, au pierdut în 2015 peste 70% din absolvenții ce îi aveau în 2008.

Tabel 15. Cele mai mari centre universitare din România

Centrul Universitar	Absolvenți licență - 1990	Absolvenți licență – 2000	Absolvenți licență - 2008	Absolvenți licență - 2015	2015 vs 2008 (%)	2015 vs 1990 (%)
București	10.237	25.594	88.148	24.486	72,2%	239,2%
Cluj-Napoca	2.678	7.574	13.920	9.043	35,0%	337,7%
Iași	3.716	7.132	15.197	7.922	47,9%	213,2%
Timișoara	2.152	6.296	11.955	5.622	52,0%	261,2%
Craiova	1.185	3.677	8.565	4.088	52,3%	345,0%
Constanța	206	2.662	8.298	3.785	54,4%	1837,4%
Brașov	1.288	3.681	15.687	3.206	79,6%	248,9%
Oradea	147	2.627	5.635	2.630	53,3%	1789,1%
Sibiu	213	2.247	5.845	2.547	56,4%	1195,8%
Arad	31	1.319	5.869	2.259	61,5%	7287,1%
Galați	1.081	1.942	5.216	2.129	59,2%	196,9%

Sursa: INS

În mare, zonele urbane din România cu cele mai puternice centre universitare au și cea mai mare șansă de a oferi salarii mari pe viitor și vor fi, ca atare, cele mai căutate de forța de muncă bine pregătită.

E important, însă, să existe un echilibru între sectoarele economice cu productivitate mare și salarii mari, și restul economiei. Există, altfel, riscul ca nivelul costului vieții să crească mult și să scadă calitatea acesteia și atractivitatea orașului pentru profesii cu salarii mai modeste, dar critice pentru orice economie locală (de exemplu, profesori, asistenți medicali, funcționari publici).

Nevoia unor piețe funciare și imobiliare dinamice

Presupunând că o zonă urbană oferă suficiente oportunități pentru a atrage mai mulți oameni, prima problemă care se pune apoi este unde vor fi „găzduiți" acești noi veniți.

Fără piețe funciare și imobiliare funcționale, orașele nu vor putea atrage numărul de oameni pe care își doresc să îl atragă.

De aceea, este important de văzut cum se raportează numărul de noi locuințe construite la prețul mediu al acestor locuințe. Tabelul de mai jos permite această comparație. Ceea ce devine evident imediat este faptul că orașele în care s-a construit cel mai mult sunt, în mare parte, și orașele cu cea mai scumpă piață imobiliară. Acest lucru în sine sugerează că oferta de noi locuințe nu răspunde adecvat cererii.

Tabel 16. Locuințe noi dezvoltate între 1990 și 2015 și prețul mediu pe metro pătrat

	Centrul urban	Zonă Urbană Funcțională (ZUF)	% în zona peri-urbană a ZUF	Preț mediu (euro) pe metru pătrat
București	68.435	154.631	55,74%	1.014
Constanța	20.181	43.531	53,64%	915
Cluj-Napoca	18.068	42.753	57,74%	1.099
Iași	12.772	26.598	51,98%	903
Timișoara	9.831	26.482	62,88%	942
Pitești	7.517	22.801	67,03%	773
Brașov	11.845	20.146	41,20%	866
Sibiu	11.309	19.962	43,35%	765
Craiova	11.118	17.335	35,86%	806
Ploiești	4.964	17.101	70,97%	737
Arad	13.750	16.827	18,29%	670
Oradea	10.038	15.975	37,16%	697
Suceava	5.647	15.915	64,52%	701
Bacău	5.245	14.639	64,17%	687
Galați	8.146	14.585	44,15%	667
Focșani	3.964	13.406	70,43%	586
Râmnicu Vâlcea	5.807	12.827	54,73%	657
Târgoviște	4.006	11.723	65,83%	548
Târgu Mureș	3.973	10.490	62,13%	745
Brăila	7.935	9.480	16,30%	561
Bistrița	6.392	9.063	29,47%	582
Piatra Neamț	3.219	8.717	63,07%	625

	Centrul urban	Zonă Urbană Funcțională (ZUF)	% în zona peri-urbană a ZUF	Preț mediu (euro) pe metru pătrat
Baia Mare	4.048	8.174	50,48%	630
Satu Mare	4.387	8.049	45,50%	525
Buzău	3.646	6.957	47,59%	612
Botoșani	3.569	5.956	40,08%	600
Slobozia	2.925	5.717	48,84%	600
Slatina	2.720	5.686	52,16%	620
Târgu Jiu	2.784	4.955	43,81%	716
Călărași	3.056	4.784	36,12%	470
Deva	2.563	4.764	46,20%	599
Zalău	2.898	4.724	38,65%	492
Alba Iulia	3.487	4.624	24,59%	667
Vaslui	2.697	4.328	37,68%	591
Tulcea	2.748	3.440	20,12%	780
Drobeta-Turnu Severin	2.306	3.400	32,18%	500
Sfântu Gheorghe	1.655	2.821	41,33%	491
Alexandria	1.839	2.668	31,07%	555
Giurgiu	2.212	2.491	11,20%	481
Miercurea Ciuc	1.412	2.480	43,06%	521
Reșița	1.291	1.565	17,51%	448

Sursa: INS și ANEVAR

Per ansamblu, 982.000 de noi unități locative au fost construite între 1990 și 2015. Dintre acestea, 64% au fost ridicate în zonele urbane funcționale ale Bucureștiului și ale celor 40 de reședințe de județ, iar 52% dintre aceste locuințe au fost construite în afara centrului urban, indicând un puternic proces de suburbanizare.

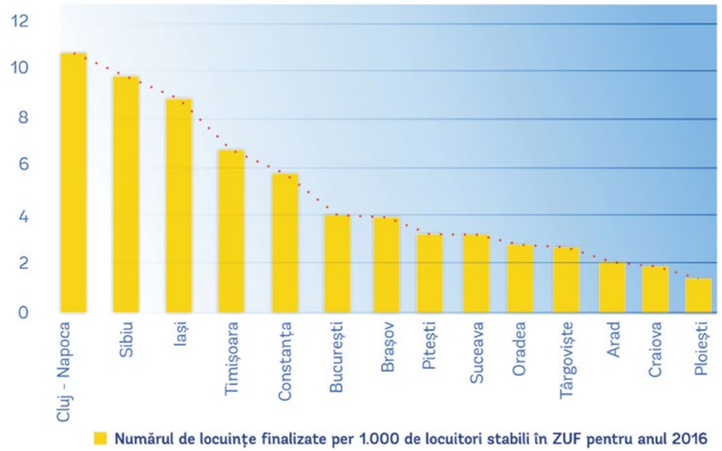
În 2016, au fost livrate **52.200** locuințe noi în România, iar dintre acestea numai **2,4%** au fost realizate din fonduri publice (mai exact, prin intermediul ANL). Dintre locuințele construite cu fonduri publice, nici măcar una nu a fost construită în piețe cu cerere mare și cu prețuri în continuă creștere, precum **București, Cluj-Napoca, Timișoara** sau **Iași**.

Au fost în schimb construite apartamente ANL în localități precum Alexandria sau Huși, unde prețul pe piața liberă al unui apartament cu 2 camere este de circa 15.000 euro.

Atunci când există o ruptură între cerere și ofertă pe piețele funciare și imobiliare, este important ca administrațiile publice să intervină.

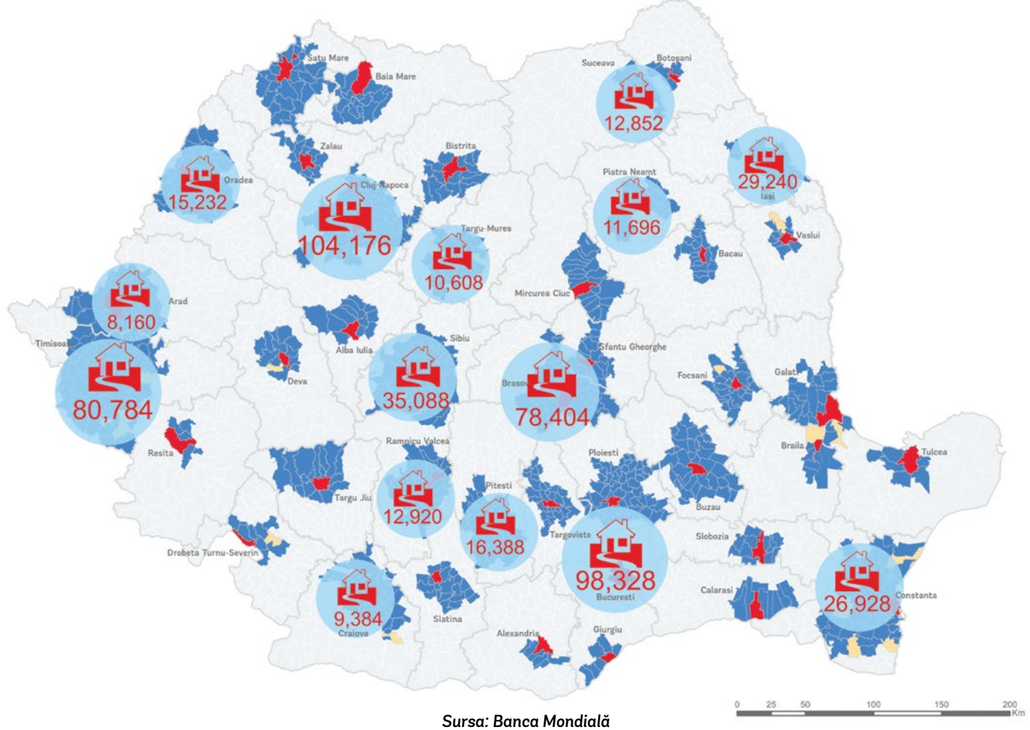
Pe de o parte, ANL ar trebui să targeteze localitățile cu cea mai mare creștere a prețurilor imobiliare. Pe de altă parte, administrațiile locale din aceste localități ar trebui să joace un rol mult mai pro-activ pe aceste piețe. Ele pot nu numai să încurajeze investițiile private prin implementarea unor instrumente de planificare spațială adecvate și prin emiterea rapidă și eficientă a autorizațiilor de construire, ci și prin dezvoltarea strategică de noi locuințe publice. Figura de mai jos indică localitățile cu cea mai activă piață imobiliară, unde autoritățile publice ar trebui să se implice cel mai mult.

Figura 42. Numărul de locuințe finalizate per 1.000 de locuitori stabili în zonele urbane funcționale ale principalelor orașe din România, în anul 2016



Sursa: *https://blog.cluj.info/analize/piata-imobiliara-sta-sa-dea-in-clocot-sunt-necesare-politici-in-domeniul-locuirii-atat-la-nivel-central-cat-si-local/*

Figura 43. De câte noi locuințe e nevoie în cele mai dinamice orașe din România



Sursa: Banca Mondială

Pentru a avea un estimativ privind nevoia de noi locuințe în orașele cele mai dinamice din România, am împărțit numărul românilor care au indicat că s-ar muta în acel oraș la dimensiunea medie a unei gospodării urbane din România (2,5 oameni).

Figura de mai sus include un estimativ privind nevoia de noi locuințe în cele mai dinamice orașe din România. Este important ca administrațiile publice locale să urmărească ritmul de livrare al noilor locuințe, pentru a vedea dacă se apropie de acest număr. Dacă sectorul privat sub-livrează sau supra-livrează, administrațiile trebuie să găsească instrumentele adecvate pentru a tempera sau încuraja piața privată.

Nevoia investițiilor în mobilitate urbană durabilă

Pe lângă problemele de locuire, orașele cele mai atractive din România se confruntă și cu problema traficului infernal.

Creșterea demografică și economică a Bucureștiului, Clujului sau Timișoarei este impactată de faptul că oamenii stau în trafic ore întregi în fiecare zi. Acestea sunt orașele în care cei mai mulți români ar dori să se mute (conform sondajului efectuat de Banca Mondială),

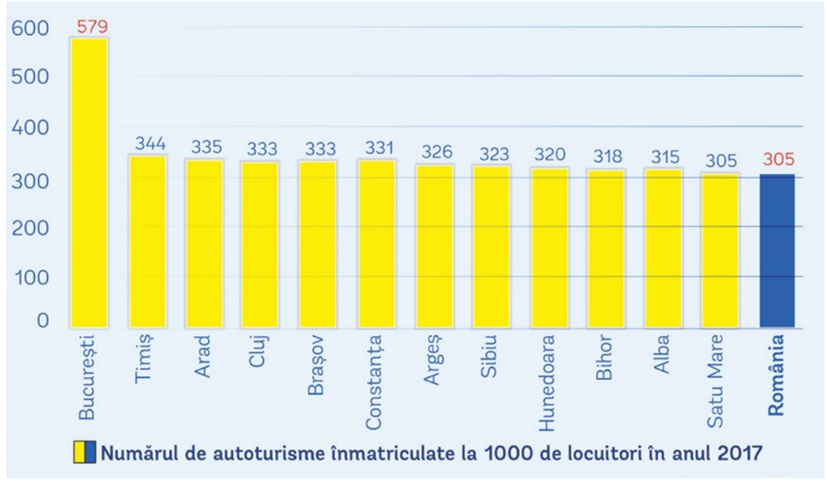
Rețeaua stradală a acestor orașe a fost concepută într-o perioadă în care numărul de autovehicule era de zeci de ori mai redus decât în prezent, când autoturismul personal, în plus față de utilitatea sa practică, reprezintă și un indicator al statutului social la care românii renunță cu greu. În plus, nivelul de taxare al importurilor de mașini second-hand a făcut ca parcul auto să crească exponențial după aderarea la UE, iar vechimea lui să fie cea mai înaintată de pe continent. Așadar, pe lângă aglomerație, nivelul noxelor emise de autoturisme a atins cote alarmante, orașele București, Brașov și Iași fiind deja subiectul unei proceduri de infringement din partea Comisiei Europene.

În mod evident, soluția pentru depășirea acestei probleme este cea adoptată de marile orașele vest-europene încă din anii 70-80, respectiv întreprinderea de măsuri pentru descurajarea traficului motorizat și promovarea transportului în comun, a mersului cu bicicleta și pe jos.

Treptat, oamenii au renunțat la autoturisme în favoarea transportului public, mai rapid, mai eficient și mai ieftin. Primăriile tuturor reședințelor de județ din România, cu sprijinul Comisiei Europene, al BERD și al MDRAP, au elaborat planuri de mobilitate urbană durabilă pentru orizontul 2030 care ar trebui să rezolve în mare parte problemele de trafic.

Din păcate, fondurile europene alocate pentru implementarea lor sunt insuficiente, acestea nefiind completate de fonduri de la bugetul de stat. Așadar, puse pe umerii unor administrații cu venituri în general modeste, aceste investiții de mari dimensiuni (de la construcția de șosele de centură și parcări, la amenajarea de zone pietonale, shared-space, benzi dedicate și stații cu panouri de informare pentru mijloace de transport în comun sau noi linii de tramvai) riscă să rămână pe hârtie. Situația este și mai complicată când vorbim despre transportul în comun la nivel metropolitan, care este funcțional doar în cateva orașe, și în acele cazuri doar în localitățile alipite de centrul urban propriu-zis.

Figura 44. Numărul de autoturisme înmatriculate la 1000 de locuitori în anul 2017



Sursa: http://www.analizeeconomice.ro/2018/02/topul-judetelor-dupa-numarul-de.html

O altă problemă care poate fi rezolvată ceva mai simplu și este în mare parte la îndemână primarilor este cea a parcărilor. Puține primării din țară au avut curajul de a implementa politici coerente în acest domeniu, prin stabilirea de zone și taxe progresive de parcare, ridicarea mașinilor parcate neregulamentar, desființarea bateriilor de garaje din jurul blocurilor, amenajarea de facilități park&ride, implementarea unor soluții de plată facile pentru șoferi etc. În cele mai multe cazuri însă, aceste măsuri au fost tergiversate din cauza temerilor că vor stârni nemulțumirea populației.

Nu în ultimul rând, pentru a putea să crească solid, orașele-magnet din România trebuie să-și extindă zona urbană funcțională. În multe cazuri, pe o rază de 50-100 km în jurul acestora trăiesc circa un milion de oameni, dintre care însă doar o mică parte practică navetismul către oraș, principala problemă invocată fiind accesibilitatea. În contextul cultural european, diferit de cel din SUA, oamenii practică în general naveta pe o distanță care nu implică mai mult de 60 de minute de deplasare la job. Blocajele din trafic fac ca, în cazul multor zone metropolitane din România, această durată să implice deplasarea la maxim 10-15 km față de centrul orașului, față de 30-40 km, cât ar fi normal.

Prin urmare, este nevoie de investiții în infrastructura conectivă cu hinterland-ul preponderent rural al acestor orașe dinamice, care să asigure necesarul de forță de muncă, mai ales în domenii care reclamă un nivel mai scăzut de calificare. În caz contrar, populația din aceste zone rurale izolate va prefera să migreze în străinătate, fără o ancoră profesională solidă la nivel local.

Nevoia investițiilor în infrastructură și servicii publice care să crească calitatea vieții

Sondajul realizat de Banca Mondială în rândul românilor cu privire la disponibilitatea de a migra a reflectat un element esențial pentru atractivitatea orașelor-magnet: oamenii valorizează mai mult calitatea vieții decât câștigul material. În termeni concreți, asta înseamnă că ar fi dispuși să se mute într-un alt oraș unde ar fi plătiți la fel sau mai puțin decât în cel de baștină, cu condiția ca acesta să le ofere o calitate mai bună a vieții, înțelegând prin asta de la spații publice atractive, la spitale, școli sau oportunități de petrecere a timpului liber.

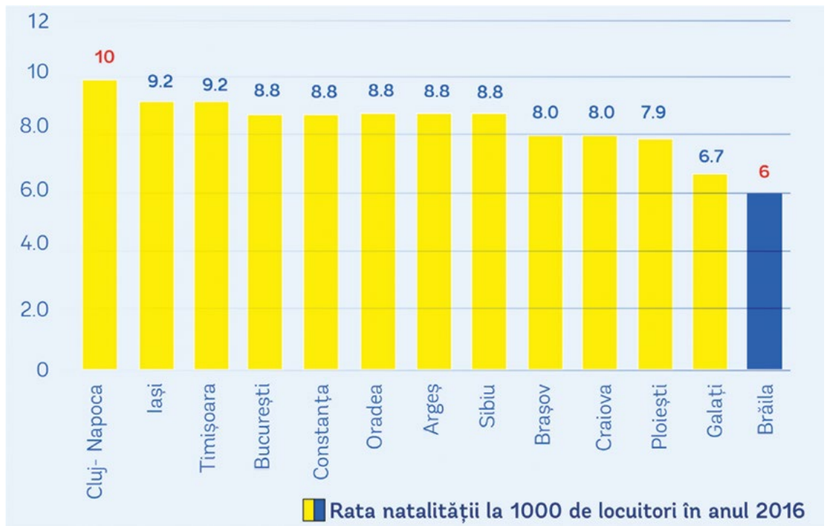
Acest aspect este esențial mai ales pentru atragerea de locuitori de peste hotare, fie din diaspora românească, fie din rândul românilor, care sunt deja obișnuiți cu un anumit standard de viață. De altfel, în ultimii ani, mulți români au plecat în străinătate fiind nemulțumiți nu atât de job-ul lor, ci de perspectivele pe care sistemul medical, cel educațional sau cel al administrației le oferă pentru ei și familiile lor.

Astfel, în domeniul educației, atragerea de noi locuitori va însemna, pe termen scurt și mediu, creșterea cererii pentru locuri în creșe, grădinițe și școli. În marile orașe, acestea sunt deja total insuficiente în raport cu numărul copiilor, părinții fiind nevoiți să apeleze la tot felul de subterfugii pentru a prinde un loc într-o astfel de instituție.

Sectorul privat a umplut parțial acest gol, însă cu costuri pe măsură (fie că vorbim de grădinițe private sau de bone), care nu sunt accesibile tuturor locuitorilor. Situația este și mai dramatică în cartierele-dormitor din jurul marilor orașe, unde mare parte din traficul infernal este determinat tocmai de părinții care își duc copiii cu propriul autoturism la unitățile de învățământ din oraș. Investițiile de la bugetul de stat în domeniul infrastructurii educaționale nu au abordat coerent această problemă, fiind adesea alocate fonduri pentru zone în declin demografic, în detrimentul celor metropolitane, unde natalitatea a crescut exponențial. Apoi, sistemele de transport public al copiilor și elevilor la școală au fost implementate, la nivel pilot, în doar câteva orașe din țară.

Așadar, accesul echitabil la educație pentru copii ar trebui să devină o prioritate de urgență maximă pentru autoritățile locale.

Figura 45. Rata natalității la 1000 de locuitori în anul 2016

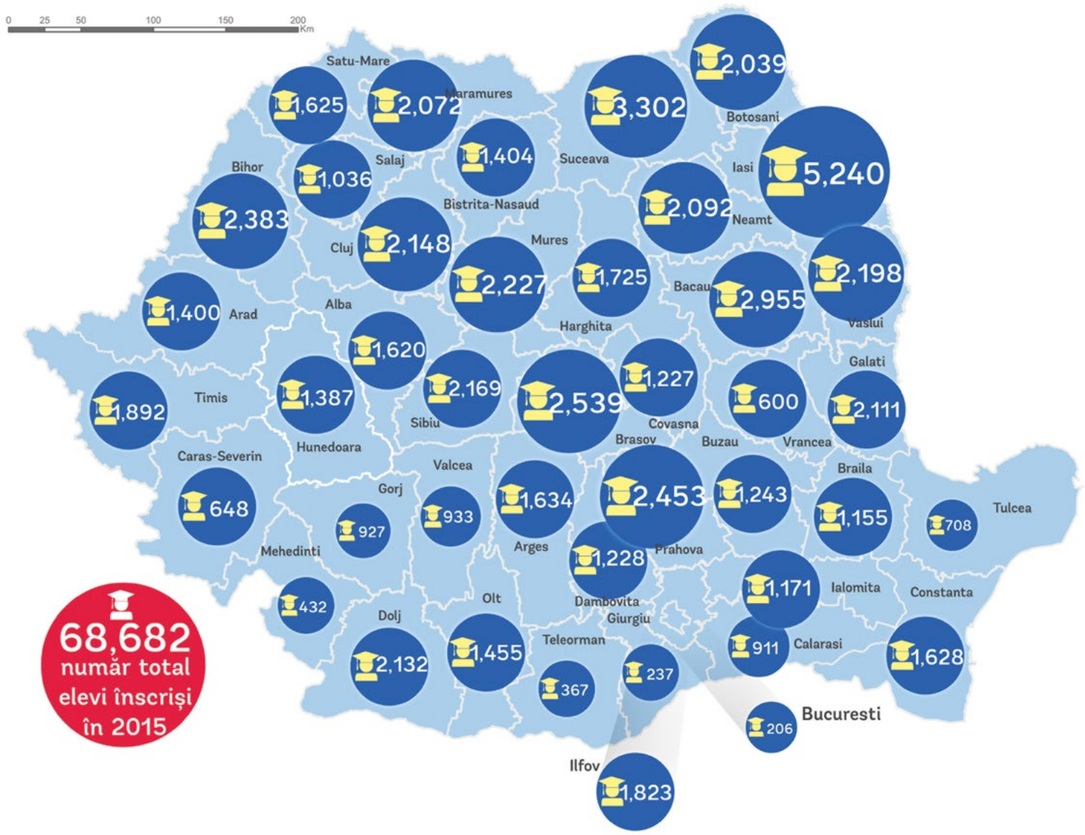


Sursa: INS. Tempo Online

Pentru a continua să crească, orașele din România vor fi nevoite să atragă forță de muncă din alte țări, contextul demografic intern fiind unul tot mai nefavorabil.

Mai ales în cazul persoanelor care intenționează să vină în România, care sunt trecute de vârsta de 30 ani și care au deja o familie, unul din aspectele la care se vor uita sunt oportunitățile de studiu pentru copiii lor. Puține orașe din România dispun de școli internaționale, cu programe de studii care să se ridice la pretențiile unui expat, ceea ce adesea atârnă decisiv în opțiunea acestuia de a alege orașele autohtone. Prin urmare, administrațiile locale trebuie să întreprindă măsuri active pentru a atrage astfel de instituții private, dacă vor ca orașul lor să devină unul atractiv și cosmopolit.

Figura 46. Numărul elevilor înscriși în școli profesionale în anul 2015



Sursa: Ziarul Financiar (www.zf.ro)

Chiar și în contextul în care orașele românești vor reuși să atragă investitori puternici în domenii high-tech, creșterea populației va atrage după sine și o creștere a cererii de servicii diverse, de la cumpărături, la restaurante, transport, curățenie, sport, înfrumusețare, reparații diverse etc. Aceste domenii reclamă, în general, forță de muncă cu o calificare medie, care devine tot mai greu de găsit în marile orașe. Pe de o parte, acești lucrători primesc salarii relativ reduse, care adesea nu acoperă costul unei locuințe în marile orașe. Această problemă poate fi rezolvată, în mare măsură, prin antrenarea forței de muncă neocupate din zonele rurale sau din orașele mici din jur, prin investiții în conectivitatea și mobilitatea lucrătorilor.

A doua problemă majoră ține, însă, de educație. Cu precădere în marile orașe din România, școlile profesionale din domenii precum comerțul, alimentația publică, construcțiile sau serviciile personale, care atrăgeau preponderent elevi din zonele rurale adiacente, au fost desființate și transformate în licee cu pregătire teoretică, care nu oferă însă perspective realiste de ocupare. Cele care au rămas nu reușesc să atragă suficienți elevi, din cauze multiple, de la mentalitatea părinților și copiilor, la modele învechite de predare. Așadar, administrațiile locale și mediul de afaceri trebuie să colaboreze și să reformeze învățământul profesional, metoda cea mai eficientă la nivel european fiind modelul dual german, deja implementat cu succes și în unele orașe românești (de exemplu, Școala Profesională Kronstadt Brașov).

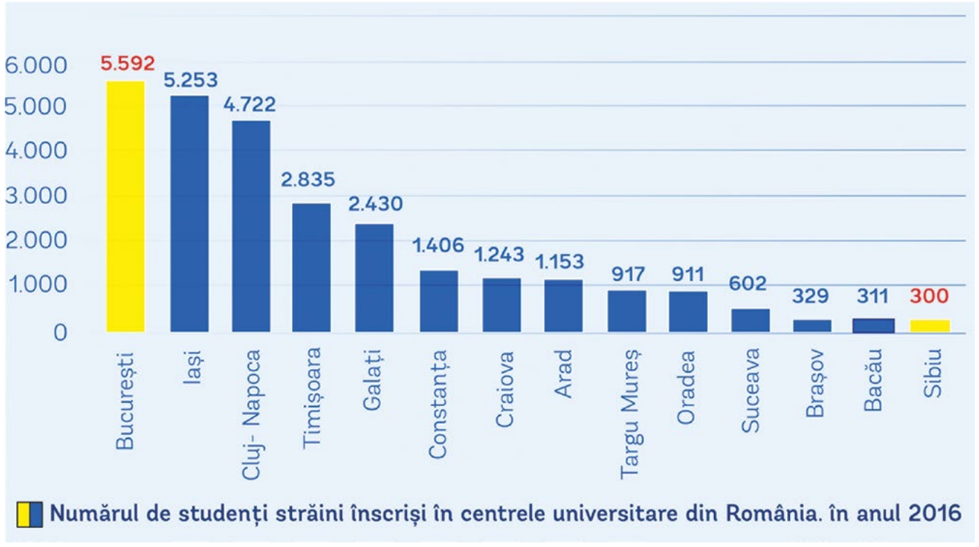
La nivel universitar, competitivitatea României, exceptând unele cazuri punctuale, este una redusă în context european. Universitățile românești se bazează însă pe generațiile tot mai reduse de absolvenți de liceu din țară, în timp ce numărul studenților străini e destul de modest, în comparație chiar și cu țările învecinate. În plus, mediul privat continuă să reclame nealinirea dintre așteptările sale cu privire la absolvenți și oferta universităților.

Unele universități din țară au demonstrat deschidere la acest dialog, astfel că există programe educaționale derulate în parteneriat cu companiile locale, programe de internship, practică sau burse oferite de întreprinzători studenților. Totuși, aceste eforturi trebuie amplificate, inclusiv la presiunea administrației locale și a mediului de afaceri, iar universitățile trebuie să treacă la o politică agresivă de internaționalizare dacă vor să stopeze declinul numărului de studenți.

Problema locurilor de cazare pentru studenți este, de asemenea, un impediment în cazul multor centre universitare importante din țară. Căminele pentru aceștia au fost dimensionate la nivelul populației studențești din perioada comunistă, care era de câteva ori mai redusă ca în prezent. Prin urmare, mulți studenți sunt nevoiți să închirieze un apartament în oraș, în lipsa unui loc la cămin, ceea ce a dus nivelul chiriilor la cote foarte ridicate, cu impact negativ în lanț și asupra altor categorii sociale. Nu toți absolvenții de liceu își permit însă să plătească o chirie la nivelul pieței, astfel încât mulți ajung chiar să abandoneze planurile de a urma studii universitare.

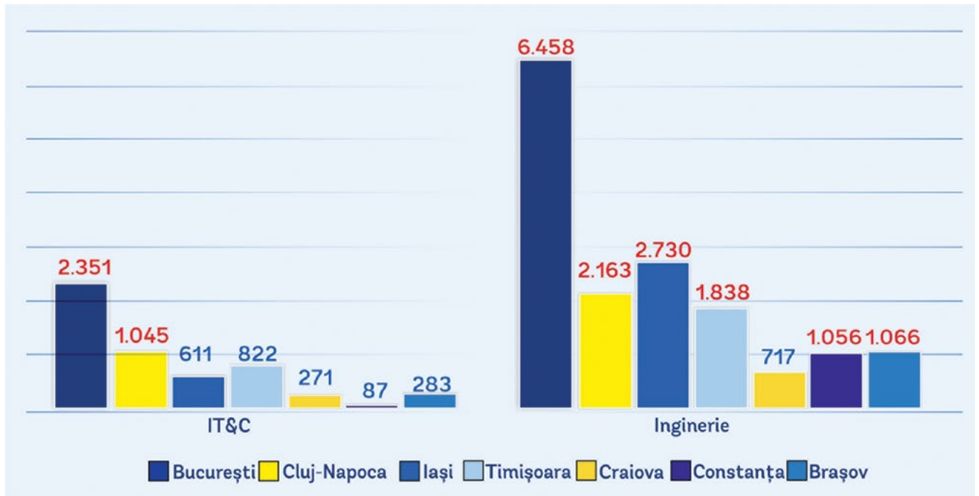
Acolo unde numărul de studenți o justifică, ar trebui extinse campusurile universitare pentru a permite accesul la educație universitară unui număr cât mai mare de tineri.

Figura 47. Numărul de studenți străini înscriși în centrele universitare din România, în anul 2016



Sursa: INS. Tempo Online

Figura 48. Numărul absolvenților de studii de nivel licență în domeniul informaticii și ingineriei în anul 2016



Sursa: INS. Tempo Online

Orașele-magnet din România trebuie să depună eforturi reale pentru a atrage tineri talentați și viitori antreprenori la nivel local.

Cele mai multe dintre acestea se confruntă deja cu deficit accentuat de specialiști, de exemplu în domeniul IT, concurența între orașe și companii pentru atragerea și retenția acestora fiind acerbă. Autoritățile locale pot interveni în acest sens, de exemplu, prin acordarea de burse pentru elevii de la liceele cu profil de informatică sau prin subvenționarea cazării și mesei în căminele studențești pentru absolvenții de licee de profil din alte orașe sau din alte țări care vin să studieze la facultățile locale.

În domeniul medical, infrastructura existentă în marile orașe din România este complet depășită cantitativ și calitativ.

Spitalele publice existente funcționează în diferite locații împrăștiate în oraș și nu mai fac față numărului tot mai mare de pacienți, trend care se accentuează pe măsură ce populația crește, dar și îmbătrânește. De altfel, multe dintre aceste spitale au ajuns să deservească populația din regiuni întregi, unde se furnizează doar servicii de bază. Aspectul pozitiv este că piața de servicii medicale a reacționat rapid și s-a dezvoltat mai repede ca în alte state europene, preluând o parte din cerere, mai puțin în cazul serviciilor de urgență, care rămân complet depășite de cerere.

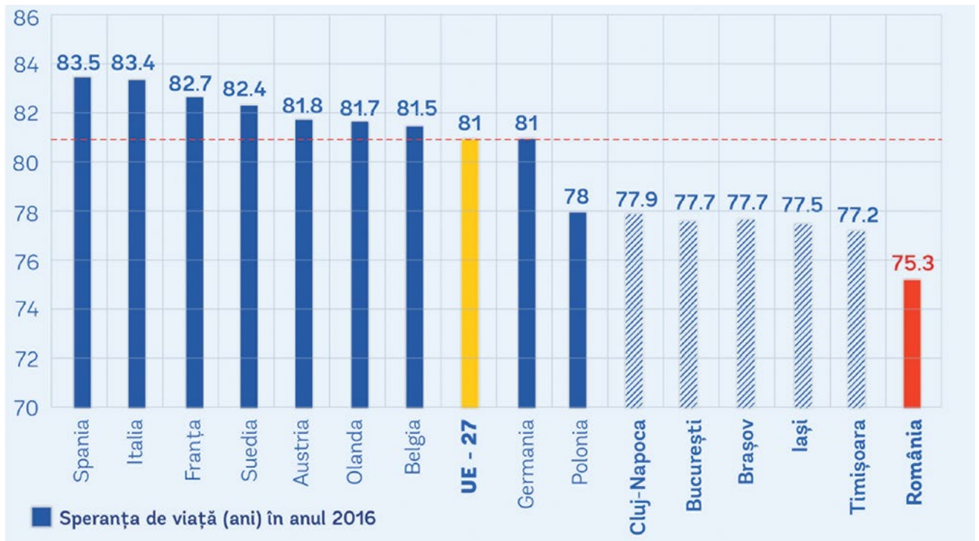
Totuși, speranța de viață în cele mai mari orașe din România nu trece de

78 de ani, cu 3 ani sub media UE.

În acest context, este absolut vital ca autoritățile locale să se implice activ și să pună presiune pe Guvern pentru a dezvolta o rețea de spitale regionale de urgență, pentru care există deja o strategie. Doar o mică parte din această investiție va fi realizată cu fonduri europene, în timp ce restul va trebui să provină din fonduri de la bugetul de stat, bugetele locale sau din PPP.

Infrastructura cultural-sportivă este adesea ignorată când vine vorba despre prioritizarea investițiilor publice, dar ea joacă un rol esențial în definirea atractivității orașelor-magnet pentru populația tânără.

Figura 49. Speranța de viață (ani) în anul 2016



Sursa: EuroStat

Tinerii sunt cei mai importanți consumatori de evenimente sportive și culturale, abundența și calitatea acestora fiind un factor major pe care îl iau în considerare când decid unde să se mute. În multe orașe importante din România, evenimentele cultural-sportive se desfășoară în spații insuficiente și care au fost ridicate în anii comunismului, fără a fi beneficiat între timp de mari îmbunătățiri, fiind total neatractive pentru publicul tânăr.

Și în acest caz, finanțările de la bugetul de stat pentru construcția de centre culturale, săli polivalente sau stadioane nu au vizat o dimensiune strategică, fiind adesea orientate către zone îmbătrânite demografic și în declin, context în care stau nefolosite în mare parte din timp, fiind o povară pentru administrațiile locale.

Nu în ultimul rând, după cum a demonstrat și sondajul realizat de Banca Mondială, românii (și cu atât mai mult, străinii și românii din Diaspora) ar prefera să se mute în orașe care arată bine, ceea ce se rezumă, cel mai adesea, pe lângă calitatea asfaltului de pe străzi, la aspecte precum fațadele clădirilor din centrul istoric, aspectul piețelor, scuarurilor și parcurilor.

Majoritatea orașelor mari din România păstrează o zonă istorică care a scăpat de intervențiile comuniste mai mult sau mai puțin mutilată. În cele mai multe din cazuri, aceste zone nu sunt însă atractive, clădirile fiind neîngrijite, iar spațiile publice neatractive. Totuși, unele orașe din țară au implementat cu succes programe de refațadizare a clădirilor publice și private, precum și de amenajare a centrelor istorice ca zone de promenadă, de restaurante, terase în aer liber și de organizare de evenimente, acestea devenind adevărate agore pentru cetățeni și turiști. În ceea ce privește așa-numitele centre civice, amenajate mai ales în comunism, precum și spațiile interstițiale dintre blocuri, situația este însă și mai gravă. Acestea păstrează un aer prăfuit și sunt adesea folosite ca parcări sau sunt parazitate de diferite construcții inestetice (chioșcuri, garaje etc.), nefiind locuri centrale (spații de relaxare sau de socializare) în percepția cetățenilor. Similar, cele mai multe spații verzi din centre urbane polarizatoare au fost amenajate de către autorități, însă soluțiile adoptate nu au favorizat utilizarea lor la maximul potențial de către cetățeni (de exemplu, unele sunt îngrădite cu gard metalic sau gard viu, care funcționează ca o barieră pentru locuitori).

În acest caz, este nevoie ca autoritățile locale să acceseze cea mai bună expertiză în domeniul amenajării spațiilor publice, care adesea se găsește doar în străinătate.

Concursurile internaționale de soluții pentru reamenajarea oricărui spațiu public ar trebui să devină o practică în administrația locală.

Acestea ar trebui să implice jurizare externă și consultări cu populația.

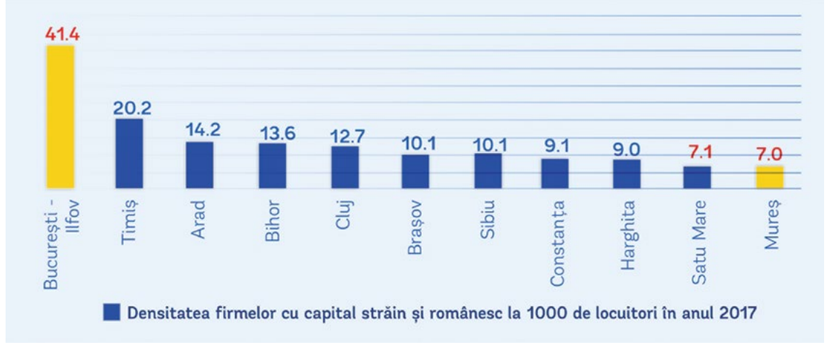
Nevoia investițiilor în infrastructură și servicii de business și inovare

Am făcut referire în capitolele anterioare la faptul că

prioritatea „zero” a administrațiilor locale din marile orașe ale României ar trebui să fie atragerea de investiții, cu precădere a celor străine. Acestea pot oferi salarii mari și oportunități de dezvoltare pe orizontală și verticală.

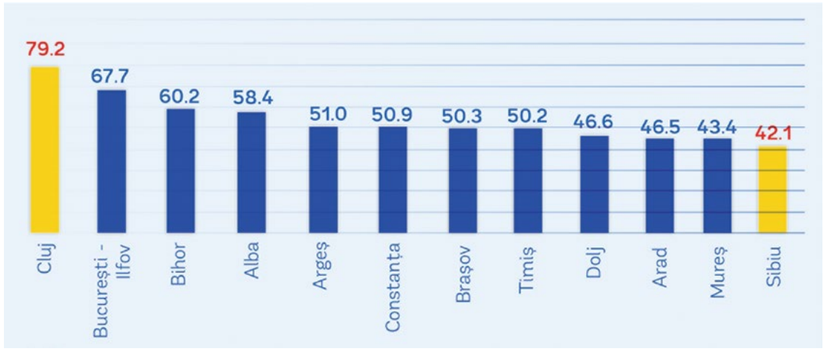
Datele colectate de Banca Mondială indică, de altfel, că investițiile străine nu exclud inițiativele antreprenoriale autohtone, ci dimpotrivă. Zonele din țară care au atras cele mai multe investiții străine sunt cele care au și cea mai ridicată densitate de firme cu capital românesc. Practic, prezența investițiilor străine creează un mediu fecund pentru dezvoltarea pe orizontală și pe verticală de afaceri locale (de exemplu, preluarea Uzinelor Dacia de la Pitești de către Grupul Renault a atras după sine succesul unor întreprinzători locali care oferă servicii de transport rutier sau de producție de componente auto pentru acest client de talie mondială).

Figura 50. Densitatea firmelor cu capital străin la 1000 de locuitori în anul 2017



Sursa: Calcule proprii pe baza datelor ONRC și INS

Figura 51. Densitatea agenților economici cu capital autohton la 1.000 de locuitori, în anul 2017



Sursa: Calcule proprii pe baza datelor ONRC și INS

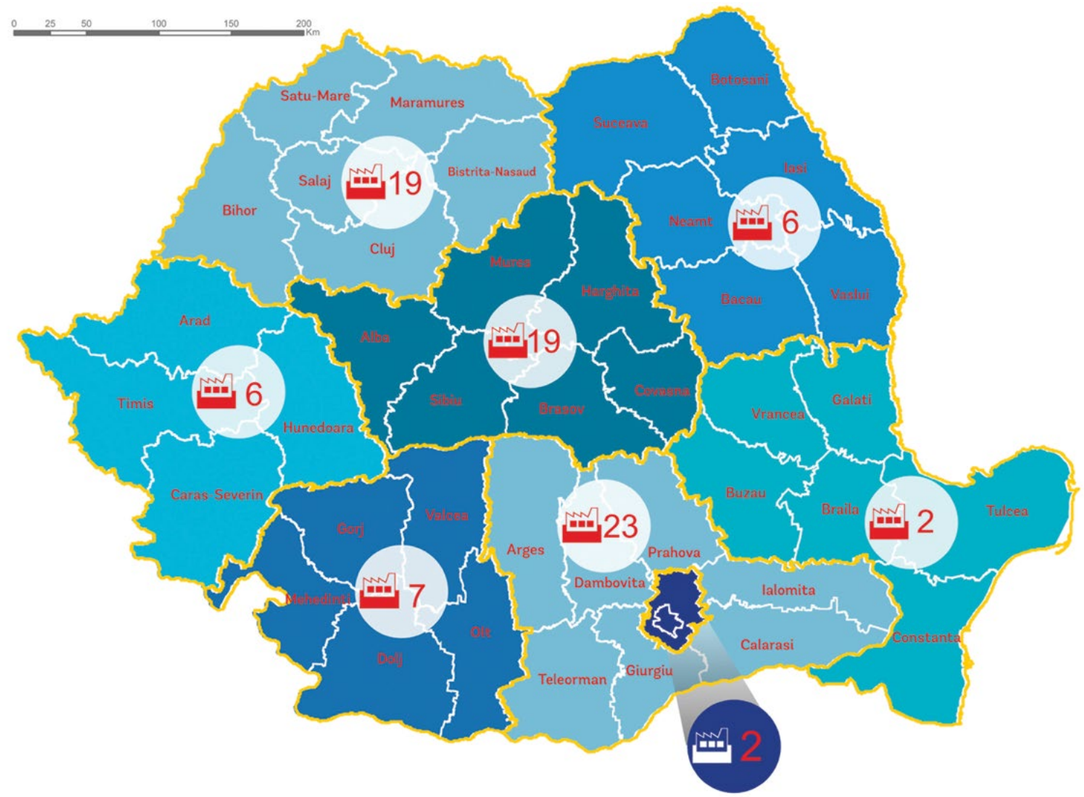
Chiar dacă „primarii" acestor orașe vor întreprinde măsuri de atragere pro-activă de investitori de calibru mondial, în domenii de vârf, și vor reuși chiar să atragă și să formeze la nivel local forța de muncă calificată necesară acestora, rămâne problema locației pentru realizarea investițiilor.

În cazul industriei sau logisticii, acești investitori vor avea nevoie de parcele mari de teren, care adesea nu pot fi obținute prin reconversia unei zone brownfield din oraș (din rațiuni de restricții de mediu sau de trafic greu, spre exemplu) și nici nu există în patrimoniul Primăriei municipiului, pentru a putea fi puse la dispoziție investitorilor. În unele situații, ele pot fi găsite la nivel unor localități peri-urbane, deși și acestea au rezerve de teren tot mai restrânse, în contextul în care au fost supuse în ultimii ani unei presiuni imobiliare fantastice. Așadar, rămâne varianta de a apela la proprietățile private, unde pârghiile administrației sunt relativ puține: reglementarea urbanistică a acelei zone pentru funcții economice sau supraimpozitarea terenurilor industriale nefolosite sau subutilizate. În rest, decizia de vânzare rămâne strict la latitudinea proprietarului privat, care va încerca, în mod evident, să obțină un preț cât mai bun de la investitor, speculând momentul. Această situație ar putea periclita succesul investiției, mai ales în contextul în care alte țări din regiune pun la dispoziție terenuri la prețuri modice pentru investitorii străini.

Soluția pentru depășirea acestei situații ar fi amenajarea de către autoritățile locale a unor parcuri industriale sau logistice, cu parcele mari de teren și utilități complete, care au și avantajul de a oferi unele facilități fiscale pentru firmele găzduite. În mod evident, în unele cazuri, acest lucru va implica achiziționarea de către administrația locală a unor terenuri private sau transferul lor din proprietatea unor instituții centrale (de exemplu, foste unități militare).

Contextul actual global face ca orașele mari, mai ales cele din România care nu dispun de infrastructură de transport pretabilă pentru producția industrială, să fie mai atractive pentru investitorii străini din domeniul serviciilor (de exemplu, companiile de IT, servicii financiare, consultanță, outsourcing etc.). De altfel, aceștia aduc și cea mai mare plus valoare pentru o comunitate, fiind cei care angajează forță de muncă înalt calificată, oferă salarii peste medie, nu poluează, nu ocupă mult spațiu fizic etc. Spre deosebire de firmele din industrie, investitorii de acest tip reclamă existența clădirilor de birouri de clasa A în zone ușor accesibile pentru angajați, preferabil centrale, unde să existe diferite facilități (de exemplu, restaurante, stații de transport în comun, creșe, grădinițe, parking-uri etc.). În prezent, piața de astfel de spații din România este subdezvoltată și monopolizată de 4-5 orașe, în timp ce în unele orașe mari oferta de clădiri de birouri clasa A lipsește cu desăvârșire. Prin urmare, autoritățile locale ar trebui să încurajeze, de exemplu prin facilități fiscale și reglementări urbanistice, astfel de dezvoltări private.

Figura 52. Harta parcurilor industriale din România în anul 2018



Sursa: MDRAP

Revenind la antreprenorii locali, susținerea acestora este vitală mai ales în centrele universitare mari, unde există mulți tineri absolvenți cu idei de afaceri, care nu vor dori să lucreze pentru o corporație străină, ci să-și deschidă propriul business. Fiind proaspăt ieșiți de pe băncile facultății sau chiar ale liceului, aceștia întâmpină dificultăți specifice oricărui început: nu știu ce pași trebuie să urmeze pentru a înființa o firmă, nu au bani pentru a închiria un spațiu, nu au contacte în mediul de business, nu știu de unde să obțină finanțare pentru ideile lor etc. Pentru aceștia e absolut vital să existe facilități de sprijin, cele mai eficiente fiind incubatoarele și acceleratoarele de afaceri, preferabil operate în sistem de parteneriat public-privat. Astfel, autoritățile locale pot pune la dispoziție și amenaja aceste spații, dar operarea lor este preferabil să se facă de către entități private, care pot angrena și altfel de actori, precum business angels sau fonduri de investiții de tip seed capital.

O altă nișă de piață care se dezvoltă rapid este cea a delocalizării muncii. Cu precădere în marile orașe din România, confruntate cu probleme de trafic și suburbanizare accentuată, angajații din domeniul serviciilor doresc să nu se mai deplaseze zilnic la biroul aflat adesea la o oră distanță de zona în care locuiesc, evident în cazul în care profilul job-ului o permite (de exemplu, în programarea IT). Pe de altă parte, există tot mai mulți antreprenori care nu necesită servicii de incubare pentru ideea lor de afacere, ci doar un spațiu de lucru flexibil, unde să poată lucra temporar sau unde să aibă o întâlnire cu un client, fără a fi nevoiți să plătească sute de euro pentru a închiria un spațiu dedicat.

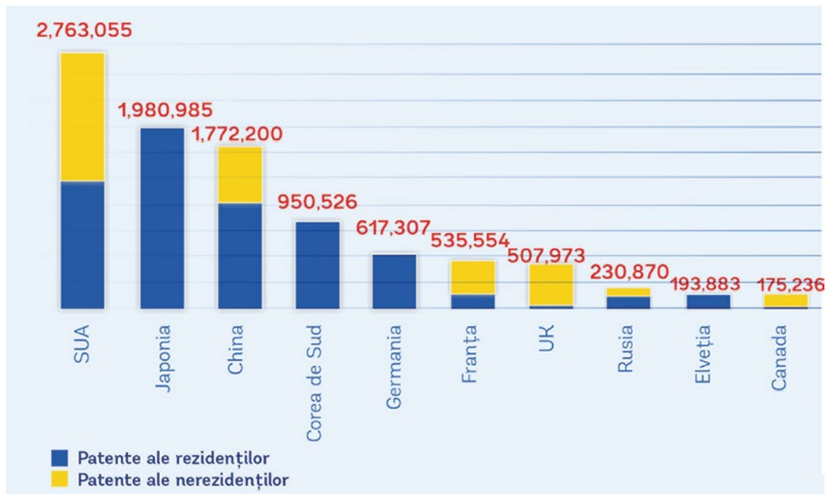
În acest context, s-a dezvoltat rapid piața de spații de coworking, unde aceste persoane pot închiria temporar sau pe bază de abonament un spațiu de lucru și / sau de conferințe/întâlniri, cât mai aproape de casă sau de zona în care doresc. Astfel de inițiative private trebuie susținute, fie prin punerea la dispoziție de către autoritățile locale a unor locații de coworking care să fie operate de companii private, fie prin acordarea de facilități fiscale.

Cum pot metropolele românești **SĂ DEVINĂ MAI INOVATIVE**

SILICON VALLEY

Administrații naționale, regionale și locale de pe tot globul încearcă să regândească zone de tip Silicon Valley la ei acasă. Silicon Valley este exemplul cel mai titrat al unei zone inovative, și foarte multe administrații publice încearcă să emuleze acest exemplu. Nu contează că nu poți spune neapărat că inovezi când îi emulezi pe alții, dar ideea de a stimula o zonă ce inovează este în sine un demers bun. Un oraș sau o zonă care inovează poate să ajungă să dea tonul pentru restul lumii, în loc să încerce să îi prindă pe alții din urmă. Silicon Valley concentrează acum un număr de companii ce definesc viitorul pentru restul omenirii.

Figura 53. Patente în vigoare la nivelul anului 2016



Sursa: WIPO

Șansele ca o zonă din România să producă inovații disruptive pe termen mediu, sunt relativ limitate – trebuie să fim realiști. Atunci când zone mult mai dezvoltate din Europa de Vest și din Asia de Est au limitări în generarea de inovații disruptive, e important să avem un simț al realității. Asta nu înseamnă, însă, că România nu ar trebui să inoveze – o face deja.

Trebuie numai înțeles bine ce fel de inovații sunt posibile. O inovație disruptivă are nevoie de o piață mare unde o inovație poate fi testată și promovată. SUA are în momentul de față cea mai mare astfel de piață – adică un număr suficient de mare de oameni cu resurse suplimentare și cu apetit pentru lucruri noi. În plus, SUA are avantajul dominației globale pe piața media, iar filmele, serialele sau muzica americană sunt un vehicul ideal pentru a populariza și răspândi la nivel global inovații generate în America.

Piața UE pentru idei are dezavantajul că este foarte fragmentată datorită diferențelor lingvistice și culturale. De asemenea, Uniunea Europeană nu a reușit să dezvolte o industrie media la fel de dinamică precum cea din SUA. Ca atare, înainte să încerce să producă inovații disruptive, autoritățile din România ar trebui să se lupte pentru crearea condițiilor ce permit apariția acestor inovații. Câteva din aceste condiții includ:

- Folosirea limbii engleze ca limbă de business și cercetare. E foarte important ca inovatorii din UE să vorbească aceeași limbă. Un patent sau un articol în limba finlandeză cu greu va ajunge la alți inovatori din Europa sau din lume. Limba engleză ar trebui în mod normal să fie a doua limbă vorbită de fiecare cetățean UE.
- Un sistem comun și coerent de protejare a proprietății intelectuale și a inovațiilor.
- Programe de încurajare a schimbului de experiență între cercetători.
- Acces facil pentru cercetători la infrastructura universitară din UE, inclusiv la sistemul de promovare a investițiilor prin intermediul campusurilor universitare.
- Încurajarea dezvoltării industriei media, mai ales a canalelor ce deservesc întreaga Uniune, nu numai țări individuale.

În ceea ce privește inovațiile ce pot fi generate în România, e important să existe un simț al realității, dar nici modestia în exces nu va ajuta foarte mult. De exemplu, conceptul ***Dacia*** mașină de 5.000 euro este o inovare în materie tehnologică și de promovare generată în România. Această inovație a permis uzinei Dacia să fie una din companiile auto cu cea mai rapidă rată de creștere a cotei de piață în Europa. Dacia are acum o piață mai mare de vânzare în afara României decât în țară, iar mașinile produse la Mioveni sunt cel mai de succes produs de export al României.

DACIA

Exemplul Dacia, și genul de inovații generat în UE în general, ne pot ghida în ceea ce privește domeniile unde România poate inova cel mai mult în anii următori. După cum discutam mai devreme, trei sectoare economice domină economia UE și în curând vor domina și economia României – transport; chimie; electronice. O bună parte din inovațiile generate în UE, sunt inovații marginale generate în aceste trei sectoare – de exemplu, un motor mai performant, un detergent mai eficient, sau un frigider ce consumă mai puțin curent. În mod evident, UE generează inovații și în alte domenii (de exemplu, internetul a fost inventat la CERN în Elveția, dar a ajuns la maturitate în SUA, și tot de acolo s-a răspândit în restul lumii), dar grosul este reprezentat de inovații marginale în aceste trei sectoare.

ȘCOALA KRONSTADT

De aici vin câteva implicații clare pentru administrațiile publice din România. Prima implicație este că o inovație românească are mai mari șanse să vină din învățământul dual și școliile profesionale decât de la nivelul unei universități. Asta nu înseamnă că universitățile nu vor inova, ci că șansele de a genera inovații care să fie adoptate de firme private cresc atunci când ai o relație directă cu aceste firme private. Un exemplu excelent în România este școala profesională Kronstadt, fondată la inițiativa unor firme private din Brașov cu sprijinul Primăriei Brașov, unde elevii învață cum să răspundă direct nevoilor unor firme private.

Pentru firme din domeniile transport (auto, feroviar, aerian etc.), chimic și electronic, o importanță majoră o au oamenii cu aptitudini tehnologice în aceste domenii. De cele mai multe ori, forța de muncă de care au nevoie firmele din aceste domenii este educată în sistemul învățământului dual, nu în sistemul învățământului terțiar. Asta presupune o abordare adecvată la nivel local, iar primăriile joacă un rol esențial în întărirea sistemului educațional dual și în facilitarea legăturilor dintre firmele private și școli. În anul 2016, companiile europene cu cele mai multe cereri de brevete depuse erau Bosch, Siemens, Daimler, Schaeffler, Philips, Ericsson, Basf, BMW, primele 3 având capacități proprii de producție în România. Prin urmare, lucrătorii români au deja acces la canalele majore de distribuție a inovației în Europa.

În ceea ce privește sistemul educațional terțiar și sistemul de cercetare-dezvoltare, va fi vitală conectarea la universitățile și centrele de cercetare-dezvoltare din SUA. SUA conduce, de departe, lumea în ceea ce privește cercetarea aplicată și teoretică și este foarte important ca legături trainice să fie stabilite peste ocean. În măsura în care au ceva aparte de oferit, administrațiile locale din România pot să încerce să convingă universități și centre de cercetare-dezvoltare din SUA să stabilească unități satelit la noi în țară. De exemplu, Constanța poate găzdui un centru universitar satelit pe studii marine, navigație, exploatare petrol și gaze sau turism. București și Consiliul Județean Ilfov pot încuraja dezvoltarea de centre satelit în jurul proiectului de la Măgurele, care dispune de infrastructură de cercetare laser unică în lume.

Tabel 17. Topul universităților de cercetare din SUA

Poziție	Universitate	Punctaj
1.	Harvard	98.5
2.	California Institute of Technology	97.5
3.	Stanford	96.7
4.	Princeton	93.9
5.	Massachusetts Institute of Technology	91.9
6.	University of Chicago	90.1
7.	University of Pennsylvania	90.1
8.	University of California, Los Angeles	88.1
9.	Johns Hopkins University	88.1
10.	Yale University	87.0

Sursa: The Times Higher Education World University Rankings 2018

Recomandări

Mai jos trecem în revistă câteva idei privind modul în care zonele urbane funcționale din România pot fi susținute pentru a deveni cu adevărat motoare de creștere la nivel județean, regional, național și chiar european.

LA NIVELUL COMISIEI EUROPENE

Comisia Europeană a stabilit deja în cursul anului 2018 liniile directoare ale noii politici de coeziune pentru perioada de programare 2021-2027. Dimensiunea urbană a acestei politici a crescut față de perioada 2014-2020, astfel încât orașele vor beneficia de 6% din bugetul total al FEDR pentru dezvoltare urbană durabilă, vor fi încurajate să colaboreze în rețea printr-un program dedicat și vor fi sprijinite să își consolideze administrativ autoritățile urbane deja înființate în actualul ciclu financiar. Totul sub umbrela așa-numitei Inițiative Urbane Europene.

Așadar, deși procentul de 6% din bugetul FEDR putea să fie unul mai generos, dată fiind contribuția de peste 60% la PIB-ul comunitar doar a orașelor primare și secundare, Comisia și-a respectat angajamentul de a continua să investească masiv în orașe. Totuși, aceasta ar putea juca un rol și mai activ în conceperea unei politici coerente în domeniul dezvoltării urbane și metropolitane în România, al cărei principal finanțator este în prezent, dată fiind lipsa unor programe guvernamentale în acest scop. Spre exemplu, instrumentul financiar ITI, conceput la nivelul Comisiei mai ales pentru zonele urbane, a fost utilizat de România în perioada 2014-2020 pentru Delta Dunării. Aceasta este, într-adevăr, o zonă cu un patrimoniu natural de importanță globală, dar este o regiune preponderent rurală, cu o densitate foarte redusă a populației și cu un potențial de generare a dezvoltării economice extrem de limitat (ponderea sa în PIB-ul național este de sub 0,5%). Prin urmare, nu putem vorbi de un efect semnificativ de multiplicare a investițiilor publice. Chiar dacă decizia cu privire la selectarea acestor teritorii în următorul ciclu financiar aparține României, Comisia Europeană ar putea avea o poziție mai fermă cu privire la așteptările de la aplicarea acestui instrument.

Comisia Europeană ar putea continua dialogul cu autoritățile publice locale și structurile lor asociative pentru a stabili cea mai eficientă arhitectură instituțională pentru implementarea fondurilor dedicate dezvoltării urbane și metropolitane integrate în perioada de programare 2021-2027.

Este de notorietate faptul că acestea reclamă faptul că ar dori ca respectivele programe să adreseze într-o manieră mai specifică nevoile regionale și locale și să fie mai puțin centralizate, prin intermediul structurilor administrației centrale.

LA NIVELUL STRUCTURILOR ADMINISTRAȚIEI CENTRALE DIN ROMÂNIA (GUVERNAMENTAL)

Zonele urbane funcționale din România, cele care generează peste 90% din PIB-ul național, au nevoie urgentă de o politică publică integrată, pentru a putea continua să se dezvolte. Fără aceste zone urbane dinamice, România nu poate crește, nu poate acumula suficiente resurse pentru a sprijini mai eficient și pe termen lung zonele și categoriile mai sărace de populație. Această politică ar trebui să vizeze mai multe paliere:

Este nevoie de un cadru legal eficient și flexibil pentru organizarea și funcționarea zonelor metropolitane și a zonelor urbane funcționale în România.

În prezent, acest cadru este unul destul de difuz, vehiculul de colaborare dintre UAT-urile componente pentru care legiuitorul a optat fiind asociațiile de dezvoltare intercomunitară. Acestea au avantajul unei flexibilități mai ridicate decât unitățile administrativ-teritoriale (de exemplu, procedurile birocratice în ceea ce privește implementarea unor proiecte, recrutarea de personal calificat și salarizarea sa corespunzătoare etc.), însă și unele limitări, care îngreunează derularea unor investiții de interes comun. În mod evident, acest cadru ar trebui să fie unul flexibil, astfel încât să dea posibilitatea fiecărei zone metropolitane să opteze pentru modelul adminsitrativ cel mai potrivit pentru nevoile sale. Unele dintre acestea sunt satisfăcute cu organizarea ca ADI, altele ar dori ca legislația să permită UAT-urilor componente să transmită către structura de coordonare a zonei metropolitane o gamă mai largă de servicii publice pentru care nu dispun de competențe sau resurse suficiente. De exemplu, municipiul ar putea prelua în administrare și moderniza o serie de căi de comunicații majore din localitățile învecinate pentru a putea dezvolta coridoare de transport, în condițiile în care acestea din urmă nu dispun de suficiente resurse.

De asemenea, trebuie reglementat mai exact modul în care două UAT-uri pot decide să se contopească din punct de vedere administrativ, evident după consultarea populației din cele două comunități, căile legale din prezent fiind unele destul de birocratice pentru a încuraja astfel de demersuri. Soluția, în acest sens, ar fi constituirea rapidă a unui grup de lucru inter-ministerial care să discute un Cod de legi al zonelor metropolitane din România, din care să facă parte nu doar reprezentanții administrației centrale, ci și ai FZMAUR, AMR, ACOR, UNCJR etc.

Promovarea (master)planurilor de amenajare a teritoriului zonal metropolitan.

Aceste planuri (și asa elaborate doar pentru câteva zone metropolitane din România), pot avea un caracter director (nu este obligatoriu să aibă un caracter normativ), dar e important ca ele să fie discutate cu toți actorii relevanți de la nivel metropolitan, pentru a avea un consens asupra intervențiilor propuse în aceste masterplanuri. Cei mai mulți primari din zonele metropolitane eliberează certificate de urbanism sau autorizații de construire ținând seama doar de reglementările PUG și fără a avea în vedere prioritățile metropolitane. Elaborarea acestor planuri ar trebui să se facă fie de către Consiliile Județene, fie de către ADI constituite la nivelul zonelor metropolitane.

Implicarea FZMAUR ca partener de dialog al tuturor inițiatorilor de demersuri legislative care vizează zonele urbane și metropolitane din România, alături de AMR.

Până în prezent, FZMAUR nu a fost solicitat decât arareori să se implice în procesul decizional de la nivelul administrației centrale cu privire la teme de interes pentru aglomerările urbane, precum legislația în domeniul transportului public, al finanțelor publice locale, al finanțării unor programe de dezvoltare locală etc.

Conceperea și implementarea unui program de finanțare de la bugetul de stat pentru finanțarea elaborării de (master)planuri de amenajare a teritoriului zonal metropolitan.

Aceasta ar putea să fie dezvoltat de MDRAP pe modelul Programului pentru finanțarea elaborării PUG și RLU. Beneficiarii eligibili ar putea fi consiliile județene și ADI zonă metropolitană.

Aplicarea instrumentului ITI aferent perioadei de programare 2021-2027 la nivelul zonelor urbane funcționale din România.

România va trebui să aloce din bugetul total național al FEDR cel puțin 6% pentru dezvoltare urbană durabilă, adică echivalentul a aproape 2 miliarde de Euro. Poate însă să aloce mai mult decât acest procent, și ar trebui să facă acest lucru, având în vedere că România este cea mai slab urbanizată țară din UE. În mod normal, cam 25%-30% din fondurile europene alocate pentru perioada de programare 2021-2027 ar trebui să fie orientate către motoarele de creștere economică ale țării, care sunt reședințele de județ și zonele lor urbane funcționale, după modelul aplicat în Polonia în perioada de programare 2014-2020. În cazul României, dat fiind numărul mare de municipii reședință de județ și pentru a evita disiparea fondurilor și a efectelor acestora în multe locații, se poate opta pentru continuarea politicilor polilor de creștere din perioada de programare 2007-2013 (fie doar cei 7 poli de creștere propriu-ziși, fie aceștia plus cei 13 poli de dezvoltare), sau pentru conceperea unor alte soluții (de exemplu, finanțarea unor structuri asociative ale acestor orașe, deja înființate, de tipul Axa Brașov-București-Constanța (BBC), Alianța Vestului (AVE), Moldova se Dezvoltă (MDD), Asociația Transilvania de Nord (ATN) etc.). Intervențiile ar trebui să vizeze următoarele arii majore de intervenție:

1. **INFRASTRUCTURA CONECTIVĂ** (sisteme de transport în comun, drumuri, pasaje, poduri de importanță metropolitană, sisteme de tip park&ride, bike&ride, trasee pietonale etc.) – multe deja identificate în Planurile de Mobilitate Urbană Durabilă deja elaborate pentru orizontul 2030;

2. **INFRASTRUCTURA DE BUSINESS** (parcuri industriale, științifice, tehnologice, incubatoare și acceleratoare de afaceri, centre expoziționale, piețe de gross etc.);

3. **ÎNFIINȚAREA, EXTINDEREA ȘI CONSOLIDAREA SISTEMELOR DE TRANSPORT PUBLIC METROPOLITAN** (autobuz, trenuri metropolitane, tramvaie etc.).

4. **INVESTIȚII ÎN CALITATEA VIEȚII** (educație - creșe, grădinițe, campusuri pentru învățământul liceal și profesional dual; sănătate – ambulatorii, spitale regionale etc.; spații publice și spații verzi – regenerare urbană în cartiere comuniste și cele noi, centre istorice, locuri de joacă, zone de agrement etc.).

În mod ideal, infrastructura conectivă și sistemele de transport public metropolitan ar trebui să primească cea mai mare parte din fonduri, deoarece răspund la cea mai stringentă problemă din majoritatea orașelor importante și zonele lor urbane funcționale.

Descentralizarea POR la nivel regional, în ciclul financiar 2021-2027.

În prezent, tot mai multe autorități locale reclamă faptul că prioritățile stabilite la nivel național nu corespund neapărat cu cele de la nivel regional/local (spre exemplu, toate regiunile de dezvoltare din țară primesc aceeași alocare procentuală din POR 2014-2020 pentru investiții în transferul tehnologic, deși unele dispun de 2-3 universități de stat, iar altele de peste 10) și că intermedierea acestora de către autoritățile de management de la nivel central îngreunează absorbția. Pe de altă parte, la nivel regional există deja organisme intermediare (Agențiile de Dezvoltare Regională) cu suficientă experiență în toate etapele (de la programare, la help-desk, evaluare, contractare, implementare, monitorizare, raportare etc.) și chiar capacitate (au, în medie, peste 100 de salariați,

birouri județene etc.) pentru a deveni autorități de management pentru programe de câteva sute de milioane de euro/regiune. Prin urmare, decizia este mai degrabă una politică și nu implică riscuri majore de reducere a absorbției, dacă este luată din timp. De menționat aici este că POR la nivel regional va finanța, prin axa dedicată dezvoltării urbane (corespondentul AP 4 din POR 2014-2020) intervențiile din orașele mici, dar și din zonele urbane funcționale care nu au fost selectate pentru finanțare din ITI.

Conceperea și implementarea unui program (complement la POR și ITI) cu finanțare de la bugetul de stat pentru dezvoltarea zonelor metropolitane (PNDM).

Acesta ar fi primul instrument financiar cu alocare de la bugetul de stat de după 1989 care să țintească dezvoltarea metropolitană în România, în condițiile în care programele de investiții ale MDRAP din ultimii 10-15 ani au vizat mai ales zonelor rurale și orașele mici (vezi PNDI, PNDL), sub umbrela unei așa-numite politici de coeziune teritorială internă. Programul ar trebui să beneficieze de o alocare multi-anuală, care poate crește gradual, în funcție de resursele disponibile. În cazul în care bugetul de stat nu poate acomoda aceste sume din resurse proprii (date fiind creditele de angajament mari pentru PNDL), se poate apela la soluții de creditare. Banca Mondială, Banca Europeană de Reconstrucție și Dezvoltare sau Banca Europeană de Investiții ar putea acorda împrumuturi pentru astfel de investiții, în condițiile garantării suverane a acestora de către Ministerul Finanțelor Publice. În ceea ce privește eligibilitatea, acest program ar trebui să finanțeze doar proiecte care vizează teritoriul a minim două unități administrativ-teritoriale din aceeași zonă urbană funcțională (pentru delimitarea acestora Banca Mondială a făcut deja o propunere, având în vedere criteriile OECD, organizație la care România face demersuri pentru aderare), pentru a evita concentrarea investițiilor doar în nucleele urbane (una dintre criticile aduse AP 1 din POR 2007-2013). Eligibile ar trebui să fie, cu respectarea aceluiași principiu teritorial, și Consiliile Județene și ADI-urile metropolitane constituite la nivelul zonelor urbane funcționale. De asemenea, proiectele propuse ar trebui să fie incluse obligatoriu într-un document de planificare strategică și/sau teritorială de la nivelul zonei urbane funcționale (de exemplu, Plan de Mobilitate Urbană Durabilă, strategie integrată de dezvoltare, PATZM etc.). Tipologia de proiecte finanțabile ar trebui să fie propusă pentru ITI, cu mențiunea că la aceasta se vor adăuga intervenții care nu sunt, în general, eligibile pentru finanțări europene. Și în acest caz, cele mai multe fonduri ar trebui orientate către infrastructura conectivă, mai ales către acele proiecte strategice care nu au fost finanțate din fonduri europene.

În raportul „Orașe Magnet", se recomandă elaborarea unui Program Național de Investiții Metropolitane, cu finanțare pe următoarele axe majore:

1. **INFRASTRUCTURĂ CONECTIVĂ METROPOLITANĂ**. Aproape fiecare oraș mare din România are nevoie de infrastructură conectivă suplimentară – atât pentru a înlesni o mai bună circulație a oamenilor, bunurilor și ideilor în interiorul zonei metropolitane, cât și pentru a îmbunătăți legăturile zonei metropolitane cu restul lumii (piețe de desfacere, parteneri de business, locuri de vacanță etc.).

2. **INFRASTRUCTURĂ DE BUSINESS METROPOLITANĂ**. Majoritatea facilităților industriale noi sunt construite în prezent în afara teritoriilor administrative ale centrelor urbane. De obicei, localitățile în care se află aceste facilități nu au bugete suficiente pentru o astfel de infrastructură.

3. **VEHICULE ȘI INFRASTRUCTURĂ DE TRANSPORT PUBLIC PENTRU ZONELE METROPOLITANE** (de exemplu, autobuze, tramvaie, microbuze). Există puține sisteme de transport metropolitan în România în acest moment, cu toate că datele privind numărul de navetiști arată că astfel de sisteme sunt necesare în majoritatea orașelor mari. Finanțarea unei infrastructuri metropolitane de transport public (de exemplu, stații de tranzit, facilități park-and-ride) și a vehiculelor aferente ar putea încuraja dezvoltarea de astfel de sisteme în mai multe localități, în beneficiul tuturor locuitorilor din zona metropolitană.

4. **REABILITAREA/MODERNIZAREA/EXTINDEREA SISTEMELOR DE TERMOFICARE**. Sistemele de termoficare reprezintă o metodă sustenabilă de furnizare a căldurii și energiei electrice (dacă există sisteme de cogenerare) într-o comunitate. Din păcate, aceste sisteme sunt costisitor de întreținut și exploatat, iar cele mai multe orașe au dificultăți din cauza lor. În unele orașe, sistemele de termoficare au dispărut complet; în altele, s-au redus considerabil, fiind înlocuite de centrale termice individuale; în acest timp, alte orașe continuă să utilizeze astfel de sisteme, care necesită cheltuieli semnificative și, de obicei, subvenții masive din partea autorității locale. Este evident că trebuie evitate investițiile în sisteme de termoficare ce nu mai sunt justificate din punct de vedere economic. Totuși, în zonele în care un astfel de sistem poate fi operat în mod eficient, este important să fie luată în considerare posibilitatea asistenței de la nivel central.

5. **REGENERAREA URBANĂ A CARTIERELOR DE BLOCURI**. 73% din locuitorii municipiilor din România trăiesc la bloc, dar nu există nici un program clar de regenerare urbană a cartierelor de blocuri. Un program de investiții al Ministerului Dezvoltării Regionale și Turismului, destinat izolării termice a blocurilor, a generat ulterior investiții (din fonduri de stat, UE și private) în toată România. Investițiile în izolații termice sunt finanțate acum prin Programul Operațional Regional 2014-2020, iar în multe orașe, investițiile sunt finanțate majoritar din surse private. Folosind modelul programului de izolare termică, Guvernul ar putea oferi finanțare pentru un program de regenerare urbană dedicat nu doar exclusiv blocurilor, ci și spațiilor comune interioare și exterioare (de exemplu, zone verzi, terenuri de joacă, parcări, alei, piste de biciclete).

6. **REABILITAREA CLĂDIRILOR ȘI CENTRELOR URBANE ISTORICE**. Multe dintre orașele istorice din România sunt relativ mici și au bugete reduse. Astfel, acestea nu reușesc de multe ori să își protejeze patrimoniul istoric și cultural, ceea ce atrage pierderea de posibile venituri din turism, ratând în același timp șansa de a deveni mai atractive pentru oameni și antreprenori.

7. **DEZVOLTAREA FONDULUI LOCATIV**. Dificultatea de a găsi locuințe accesibile poate reduce migrația în orașele dinamice și exclude unele persoane cu venituri reduse de pe piața imobiliară a acestor orașe. Ministerul Dezvoltării Regionale, Administrației Publice și Fondurilor Europene finanțează mai multe programe de dezvoltare de locuințe (de la locuințe sociale până la locuințe pentru romi sau pentru tineri), dar aceste programe sunt haotice, sporadice și de multe ori lipsite de o strategie. Banca Mondială a prezentat mai multe recomandări pentru dezvoltarea unui program unitar de construcții de locuințe, care să răspundă unor nevoi clare ale ZUF din România. Trebuie precizat, de asemenea, că 52% din investițiile în locuințele noi din zonele urbane funcționale ale celor 40 de reședințe de județ au fost realizate în zona peri-urbană, nu în interiorul centrului urban. De cele mai multe ori, localitățile din aceste zone peri-urbane nu dispun de fondurile necesare pentru investiții în locuințe și au nevoie de asistență națională – în special în cazul locuințelor pentru categorii defavorizate.

8. **REABILITAREA SPAȚIILOR PUBLICE**. Calitatea vieții este considerată ca fiind unul din factorii cheie care atrag oamenii spre orașe, iar cu cât calitatea vieții dintr-un oraș este mai mare, cu atât acesta va fi mai atractiv. Investițiile în reabilitarea spațiilor publice, extinderea/reabilitarea/modernizarea parcurilor și spațiilor verzi, dezvoltarea de alei pietonale și piste pentru bicicliști au o contribuție majoră la creșterea atractivității unui oraș. Multe din orașele din România nu dețin resursele necesare pentru a crește calitatea vieții în ritmul dorit de unii migranți.

9. **CREAREA DE PARCURI METROPOLITANE**. Majoritatea zonelor urbane din România sunt sărace în spații verzi întreținute corespunzător. Conform UE, fiecare centru urban trebuie să pună la dispoziția cetățenilor săi cel puțin 26 de metri pătrați de spații verzi pe cap de locuitor. Majoritatea orașelor mari din România nu reușesc să atingă acest prag. Asigurarea accesului unui număr cât mai mare de locuitori la spații verzi va necesita, în multe cazuri, dezvoltarea de parcuri la nivel metropolitan – în special atunci când centrele urbane nu au suficiente rezerve de terenuri care pot fi transformate în spații verzi.

Promovarea concentrării investițiilor realizate din fonduri europene și de la bugetul de stat în zonele urbane funcționale.

Acest lucru se poate face relativ simplu, prin includerea unui bonus de punctaj în grilele de evaluare ale proiectelor depuse spre finanțare. Spre exemplu, un proiect de reabilitare a unei școli rurale depus spre finanțare din PNDL va beneficia de punctaj suplimentar de X puncte dacă este inclus într-un document de planificare strategică sau teritorială de la nivelul unei zone urbane funcționale. Acest demers este important și pentru eficientizarea investițiilor publice, cunoscut fiind faptul că singurele zone cu creștere demografică din România sunt cele din jurul marilor orașe. Prin urmare, acestea au cea mai mare nevoie de investiții publice și acolo va fi obținut impactul cel mai mare al banilor cheltuiți de la buget.

LA NIVELUL STRUCTURILOR ADMINISTRAȚIEI LOCALE DIN ROMÂNIA (PRIMĂRII, CONSILII JUDEȚENE ȘI STRUCTURI ASOCIATIVE ALE ACESTORA)

Înființarea unor birouri pentru atragerea de investiții private, străine și autohtone.

După cum am indicat și mai sus, „prioritatea zero" a administrațiilor publice locale din România ar trebui să fie consolidarea sectorului privat prin atragerea de investiții în sectoare cu valoare adăugată și salarii mari. Acest lucru va aduce retenția forței de muncă la nivel local, atragerea de noi locuitori din țară și străinătate, dar și fonduri suplimentare la bugetele locale pentru realizarea de investiții publice din resurse proprii (extrem de importante, având în vedere că unele dintre regiuni ar putea să nu mai primească fonduri europene la fel de mari după 2027, pe fondul alinierii la PIB-ul mediu din UE și a ieșirii din zona de acțiune a politicii de coeziune). Aceste birouri ar trebui să ofere servicii integrate investitorilor, prin desemnarea de manageri de proiect pentru fiecare companie în parte, care să îi asiste pe întregul ciclu al investiției, de la identificarea și vizitarea de potențiale locații, la recrutarea de personal sau la implicarea în viața comunității după stabilirea la nivel local. ADI constituite la nivelul zonelor urbane funcționale ar putea fi vectorul cel mai potrivit pentru înființarea acestor birouri, în contextul în care au acoperire metropolitană, multe dintre terenurile disponibile pentru investiții fiind amplasate de facto în afara ariei administrative a municipiilor.

E important de menționat că multe din municipiile din România au deja un hinterland dezvoltat, cu zone peri-urbane foarte atractive pentru investitori. În raportul „Orașe Magnet", Banca Mondială a identificat bugetul ce poate fi alocat pentru investiții de capital – atât în municipiile reședință de județ, cât și în localitățile componente ale zonei urbane funcționale (vedeți tabelul următor).

Tabel 18. Bugetul ce poate fi alocat pentru investiții de capital într-o selecție de zone urbane funcționale din România, între 2014-2023

ZUF	Centrul urban	Zona peri-urbană a ZUF
Alba Iulia	79.335.483 €	31.894.242 €
Alexandria	46.260.643 €	12.340.221 €
Arad	232.769.605 €	108.216.628 €
Bacău	188.467.721 €	46.380.921 €
Baia Mare	121.925.796 €	52.188.515 €
Bistrița	82.485.241 €	33.131.758 €
Botoșani	81.888.934 €	11.699.039 €
Brăila	149.224.205 €	17.180.585 €
Brașov	351.355.206 €	205.220.303 €
București	5.654.747.305 €	925.833.873 €
Buzău	137.931.058 €	62.100.824 €
Călărași	59.315.472 €	19.173.525 €
Cluj-Napoca	419.765.525 €	127.378.156 €
Constanța	347.545.474 €	271.325.926 €
Craiova	274.330.186 €	78.357.190 €
Deva	79.753.116 €	86.630.505 €
Drobeta-Turnu Severin	87.125.205 €	20.908.405 €
Focșani	80.345.981 €	50.574.338 €
Galați	265.953.658 €	53.513.589 €
Giurgiu	52.048.111 €	7.804.176 €
Iași	293.573.282 €	57.279.668 €
Miercurea Ciuc	48.510.742 €	33.226.739 €
Oradea	225.901.162 €	96.949.924 €
Piatra Neamț	101.196.775 €	33.233.086 €
Pitești	175.617.591 €	182.660.557 €
Ploiești	271.826.657 €	206.769.858 €
Râmnicu Vâlcea	118.712.548 €	90.120.590 €
Reșița	72.168.216 €	4.697.643 €
Satu Mare	106.628.016 €	51.081.570 €
Sfântu Gheorghe	53.413.468 €	17.736.645 €
Sibiu	213.315.669 €	116.573.688 €
Slatina	96.011.879 €	30.411.915 €
Slobozia	48.660.441 €	21.521.552 €
Suceava	123.734.102 €	39.814.303 €
Târgoviște	98.853.981 €	56.294.072 €
Târgu Jiu	84.787.696 €	37.480.986 €
Târgu Mureș	184.351.885 €	70.009.762 €
Timișoara	417.469.040 €	211.906.432 €
Tulcea	82.633.476 €	16.334.304 €
Vaslui	48.104.724 €	13.324.763 €
Zalău	56.798.556 €	20.510.019 €
TOTAL	11.714.843.831 €	3.629.790.795 €

Sursa: 2017. Orașe-Magnet: Migrație și navetism în România, Washington, DC: Banca Mondială

Dezvoltarea învățământului profesional în sistem dual.

Pe lângă problemele legate de infrastructură, România începe să piardă teren în ceea ce privește atragerea de investiții din cauza deficitului de forță de muncă calificată. Unele zone din țară, precum Brașovul, au demonstrat că există soluții viabile în acest sens. Acolo s-a înființat o școală profesională în sistem dual („Kronstadt") german cu o rată de promovabilitate și retenție a absolvenților la nivel local absolut remarcabilă. Acesta a fost rezultatul unui efort conjugat al administrației locale (prin punerea la dispoziție a infrastructurii educaționale excedentare, de care dispun multe orașe din România pe fondul declinului demografic) și al sectorului privat, care s-a implicat activ în dotarea școlii, dar și în mentoratul elevilor. Astfel de modele ar trebui să fie implementate de toate aglomerările urbane din România, plecând de la specificul economiilor locale.

Stimularea antreprenoriatului local, mai ales în domenii precum IT&C sau industriile creative.

Mulți tineri absolvenți părăsesc România din cauza imposibilității de a-și pune ideile de afaceri în practică, reclamând accesul dificil la creditare sau lipsa unui sprijin real din partea autorităților. Pentru aceștia, autoritățile locale pot gândi pachete de susținere, în limita mijloacelor legale de care dispun. Acestea pot pleca de la amenajarea unor spații de co-working, dezvoltarea în PPP de incubatoare și acceleratoare de afaceri, oferirea de finanțări nerambursabile pe bază de competiție, acordarea de facilități fiscale etc.

Consolidarea universităților ca vectori de dezvoltare în orașele mari din România.

Cele mai atractive orașe din România au fost în ultimul deceniu și continuă să fie centre universitare mari (București, Cluj-Napoca, Iași, Timișoara). Acestea au atras permanent mii de talente de pe areale geografice tot mai largi, care au atras la rândul lor investiții private în domenii de vârf și au pus în mișcare tot sângele economiei locale. În plus, universitățile au atras și un număr tot mai mare de studenți străini, ceea ce a însemnat un plus de putere de cumpărare în acele orașe, dar și o atmosferă cosmopolită, specifică marilor centre urbane din Europa de Vest. Totuși, universitățile românești nu și-au atins potențialul de dezvoltare, dovadă fiind poziționarea lor modestă în clasamentele europene. În plus, declinul demografic le obligă să iasă din zona de confort și să se uite către studenții străini, dar și către o ofertă de nișă. Administrația locală și universitățile ar trebui să colaboreze tot mai strâns în acest sens. Astfel, administrația poate juca cu succes rolul de liant între sectorul privat și cel academic, dar se poate implica și în asigurarea infrastructurii suport, de la extinderea campusurilor universitare, la acordarea de ajutoare de stat pentru creșterea numărului de linii aeriene sau acordarea de facilități și burse pentru studenții din alte zone care vor să studieze la nivel local și nu își permit.

Stabilirea unei liste clare de investiții prioritare care să vizeze creșterea calității vieții.

Sondajul realizat în rândul populației cu ocazia elaborării raportului „Orașe Magnet. Migrație și navetism în România" a demonstrat, pe de o parte, că românii sunt mai tentați să se mute în orașe care arată bine, iar, pe de altă parte, că ar accepta să se mute într-un alt oraș unde ar câștiga la fel sau chiar mai puțin dacă acesta le-ar oferi o calitate mai bună a vieții. În prezent, cele mai multe orașe din România au strategii de dezvoltare cu idei de proiecte pe sute de pagini, care exced de câteva ori resursele financiare de care dispun, dar fără o prioritizare clară, ceea ce face ca multe din ele să rămână pe hârtie sau în stadii incipiente. Deși au fost mult timp ignorate, în favoarea investițiilor în asfalt și rețele tehnico-edilitare, spațiile publice și cele verzi au devenit un factor major de atractivitate pentru locuitori, care fac diferența între orașe. Așadar, pe lângă fondurile europene și de la bugetul de stat, municipalitățile ar trebui să investească și fonduri publice în organizarea unor concursuri internaționale de soluții pentru remodelarea unor spații publice identitare (de exemplu, centre istorice, centre civice, piețe etc.), a celor din cartierele comuniste de blocuri, dar și din noile zone rezidențiale de la periferie, cel mai adesea cu dotare precară.

Întărirea capacității de pregătire și implementare a proiectelor de investiții.

După cum indicam și mai sus, cele mai multe idei de proiecte din strategiile administrațiilor publice locale din România rămân pe hârtie sau sunt implementate cu mare întârziere. În unele cazuri nu este vorba despre bani (multe orașe mari au înregistrat un excedent al bugetului pentru dezvoltare la sfârșitul mai multor ani consecutivi, deci nu au putut investi cât au planificat), ci despre capacitate administrativă limitată. Cu câteva excepții notabile, primăriile din țară nu au unități de implementare de tip „task force" pentru investiții, cu echipe de specialiști multidisciplinare, suficient de mari încât să poată gestiona un volum mare de investiții. Astfel, procedura de maturizare a unei idei de proiect dintr-o strategie poate implica un circuit de câteva luni a documentelor în interiorul instituției, după care alte câteva luni în faza de licitație, ajungând în implementare peste 2-3 ani. Banca Mondială a propus o schemă de personal pentru o unitate de implementare de acest tip pentru fiecare administrație locală, funcție de bugetul operațional realist al acesteia, instrumente de monitorizare și evaluare a performanței simple și ușor de pus în practică (un sistem de tip „tablou de bord" / „dashboard" pentru conducerea instituției).

Schimbul de bune practici și asocierea dintre autoritățile publice locale.

Toate orașele importante din România excelează într-un domeniu sau altul, însă acest lucru nu este promovat corespunzător la nivel de echipe de conducere sau executive. Prin schimbul de bune practici între acestea, cel mai probabil jumătate dintre problemele punctuale cu care se confruntă administrațiile locale din România și-ar găsi o rezolvare imediată. Așadar, aceste schimburi formale și informale trebuie încurajate. O soluție ar fi elaborarea de ghiduri de bune practici în administrația locală și metropolitană de către AMR și FZMAUR. De asemenea, societatea civilă s-ar putea implica pentru a facilita evenimente în care primarii și city-managerii să discute soluții la probleme punctuale. Dar cele mai eficiente rămân schimburile de personal de la nivel executiv, pe teme concrete (de exemplu, regenerarea urbană a centrelor istorice, sistemele metropolitane de transport, interfața administrației cu cetățenii, aplicațiile IT pentru aceștia etc.).

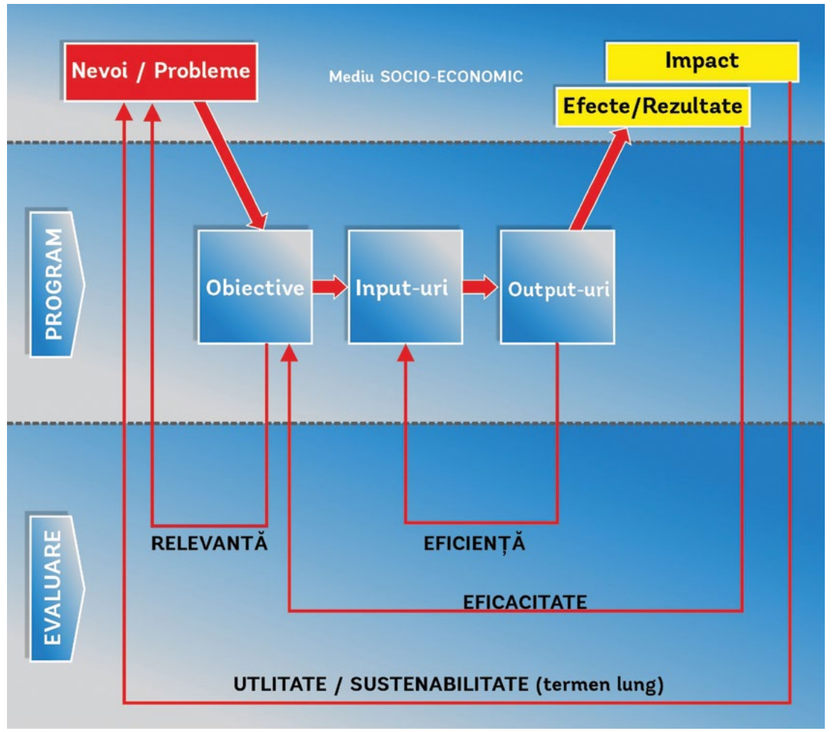
Implicarea activă a cetățenilor și a mediului de afaceri în procesul decizional și valorificarea creativității civice.

În multe orașe din România încă predomină o atitudine defensivă și reacționară a administrației locale în raport cu cetățenii și chiar cu mediul de afaceri. Cei mai mulți dintre aceștia nu au încredere în administrație și o critică permanent, context în care aceasta evită să-i consulte de o manieră veritabilă când ia decizii. O soluție mult mai eficientă ar fi depășirea acestei prăpastii și valorificarea creativității societății civile în scopul îmbunătățirii calității vieții la nivel local. Proiectele de bugetare participativă s-au demonstrat extrem de eficiente în acest sens, canalizând frustrările și nemulțumirile cetățenilor în idei de proiecte pentru administrație. De asemenea, aplicațiile prin care cetățenii pot face reclamații în timp real cu privire la spațiul public sau activitatea administrației, ca și funcționarea unor consilii civice unde să se dezbată proiecte de interes public sunt demersuri care pot netezi calea unei conlucrări de lungă durată între sectorul public și societatea civilă. Doar într-un astfel de mediu orașele din România se pot dezvolta în continuare.

Elaborarea unei viziuni de dezvoltare ambițioase și realiste.

Cum s-a discutat în acest raport, oamenii cu greu sunt animați de idei mici sau modeste. O comunitate va fi cu greu galvanizată în jurul unui proiect de asfaltare de străzi – are nevoie de un proiect care să îi anime imaginația. Mândria locală și atașamentul față de un anumit oraș țin nu numai de realizările trecutului (de exemplu, clădiri frumoase, o echipă de fotbal cu un palmares bun), ci și de realizările propuse pentru viitor. Oamenii vor să fie parte a unui plan ambițios și vor să simtă că joacă și ei un rol în realizarea unui astfel de plan. Ca atare, este foarte important ca administrațiile locale să elaboreze, în strânsă colaborare cu cetățenii și cu actorii locali, o viziune ambițioasă de dezvoltare pe termen lung. Este de asemenea foarte important ca această viziune de dezvoltare pe termen lung să includă borne de performanță intermediare, care, pe de o parte să permită administrației locale să determine dacă este pe drumul cel bun (schema de mai jos, elaborată de Comisia Europeană, indică cum ar trebui să arate un proces de monitorizare și evaluare eficient), iar, pe de altă parte, să dea cetățenilor câștiguri concrete, care îi pot transforma din simplii spectatori, în agenți de dezvoltare. Un cetățean care simte că este parte a unei comunități în plină dezvoltare și care simte că are și el/ea un aport la această viziune de dezvoltare, va fi un cetățean care se va lupta activ pentru comunitatea sa. Cu cât o zonă metropolitană va avea mai mulți actori locali care se vor implica activ în dezvoltarea sa, cu atât va avea șanse mai mari de dezvoltare.

Figura 54. Un sistem de monitorizare și evaluare eficient



Sursa: Comisia Europeană. 2006. „Indicative Guidelines on Evaluation Method"

Fără zone metropolitane puternice, România nu are cum să își susțină creșterea pe termen lung. Momentul pentru a începe consolidarea zonelor metropolitane din România este acum!

CAMPANIA „ALEGE PRIORITĂȚILE ORAȘULUI TĂU”

Campania „ALEGE PRIORITĂȚILE ORAȘULUI TĂU"

Banca Mondială în parteneriat cu Federația Zonelor Metropolitane și Aglomerărilor Urbane din România (FZMAUR) și cu sprijinul autorităților publice subnaționale a identificat o serie de proiecte cu impact metropolitan pentru București și cele 40 de reședințe de județ din România. Ulterior, cetățenii au fost invitați să prioritizeze importanța acestor proiecte pentru comunitatea locală, în cadrul celei mai mari campanii de consultare publică din țară pe tema dezvoltării urbane și metropolitane.

Misiunea Campaniei „Alege Prioritățile Orașului Tău" a constat în sprijinirea colaborării dintre autoritățile publice și cetățeni pentru dezvoltarea primei viziuni de dezvoltare metropolitană a României.

Obiective

Obiectivele principale ale acestui exercițiu au fost:

1. Identificarea unui prim set de proiecte majore ce pot încuraja și cataliza dezvoltarea principalelor zone urbane funcționale și metropolitane din România, agreat atât de către autoritățile publice subnaționale, cât și de comunitățile locale;

2. Inițierea unei discuții asupra priorităților urbane din aceste zone, invitând și încurajând cetățenii să se informeze, să dialogheze și să se implice civic pentru viitorul orașelor lor.

Figura 55. Imagine de promovare a campaniei



Sursa: Imagine creată de autori

Durată

Pregătirea Campaniei de consultare publică „Alege Prioritățile Orașului Tău!" a durat aproximativ 8 luni. În această perioadă, echipa a colectat documentele strategice în vigoare pentru zonele urbane funcționale din România și a desfășurat activități de consultare cu autoritățile publice subnaționale, definitivând astfel listele finale de proiecte cu impact metropolitan.

Consultarea publică s-a desfășurat în mediul online în perioada 22 ianuarie – 22 martie 2019 și a constat în invitarea cetățenilor să ia parte la ierarhizarea proiectelelor de importanță strategică, selectate pentru fiecare zonă urbană funcțională a celor 40 de reședințe de județ din România, respectiv pentru zona metropolitană București-Ilfov.

Rezultatele campaniei au fost făcute publice în data de 3 aprilie 2019, în urma validării tuturor răspunsurilor.

Metodologie

Selectarea proiectelor de dezvoltare metropolitană

O etapă importantă înainte de lansarea campaniei de consultare publică a constat în colectarea de proiecte din toate documentele strategice de dezvoltare urbană relevante pentru fiecare reședință de județ din România și pentru București-Ilfov. Astfel, pentru fiecare din cele 41 de zone urbane funcționale, au fost selectate și centralizate într-o bază de date proiectele prevăzute în Planurile Urbanistice Generale (PUG), Planurile de Mobilitate Urbană Durabilă (PMUD), Strategiile Integrate de Dezvoltare Urbană (SIDU) și Master Planul General de Transport (MPGT). În baza de date au fost incluse denumirea proiectului, sursa de finanțare, bugetul estimat și perioada de implementare pentru fiecare proiect în parte. Rezultatul acestui exercițiu a constat în realizarea unei prime selecții de proiecte strategice majore, cu impact la nivelul fiecărei zone urbane funcționale a reședințelor de județ și a Bucureștiului.

Propunerea finală de până la zece proiecte strategice atent selectate pentru fiecare din cele 41 de zone urbane functionale a fost realizată în urma unui proces consultativ cu autoritățile publice subnaționale din România, mandate să implementeze astfel de proiecte. Consultarea a început cu o serie de scrisori transmise către toți primarii reședințelor de județ, către președinții consiliilor județene, către prefecți, către directorii Agențiilor de Dezvoltare Regională și către coordonatorii Zonelor Metropolitane din România. Aceste scrisori au explicat exercițiul în derulare al Băncii Mondiale și au solicitat implicarea autorităților publice în selectarea a cel mult zece proiecte cu impact metropolitan ce pot cataliza dezvoltarea zonei pe care o reprezintă. De asemenea, scrisorile menționau obligativitatea proiectelor selectate de a îndeplini următoarele criterii:

1. Să fie incluse într-un document strategic sau programatic existent (SIDU, PIDU, PUG, MPGT).
2. Să aibă un prag valoric minim, ajustat în funcție de capacitatea bugetară a fiecărei reședințe de județ.
3. Să nu aibă finanțare asigurată.

În cadrul acestui prim proces consultativ, autoritățile publice au transmis echipei selecțiile de proiecte pentru fiecare reședință de județ și pentru zona metropolitană București-Ilfov.

Realizarea chestionarului pentru ierarhizarea proiectelor

Toatele proiectele au fost incluse într-un chestionar online, creat și personalizat pentru campania de consultare a cetățenilor „Alege Prioritățile Orașului Tău". Platforma online utilizată a fost selectată atât pentru ușurința în aplicarea tipurilor de întrebări folosite, cât și pentru ușurința utilizării acesteia de către cetățeni, fără a fi necesară introducerea de date personale pentru completarea chestionarului. Aceste criterii au fost gândite pentru a facilita și a încuraja utilizarea platformei de cât mai mulți cetățeni.

Chestionarul a fost creat utilizând două întrebări referitoare la: (1) selectarea orașului și (2) ierarhizarea proiectelor pentru orașul selectat la prima întrebare. Instrucțiuni despre completarea chestionarului și informații despre campania de consultare au fost puse la dispoziție cetățenilor atât pe pagina platformei ce a găzduit chestionarul, cât și prin intermediul unui video (https://www.facebook.com/prioritatile.orasului.tau/videos/2091168897607694/) promovat pe pagina oficială de social media (Platforma Facebook) a campaniei.

Lansarea și derularea campaniei

Campania de consultare publică a avut loc în perioada **22 ianuarie - 22 martie 2019**. În acest interval, cetățenii au fost invitați să acceseze chestionarul online, să selecteze orașul dorit și să ierarhizeze proiectele generate pentru orașul selectat (pe primul loc cel mai important proiect, iar pe ultimul loc cel mai puțin important proiect) în funcție de importanța și impactul asupra comunității locale și a zonei metropolitane.

Comunicarea campaniei s-a desfășurat în principal pe pagina de social media creată în acest scop (www.facebook.com/Prioritatile.Orasului.Tau) și pe pagina web a proiectului (www.prioritatileorasuluitau.ro).

Figura 56. Pagina de Facebook a campaniei



Sursa: www.facebook.com/Prioritatile.Orasului.Tau

În cele două luni de campanie, pagina de Facebook „Prioritățile Orașului Tău" a fost apreciată de peste 2.200 de utilizatori. Pe platforma de social media au fost derulate zeci de acțiuni de promovare cu mesaje adaptate pentru fiecare oraș în parte, invitând cetățenii să completeze chestionarul și astfel să se implice în dezvoltarea orașului lor. Prin intermediul mesajelor publicate constant, cetățenii au fost menținuți la curent cu situația numărului de răspunsuri pentru fiecare oraș, precum și întrebați dacă sunt de acord cu proiectele votate în topul preferințelor.

Pagina web a campaniei a fost un instrument foarte important ce a permis transmiterea unui volum mai mare de informații despre acest exercițiu, cum ar fi detaliile din secțiunile „Despre campanie", „Întrebări frecvente" sau „Cum se completează chestionarul". O altă secțiune importantă a fost cea care invita cititorul să ocupe un rol central în campanie, devenind ambasador al acesteia, prin completarea chestionarului și nominalizarea sau invitarea a cel puțin alte trei persoane să facă același lucru. Astfel, a fost posibilă mobilizarea atât a unor persoane vizibile în spațiul public, cât și a unor cetățeni mai puțin cunoscuți, însă dornici să contribuie la o schimbare pozitivă în orașul lor.

Figura 57. Platforma web a campaniei



***Sursa:** www.prioritatileorasuluitau.ro*

Pe această platformă web au fost publicate, de asemenea, **41 de hărți** ce reprezintă grafic proiectele strategice de dezvoltare urbană și metropolitană incluse în procesul de consultare publică. La finalul campaniei, hărțile au fost modificate conform preferințelor majoritare ale cetățenilor și publicate de data aceasta în secțiunea „Rezultate".

Un rol extrem de important în derularea campaniei l-au avut autoritățile publice subnaționale implicate în selectarea proiectelor. În acest sens, chestionarul întocmit a fost transmis către reprezentanții fiecărei reședințe de județ în vederea distribuirii acestuia către actorii relevanți din zona urbană respectivă, și anume: cetățeni, organizații neguvernamentale, mass-media, universități, camere de comerț, companii private, precum și alte instituții publice locale. Pentru a afla preferințele cetățenilor în ceea ce privește proiectele propuse pentru ierarhizare, autoritățile au recurs la toate canalele de promovare ce le-au stat la dispoziție: paginile web ale instituțiilor, paginile de social media oficiale sau personale, mass-media locală, evenimente locale, afișe ș.a.m.d.

Figura 58. Exemplu de mesaj de promovare din partea autorităților publice subnaționale



Sursa: Pagina de Facebook a Primăriei Municipiului Zalău

Reprezentanții mass-media, de asemenea, s-au dovedit a fi parteneri extrem de valoroși în procesul de implicare a cât mai multor cetățeni în ierarhizarea proiectelor. Peste **100** de redacții de știri locale au sprijinit campania la TV, radio și pe social media, cu mesaje personalizate pentru fiecare reședință de județ în parte, în timp ce media națională a asigurat o acoperire unitară a subiectului și a mobilizat, totodată, diaspora.

Figura 59. Articol despre campanie publicat de publicația locală Ziua Constanța



Sursa: www.facebook.com/Prioritatile.Orasului.Tau

Figura 60. Articol despre campanie publicat de publicația națională Republica

Sursa: www.facebook.com/Prioritatile.Orasului.Tau

Partenerii principali în campania de promovare a consultării publice „Alege Prioritățile Orașului Tău" au fost UrbanizeHub, fondatorii unei platforme colaborative de idei, opinii, proiecte și știri despre orașe inteligente și dezvoltarea urbană sustenabilă. Partenerii noștri au fost extrem de eficienți ca încă de la începutul campaniei să promoveze consultarea publică pe platformele proprii de comunicare, cât și pe cele ale mass-media locală și națională, prin participarea la emisiuni în domeniu și redactarea de articole personalizate.

Figura 61. Mesaj de promovare pe platforma social media UrbanizeHub



Sursa: www.facebook.com/UHubRomania

Figura 62. Mesaj de promovare pe platforma web și social media UrbanizeHub



Sursa: www.facebook.com/UHubRomania

Rezultate

Campania a reușit să ajungă la un număr de peste **150.000** de cetățeni ce au accesat chestionarul și a strâns peste **100.000** de răspunsuri la nivel național.

Proiectele prioritare votate de cetățeni pe primul loc în fiecare zonă urbană au fost preponderent proiecte de **infrastructură de transport rutier** precum construcția de autostrăzi sau drumuri expres (59%), urmate de cele de **infrastructură de sănătate** precum construcția sau renovarea spitalelor județene și regionale (20%).

La finalul campaniei a fost dezvoltată o **listă finală** de proiecte prioritare majore de dezvoltare urbană, atât pentru București, cât și pentru fiecare dintre cele 40 de reședințe de județ din România. Fiind agreate pentru prima dată atât de către administrația publică, cât și de comunitatea locală, aceste liste de proiecte vor putea informa deciziile viitoare de investiții publice respectând o **viziune comună**.

Așa cum s-a dorit prin realizarea acestui proces de consultare publică, cetățenii s-au implicat nu doar prin ierarhizarea proiectelor, dar și prin inițierea unor discuții asupra acestor proiecte și importanța lor pentru comunitate. Discuțiile au avut ca rezultat o conștientizare mai mare în rândul comunităților a prioritățile necesare pentru dezvoltare metropolitană, s-au formulat noi propuneri de proiecte și chiar s-au creat noi inițiative de consultare publică locală.

Rezultatele campaniei au fost comunicate prin intermediul celor două platforme online oficiale, respectiv pagina de Facebook „Prioritățile Orașului Tău" și pagina web, secțiunea „Rezultate". Acestea sunt în continuare disponibile pentru publicul larg.

Figura 63. Exemplu de promovare a rezultatelor finale (Top 3 proiecte alese în Baia Mare)



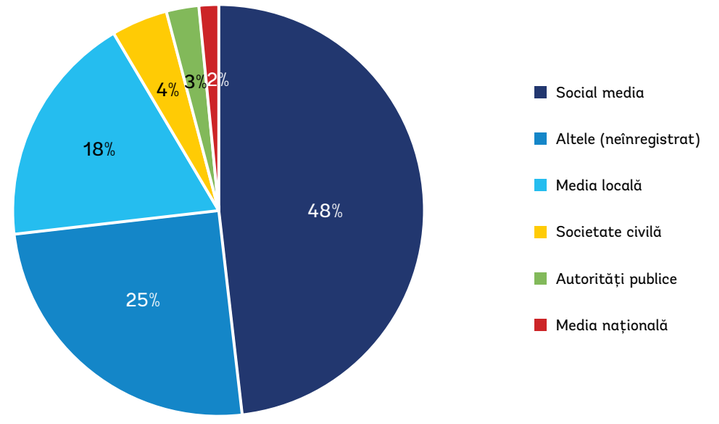
Sursa: *www.facebook.com/Prioritatile.Orasului.Tau*

La finalul campaniei, mesajele de promovare publicate pe pagina de Facebook „Prioritățile Orașului Tău" au înregistrat peste **400.000 de vizualizări**, au ajuns la peste **300.000** de utilizatori unici ai platformei online, din care peste **33.000** au interacționat cu pagina campaniei, fie prin publicarea unui comentariu, vizualizarea unui video al campaniei, apreciarea unui mesaj sau a unei fotografii, sau prin împărtășirea cu alți utilizatori a conținutului paginii.

Din punct de vedere demografic, persoanele cele mai receptive în a se implica în campanie, prin intermediul paginii de Facebook „Prioritățile Orașului Tău" au fost cele cu vârsta cuprinsă între **55-64** și **45-54** de ani, urmate de cele din categoria 35-44 și 65+ ani, preponderent bărbați, în special în orașele cu proiecte venind majoritar din domeniul infrastructurii de transport. Conținutul de promovare publicat pe canalul Instagram prin intermediul Facebook a fost cel mai de succes în rândul persoanelor cuprinse în categoria 18-24 și 25-34 ani.

Campania a beneficiat de peste **1.200** de mențiuni în media locală și națională, atingând un număr de peste **240.000** de vizualizări unice pe platformele web ale mass-mediei din România. Au fost înregistrate peste **300** de domenii de referință unice, printre care, pe lângă presa locală și presa națională, platformele web ale autorităților publice și ale societății civile, precum și social media. Graficul următor prezintă procentul numărului de răspunsuri înregistrate din diferitele domenii de referință, cu mențiunea că nu toate domeniile au putut fi înregistrate datorită setărilor individuale de confidențialitate ale utilizatorilor.

Figura 64. Procentaj de răspunsuri în funcție de domeniul de referință

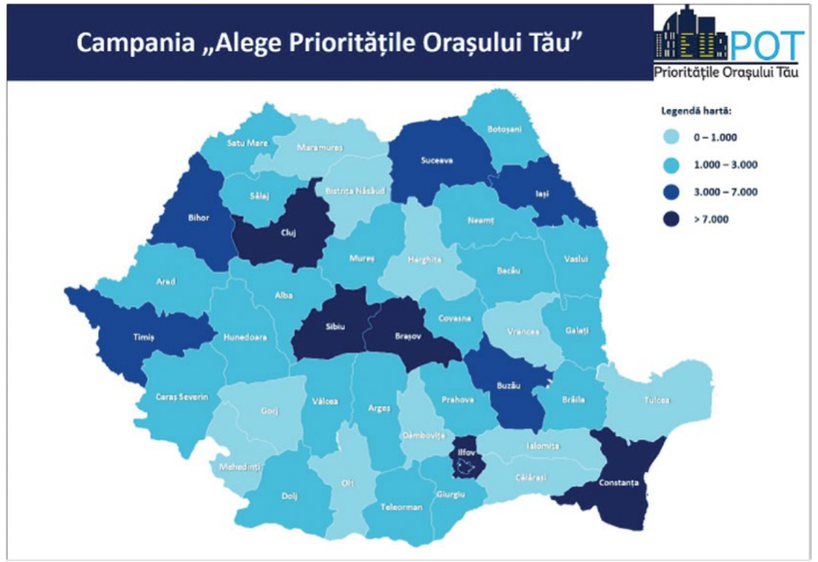


Sursa: Date prelucrate de autori

Din cele peste 100.000 de răspunsuri primite pentru ierarhizarea proiectelor prioritare, cinci orașe au înregistrat între **7.000 și 10.000** de răspunsuri fiecare, iar 30 de orașe au primit peste **1.000** de voturi de la cetățeni.

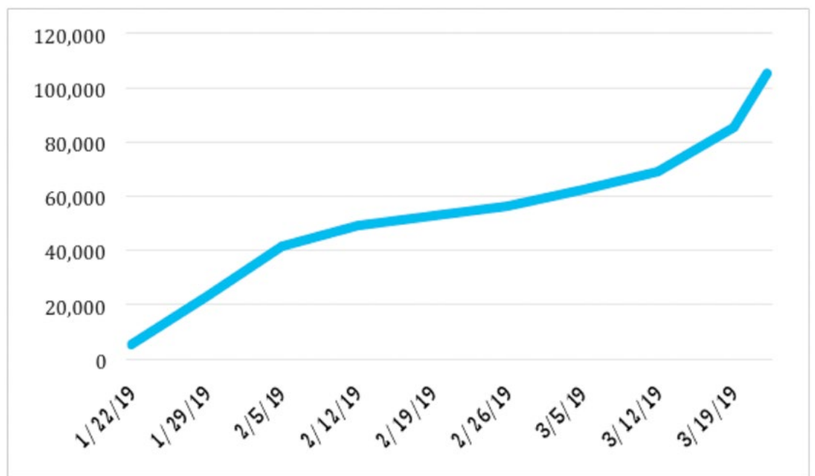
Numărul de răspunsuri înregistrate din partea cetățenilor a crescut liniar în cele două luni ale consultării publice, această evoluție fiind prezentată în Figura 66 de mai jos, pentru fiecare săptămână de desfășurare a campaniei.

Figura 65. Număr de răspunsuri la nivel de oraș



Sursa: Date prelucrate de autori

Figura 66. Evoluția numărului de răspunsuri pe parcursul desfășurării campaniei



Sursa: Date prelucrate de autori

Rezultatele campaniei de consultare publică au fost transmise către fiecare instituție subnațională implicată în acest proces (primăriile reședințelor de județ, consiliile județene și prefecturile), către mass-media națională și locală, către organizațiile neguvernamentale naționale și locale și publicate, de asemenea, pe platformele proprii ale campaniei (platforma web si social media). Rezultatele au fost comunicate prin mijloace interactive și prin diverse materiale de promovare care să faciliteze atractivitatea acestor rezultate pentru cât mai mulți cetățeni. Hărțile care conțin reprezentarea grafică a proiectelor prioritare pentru fiecare zonă urbană funcțională sunt adăugate în Anexa 1 a acestui document.

Figura 67. Imagine de promovare a campaniei



Sursa: Imagine creată de autori

ANEXA 1

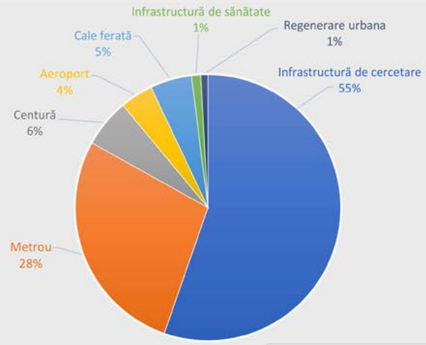
Reprezentări grafice ale proiectelor prioritare rezultate în urma campaniei de consultare publică „ALEGE PRIORITĂȚILE ORAȘULUI TĂU”

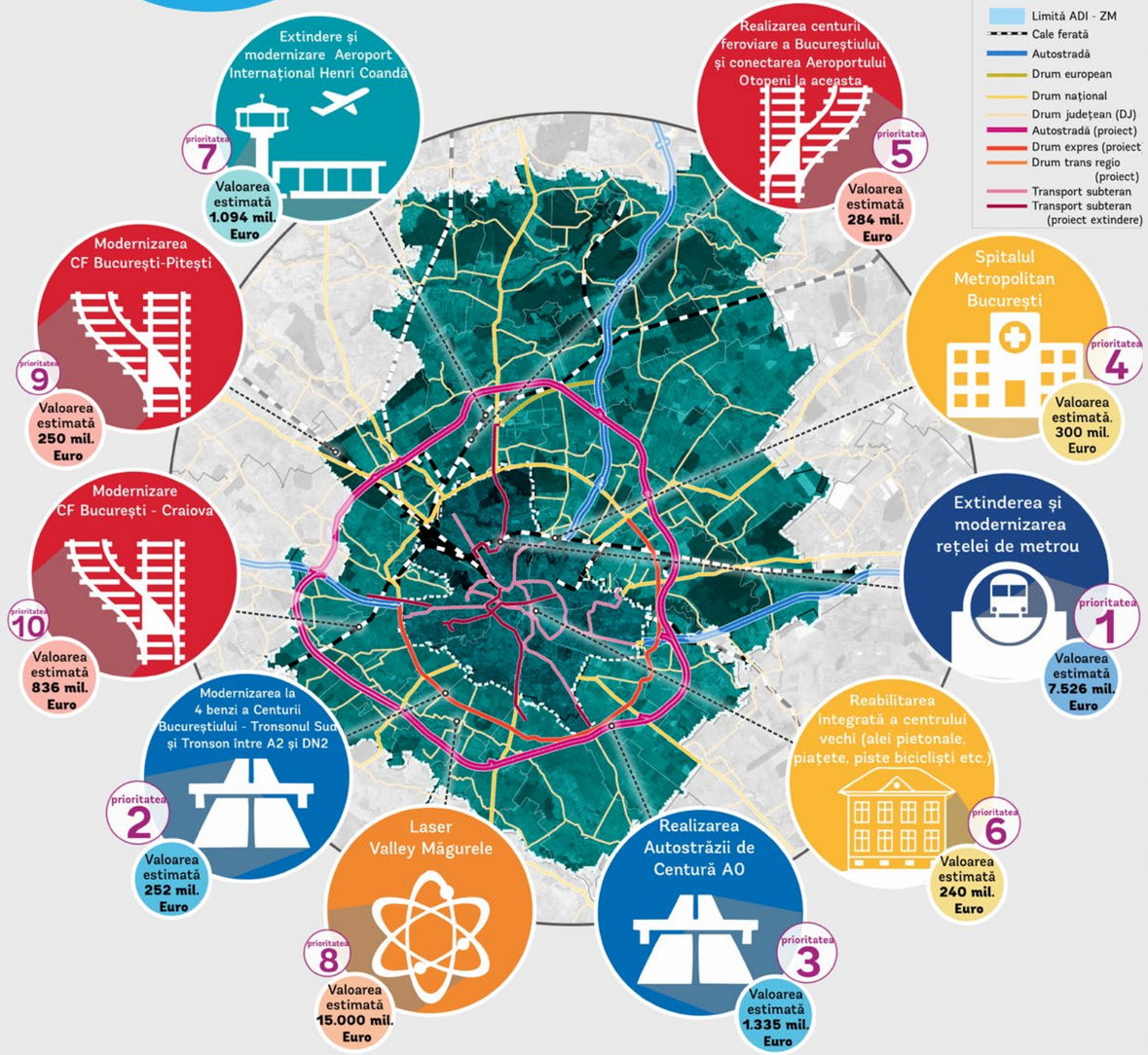
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

BUCUREȘTI - ILFOV

valoarea estimată a proiectelor:
€ 27.117 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



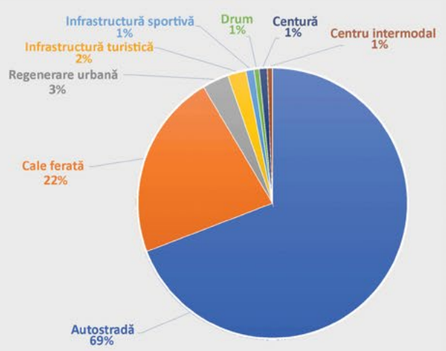


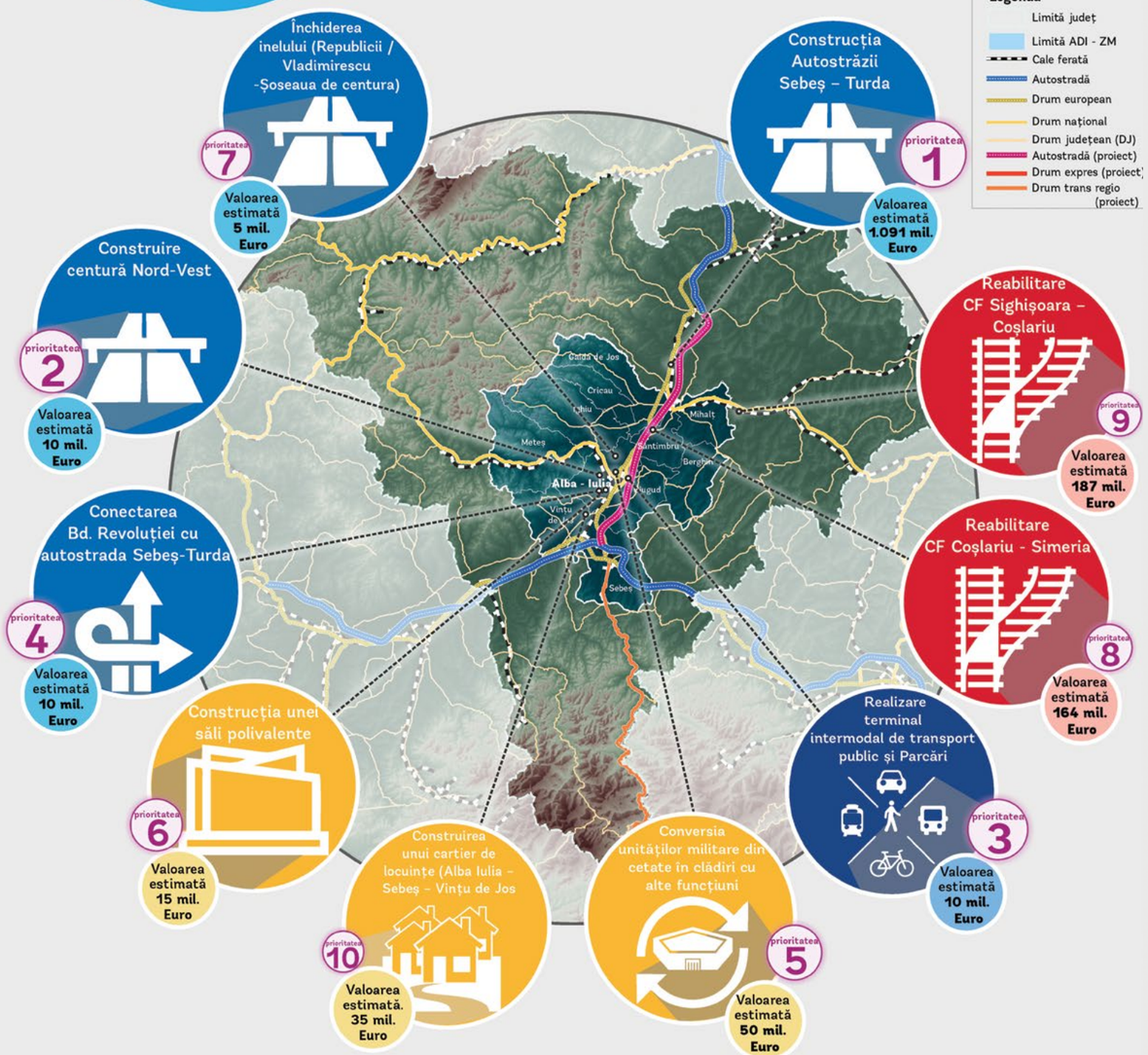
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

ALBA-IULIA

valoarea estimată a proiectelor:
1.542 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



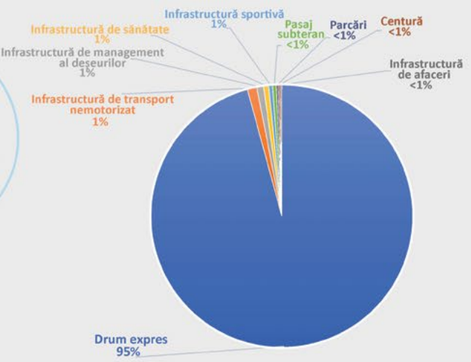


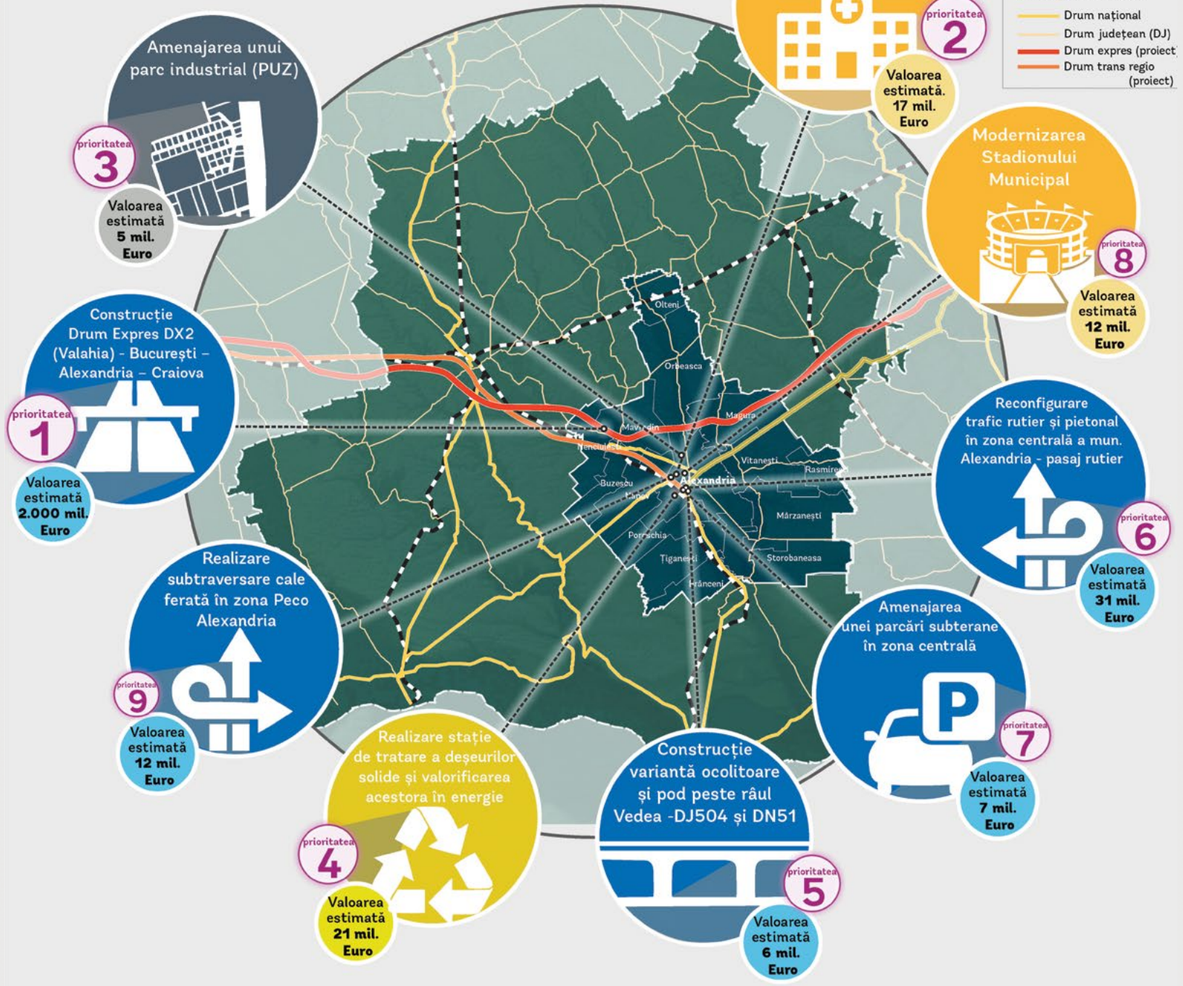
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

ALEXANDRIA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 2.111 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



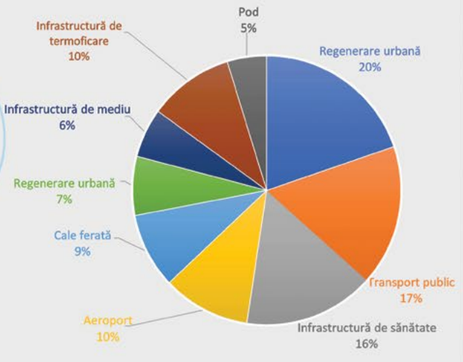


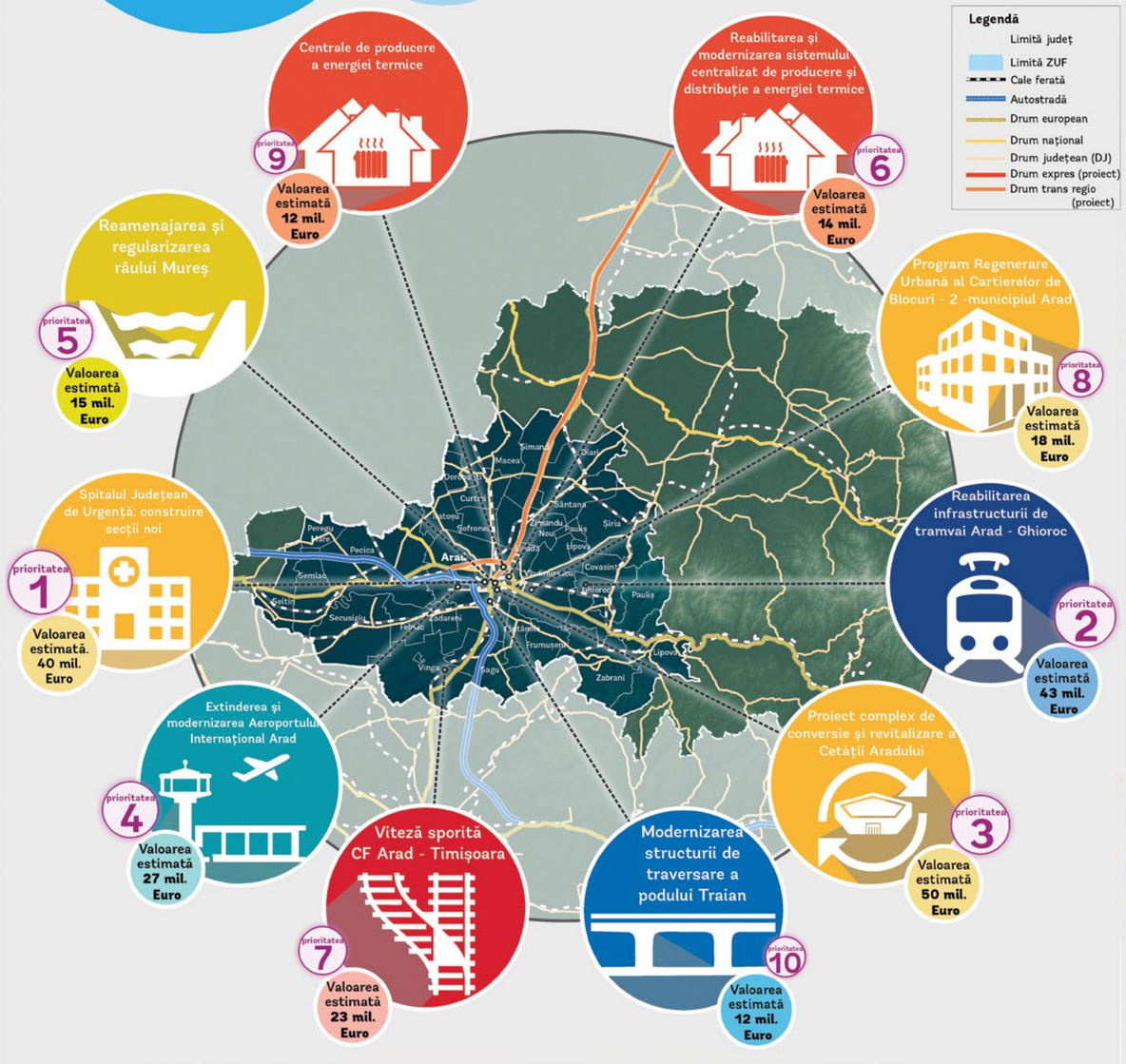
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

ARAD

valoarea estimată a proiectelor:
€ 254 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:





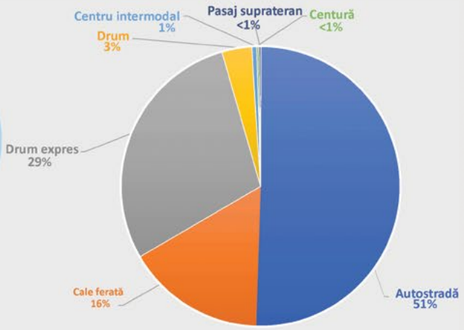
Zona metropolitană/ Aglomerarea urbană

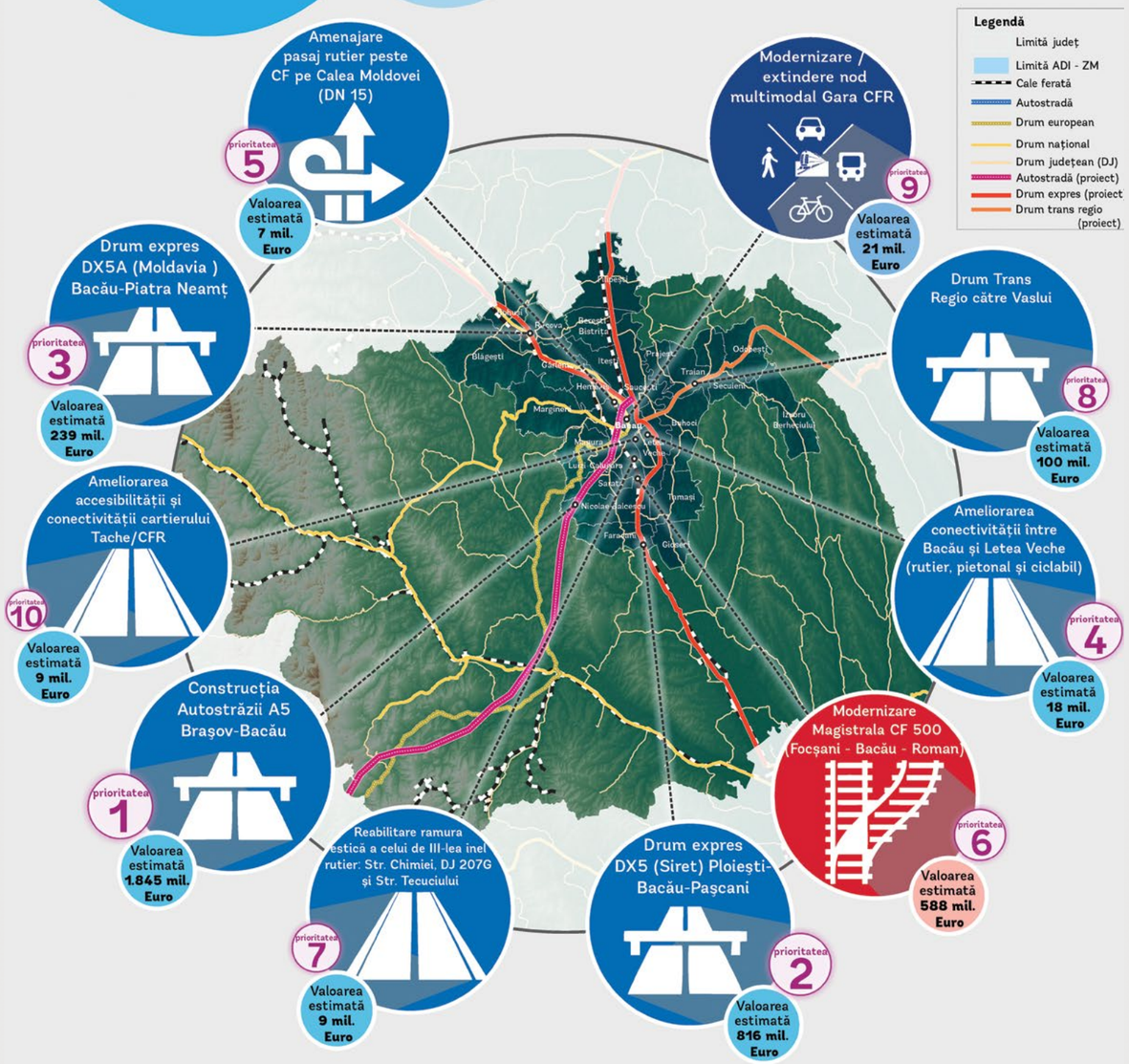
BACĂU

valoarea estimată a proiectelor:

€ 3.561 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:





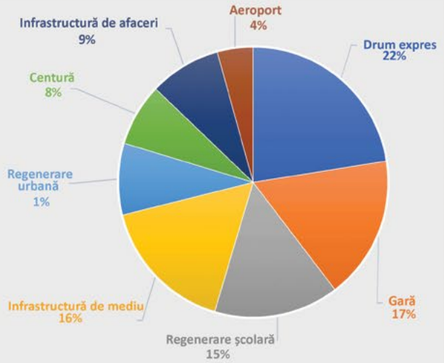
Zona metropolitană/ Aglomerarea urbană

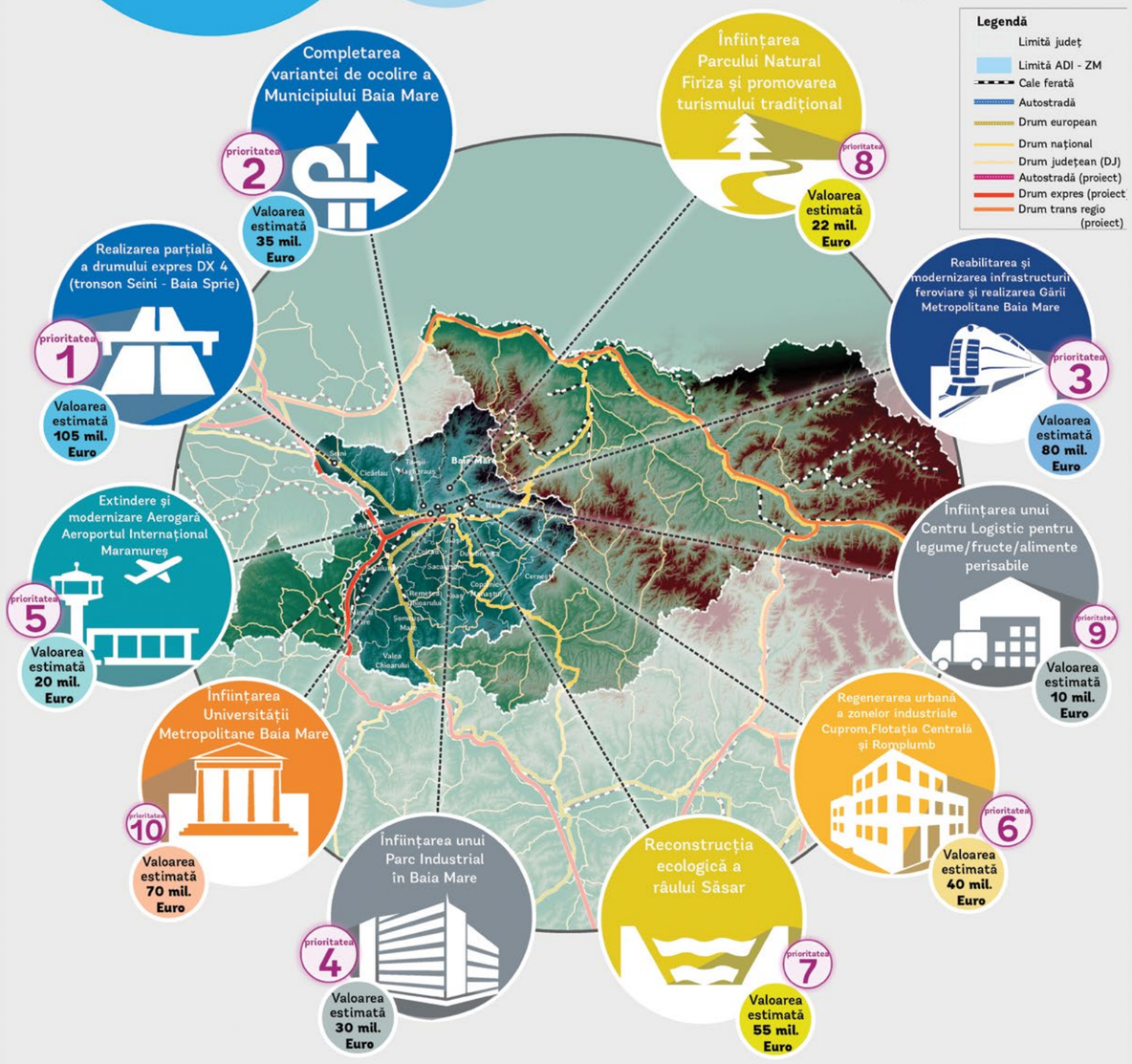
BAIA MARE

valoarea estimată a proiectelor:

€ 467 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



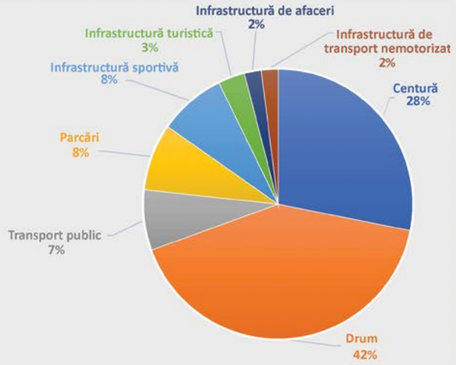


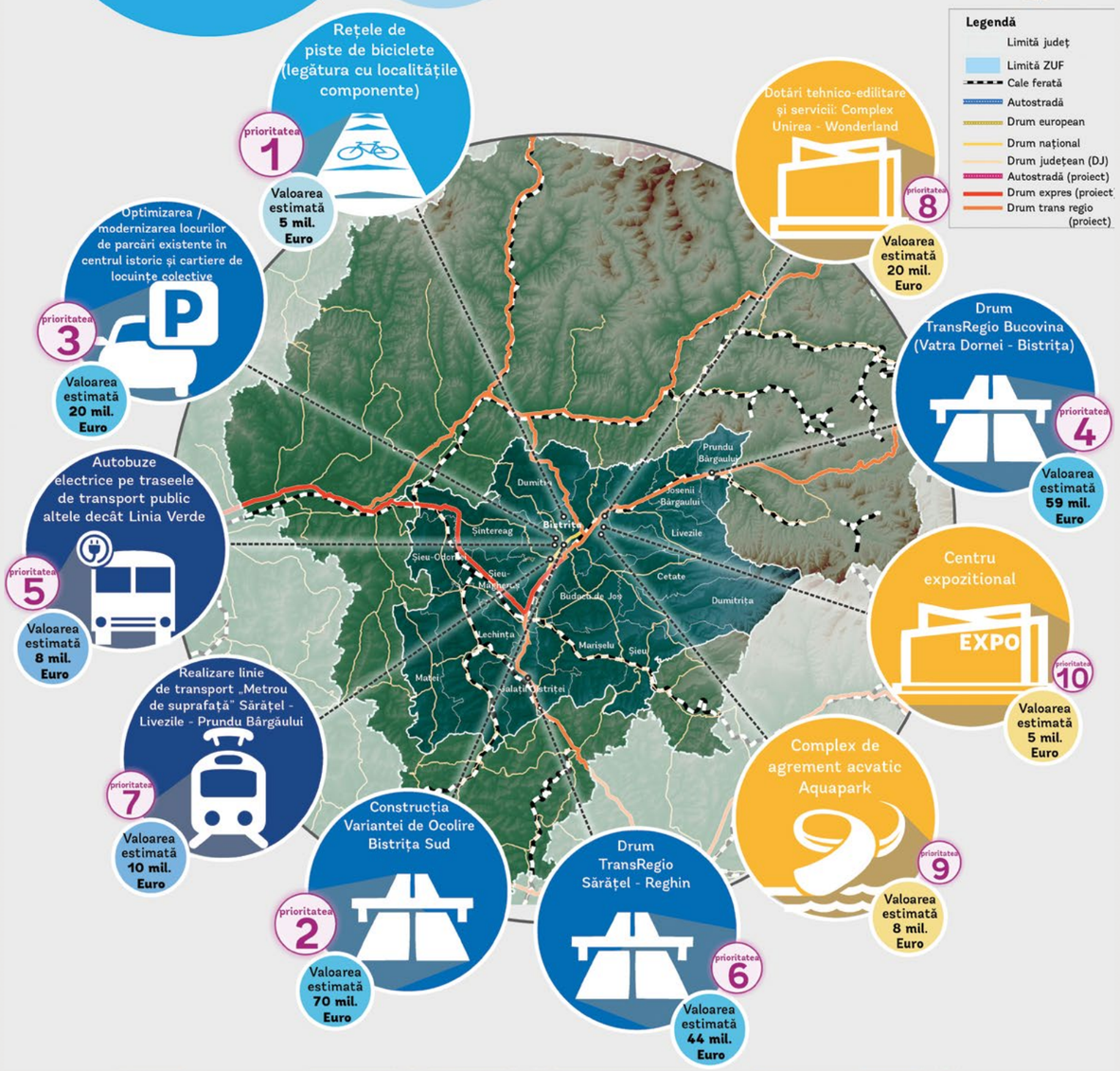
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

BISTRIȚA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 249 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



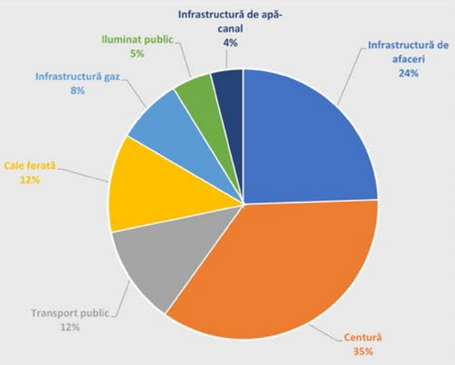


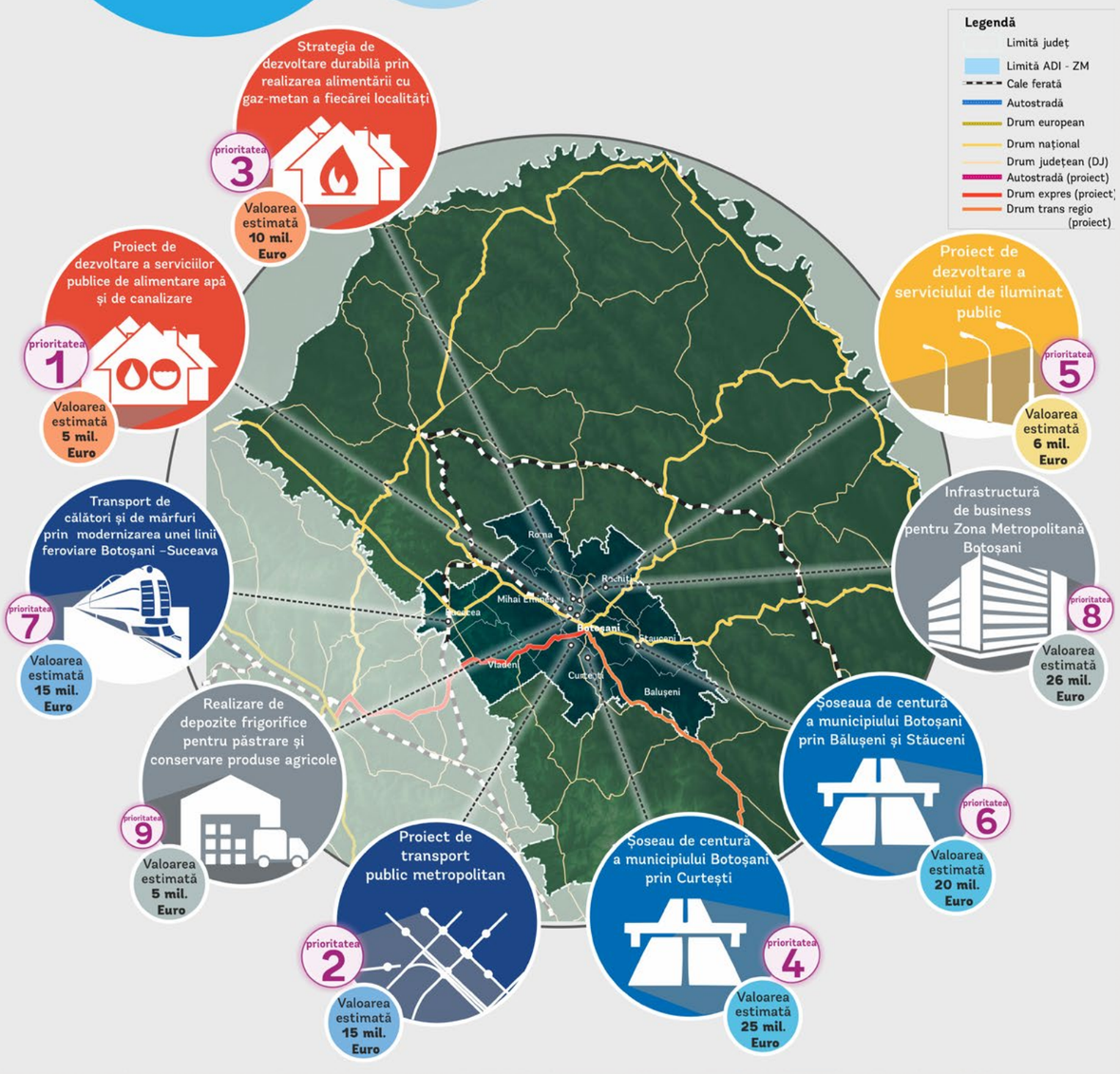
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

BOTOȘANI

valoarea estimată a proiectelor:
€ 122 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



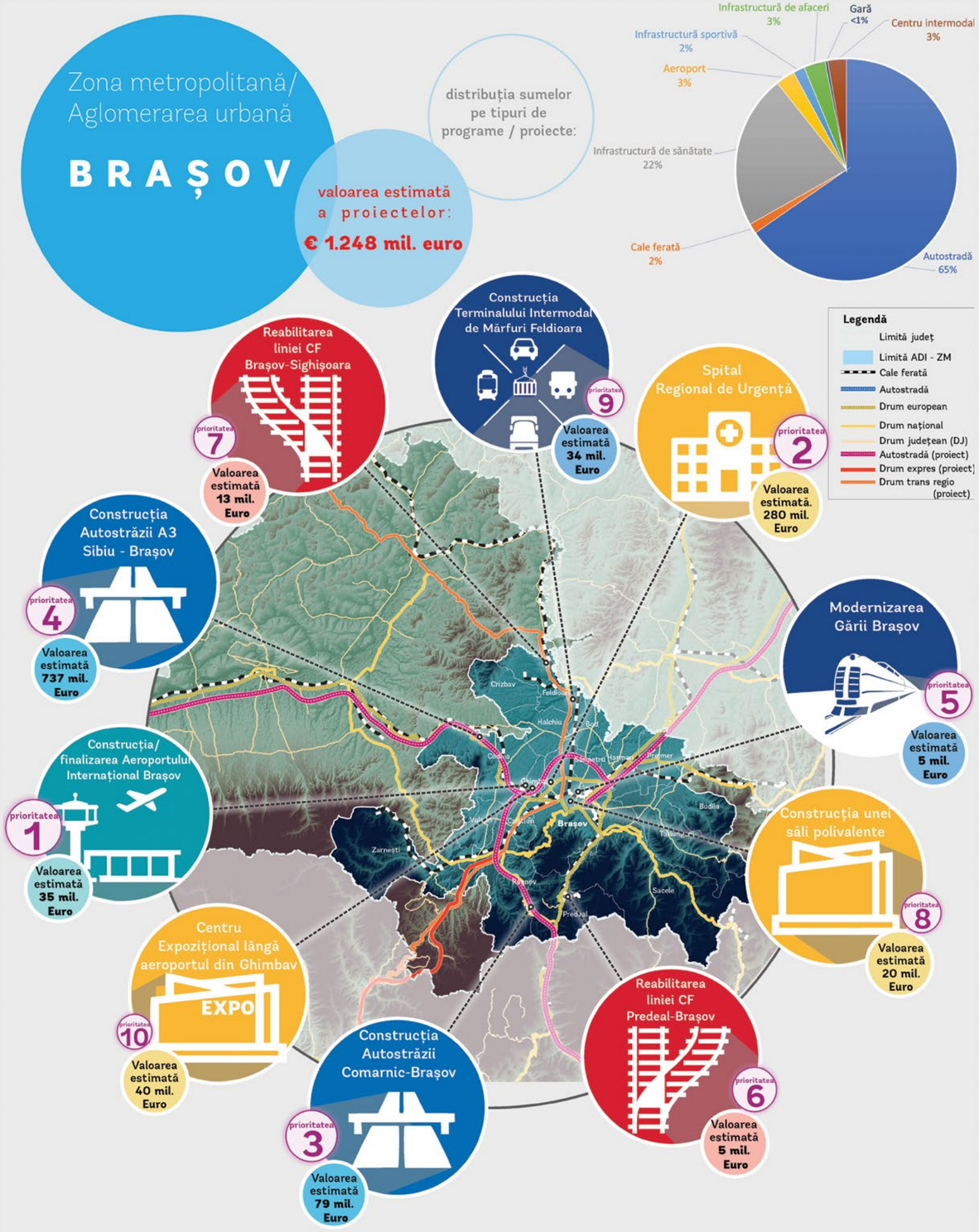


Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

BRAȘOV

valoarea estimată a proiectelor:
€ 1.248 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:

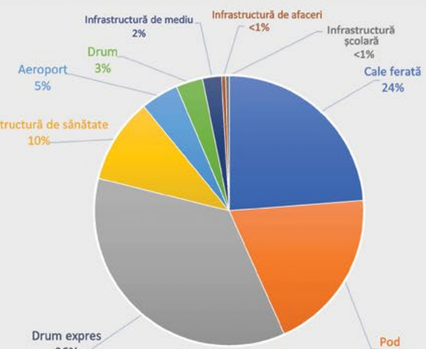


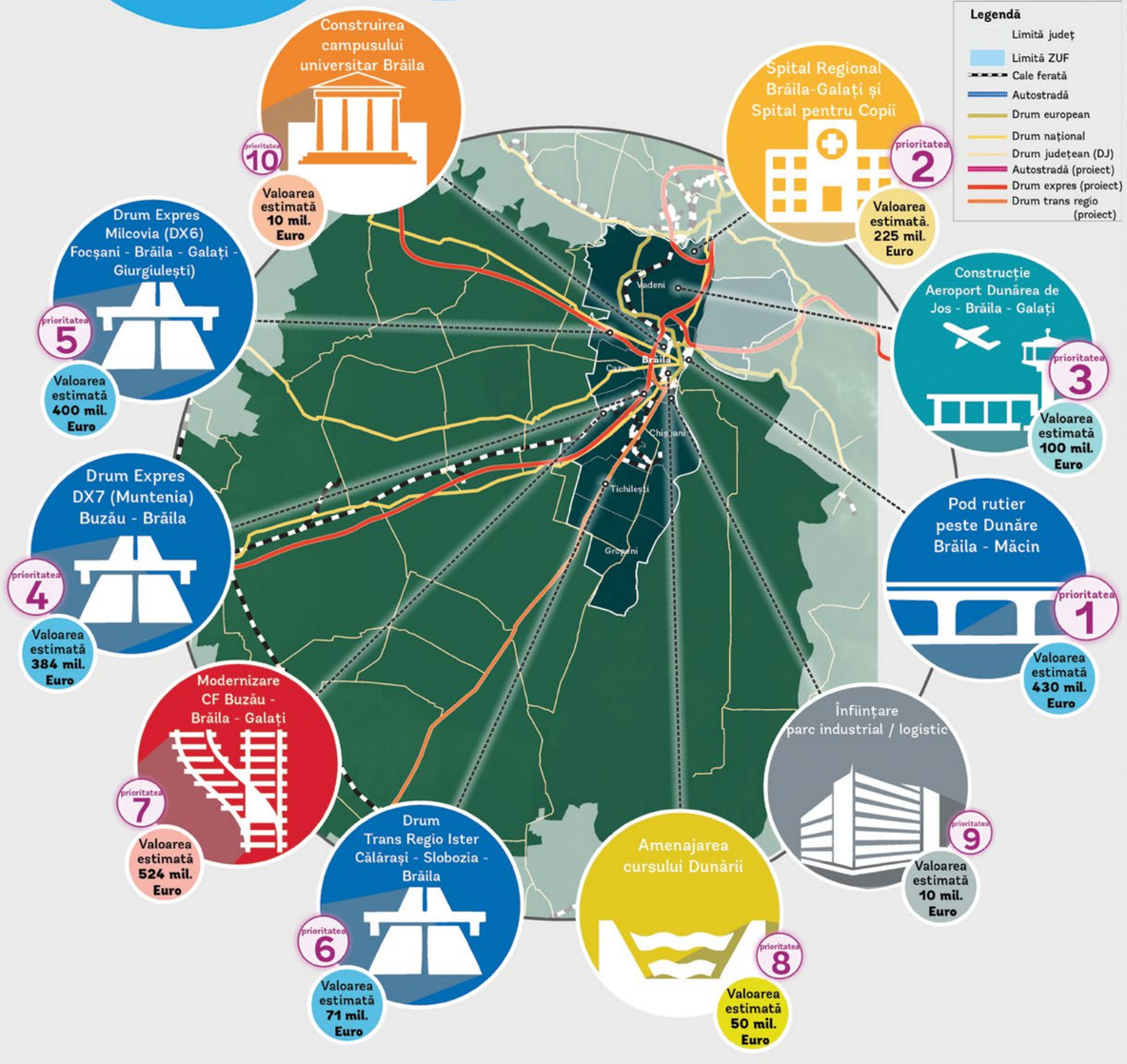
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

BRĂILA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 2.204 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



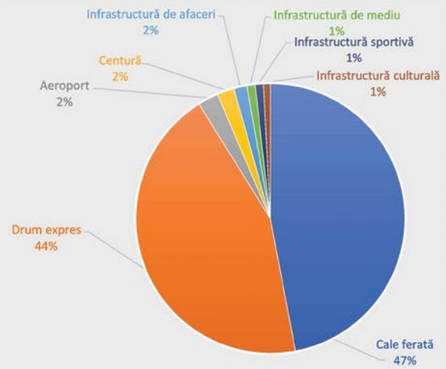


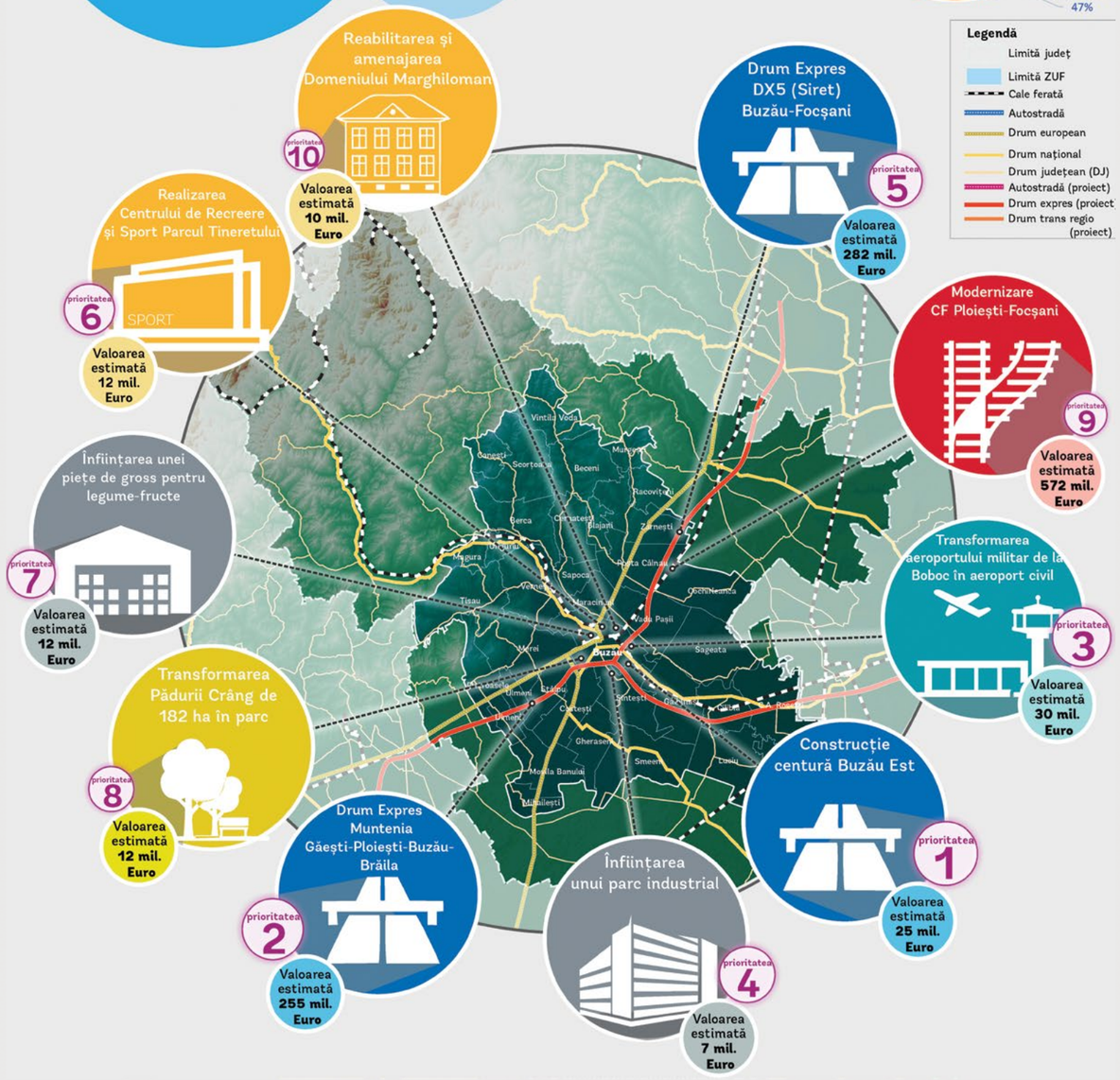
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

BUZĂU

valoarea estimată a proiectelor:
€ 1.217 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



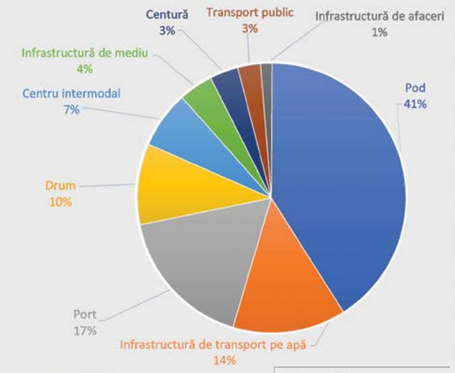


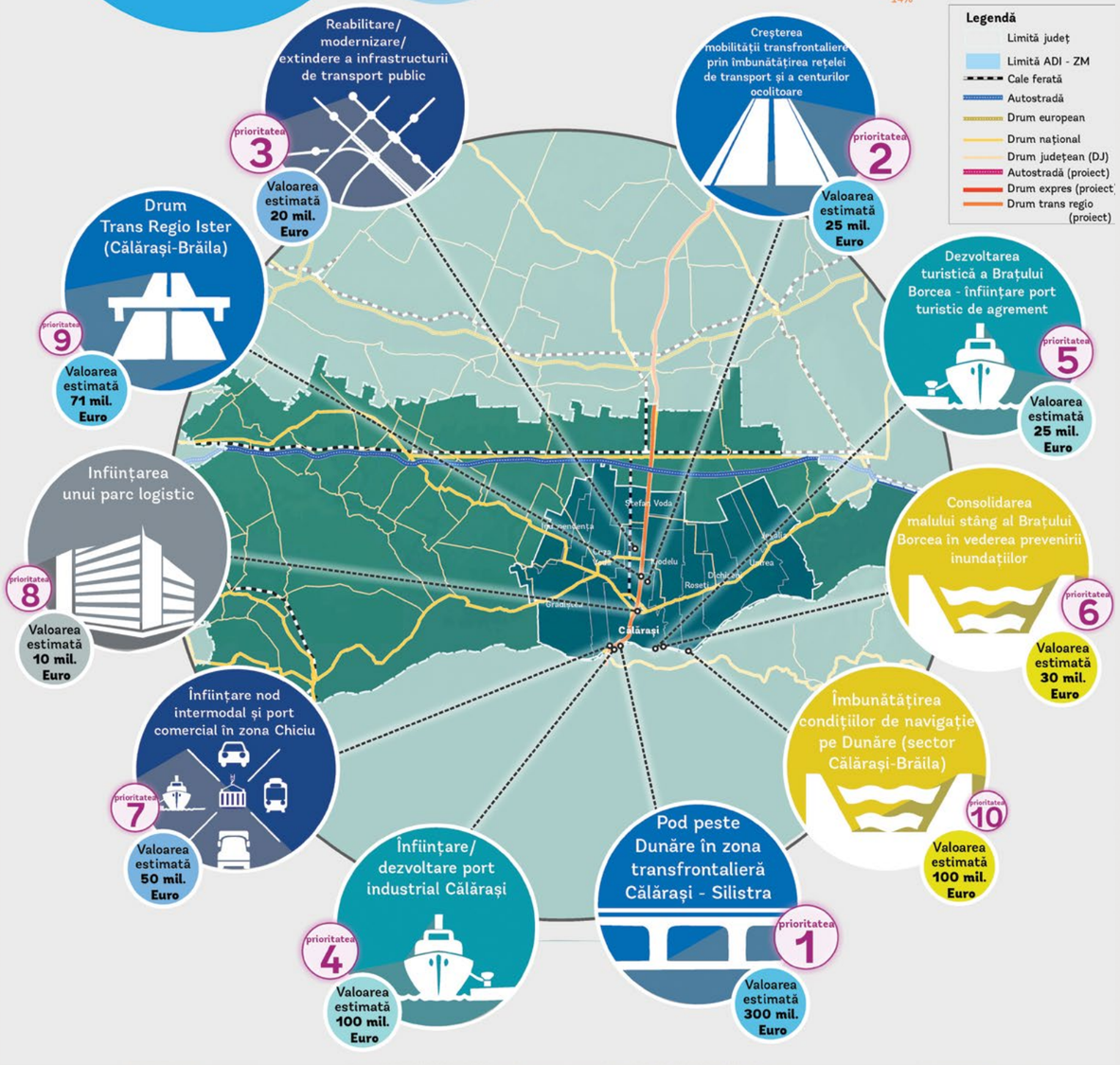
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

CĂLĂRAȘI

valoarea estimată a proiectelor:
€ 731 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:

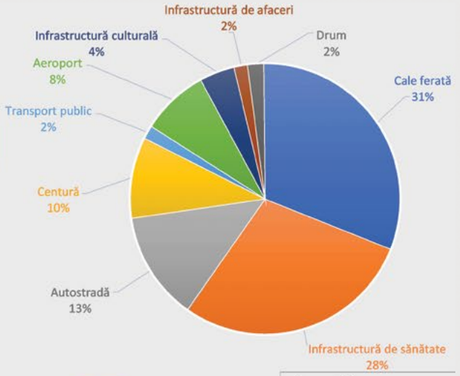


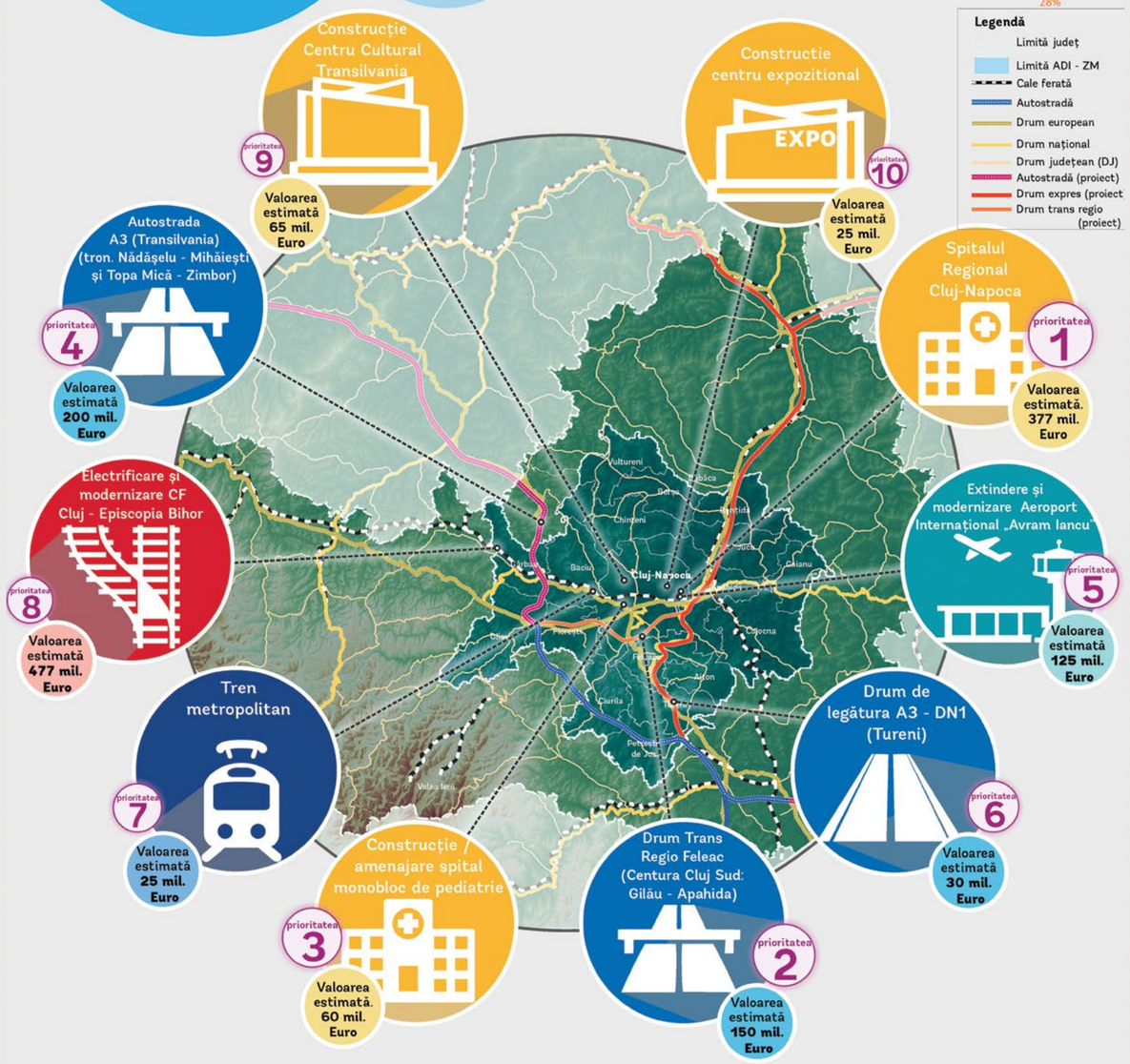


Zona metropolitană/ Aglomerarea urbană CLUJ – NAPOCA

valoarea estimată a proiectelor: **€ 1.534 mil. euro**

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:

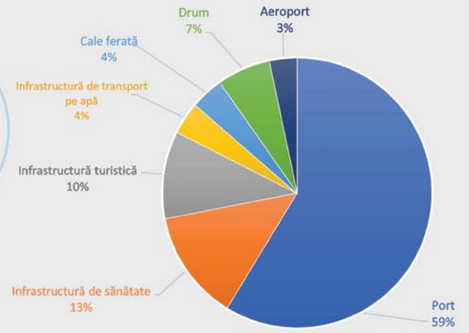


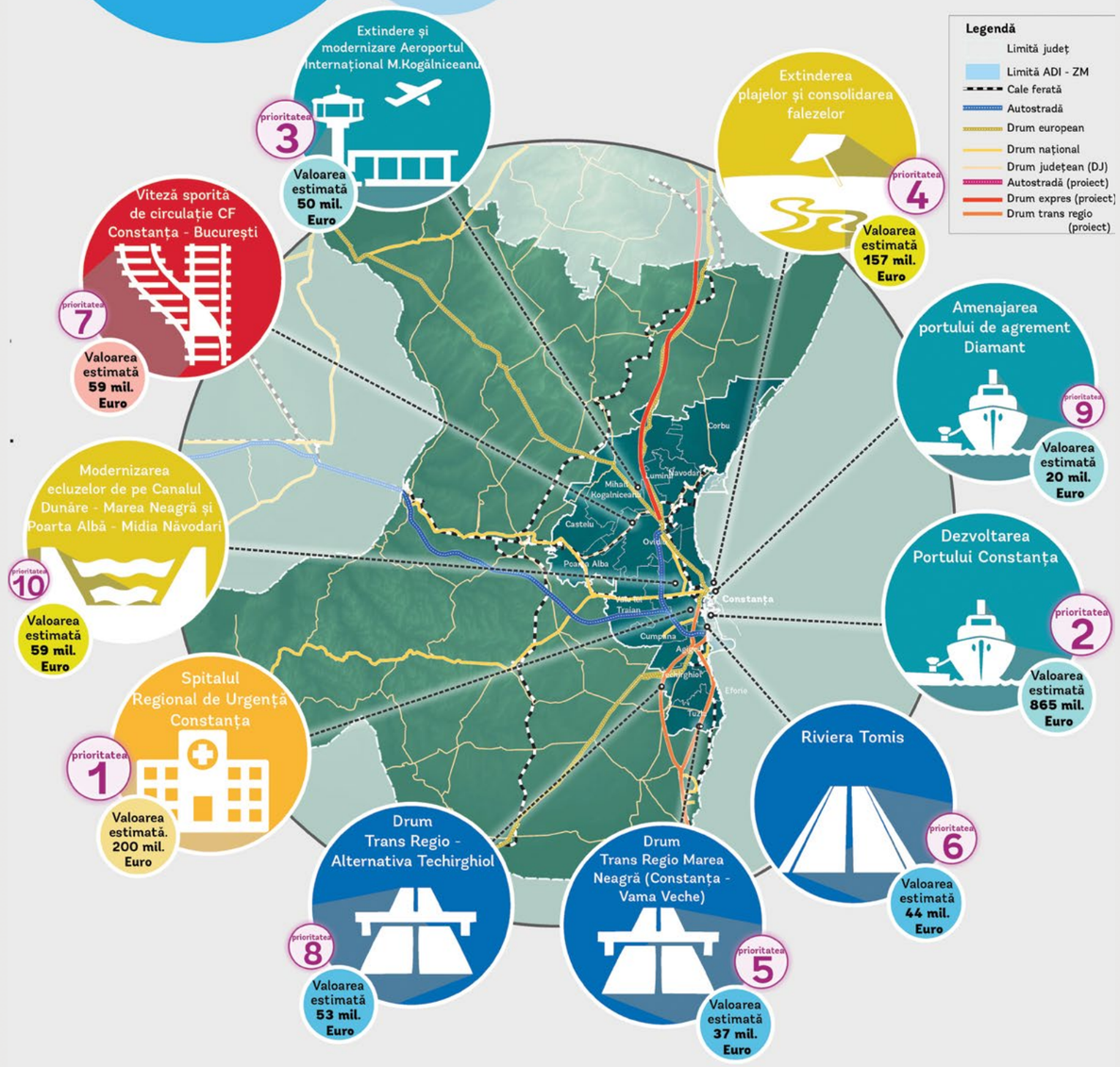


Zona metropolitană/ Aglomerarea urbană CONSTANȚA

valoarea estimată a proiectelor: **€ 1.544 mil. euro**

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



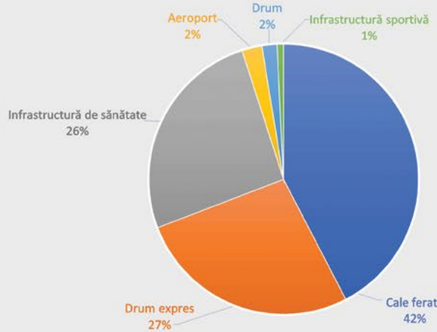


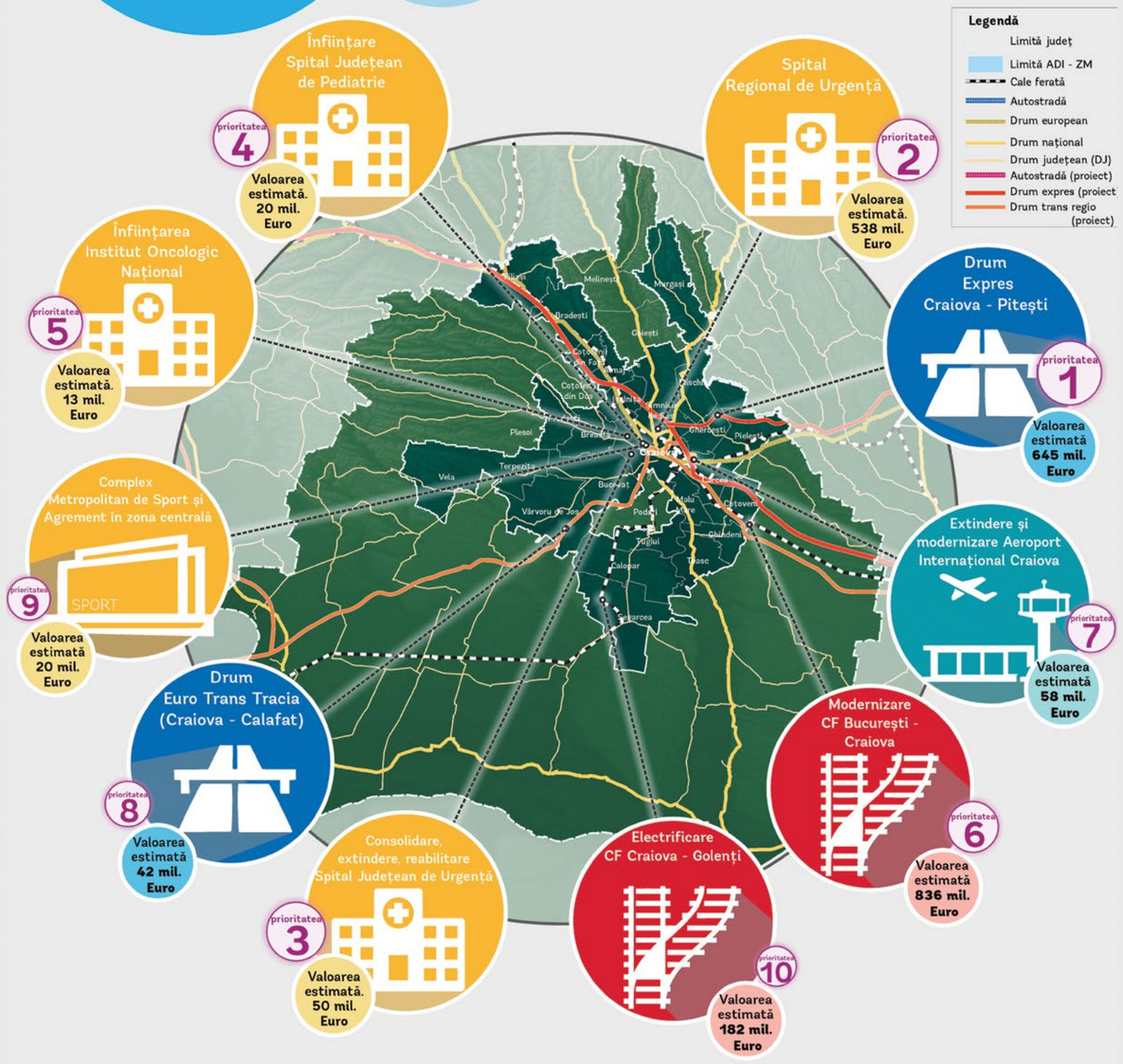
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

CRAIOVA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 2.404 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



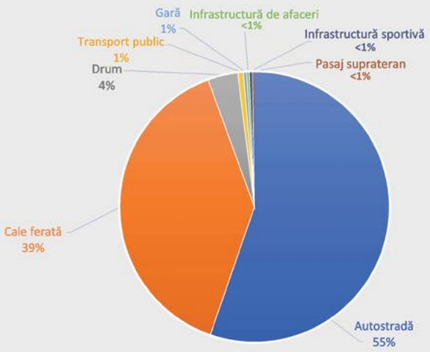


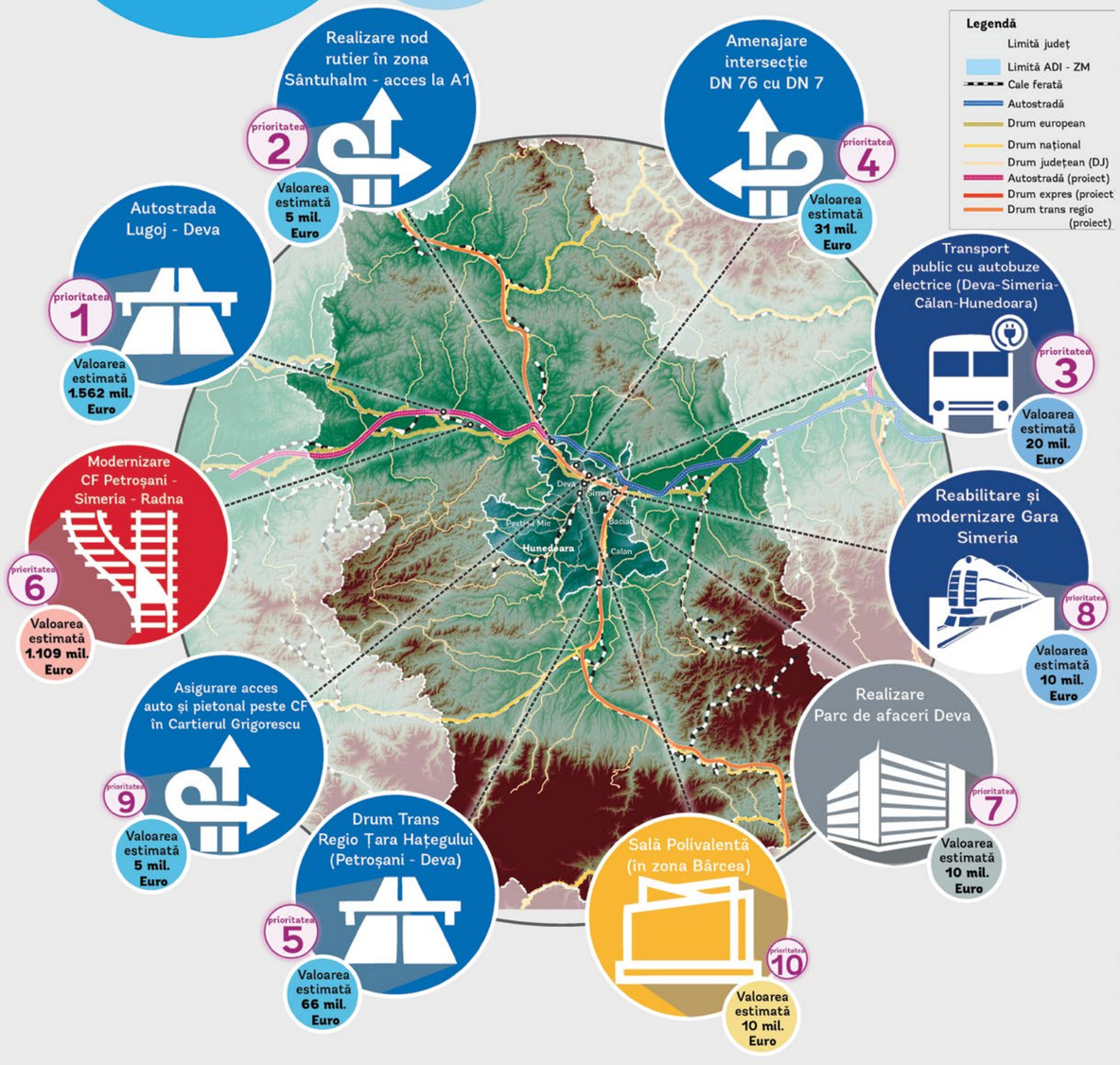
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

DEVA-HUNEDOARA-SIMERIA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 2.828 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



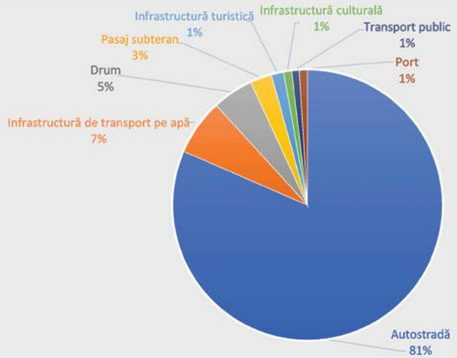


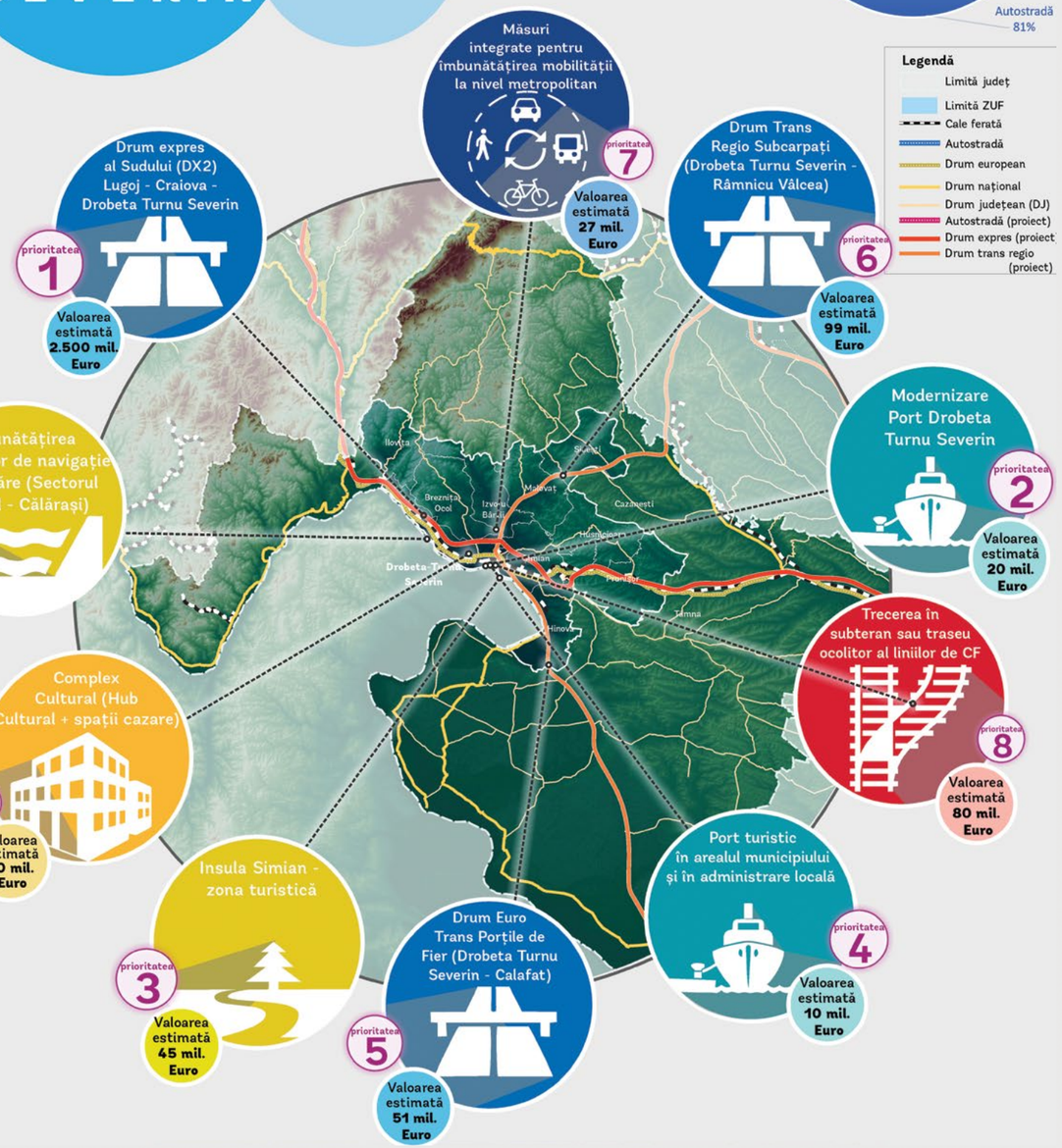
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

DROBETA-TURNU-SEVERIN

valoarea estimată a proiectelor:
€ 3.067 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



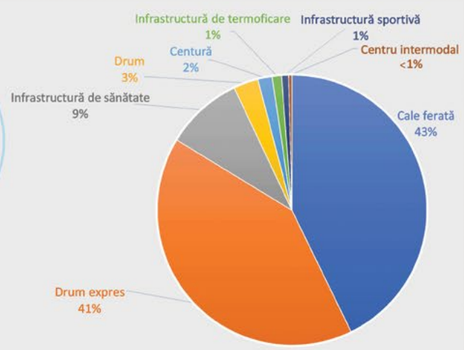


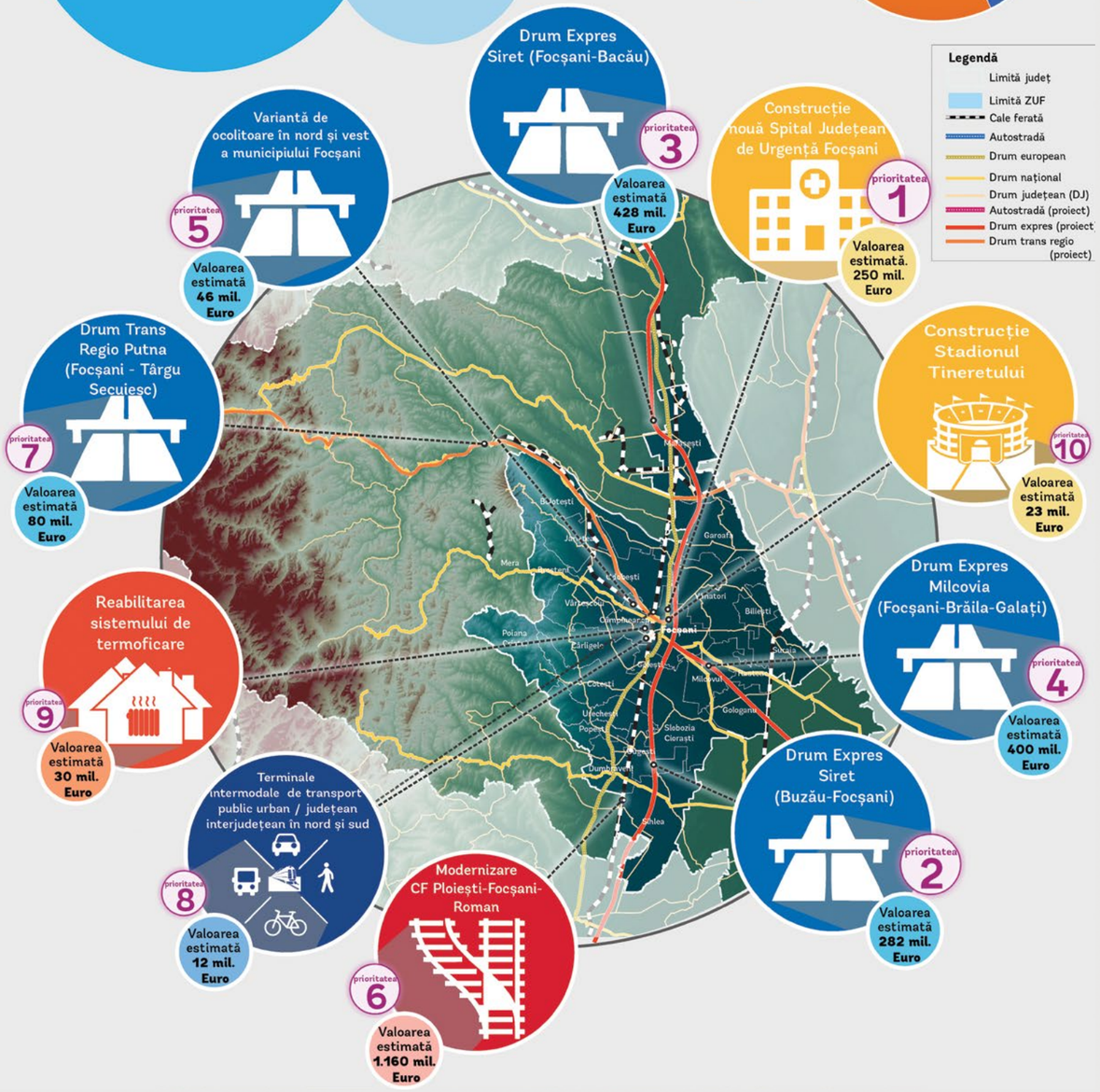
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

FOCȘANI

valoarea estimată a proiectelor:
€ 2.711 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:





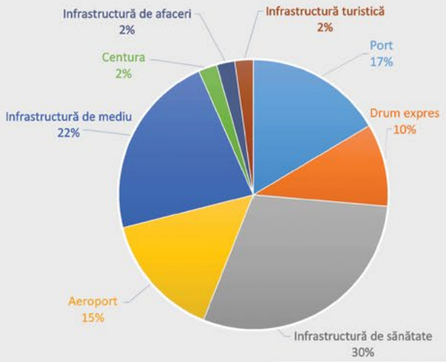
Zona metropolitană/ Aglomerarea urbană

GALAȚI

valoarea estimată a proiectelor:

€ 673 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:





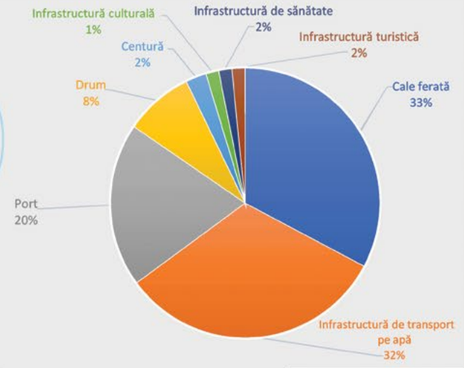
Zona metropolitană/ Aglomerarea urbană

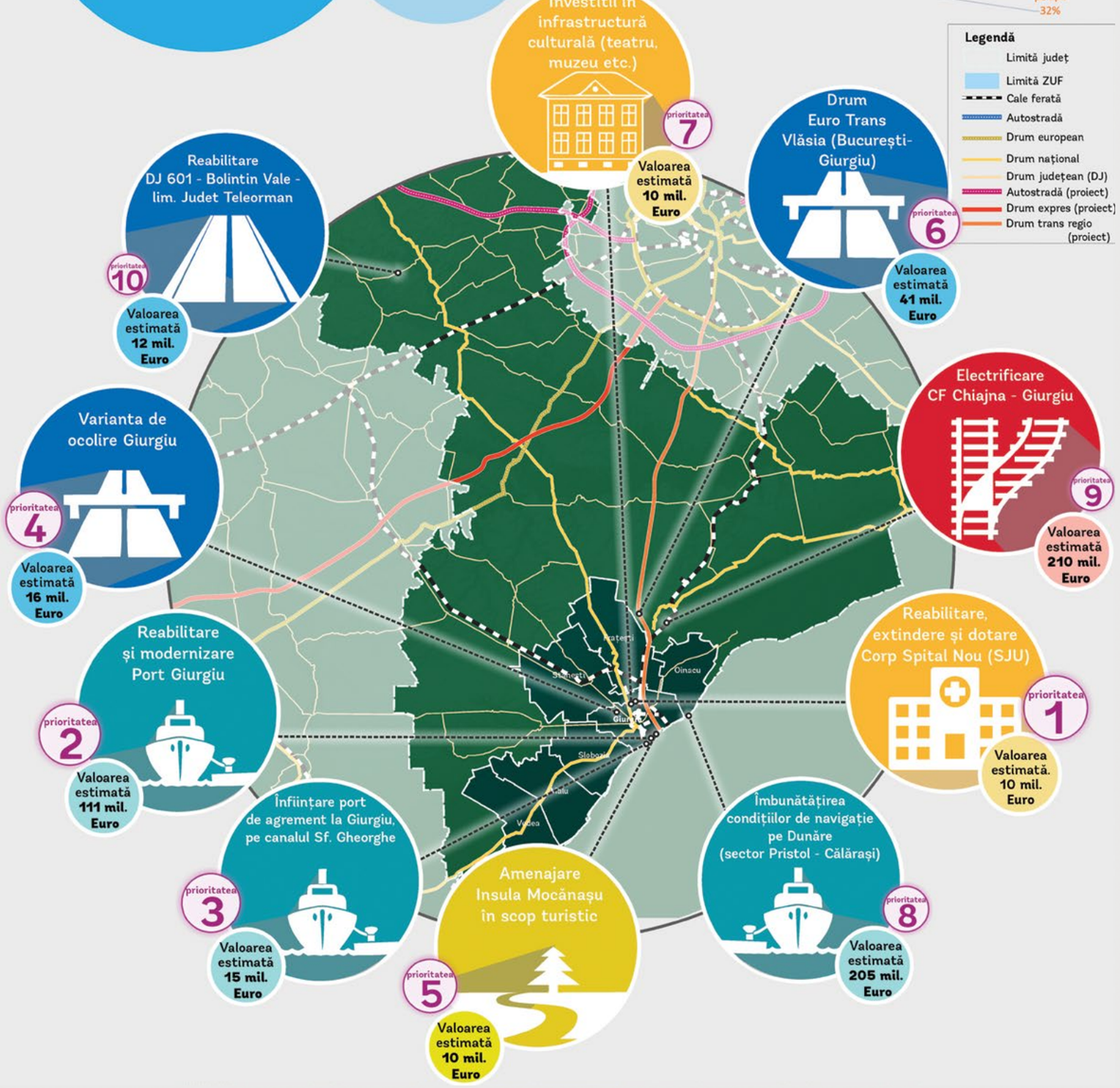
GIURGIU

valoarea estimată a proiectelor:

€ 640 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



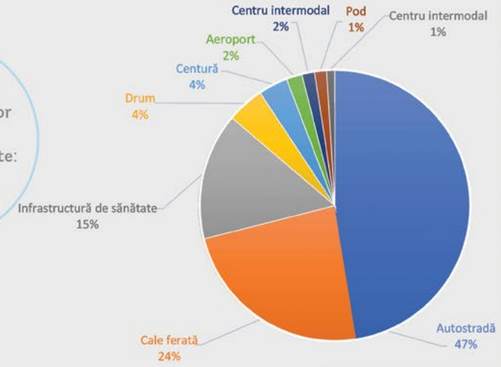


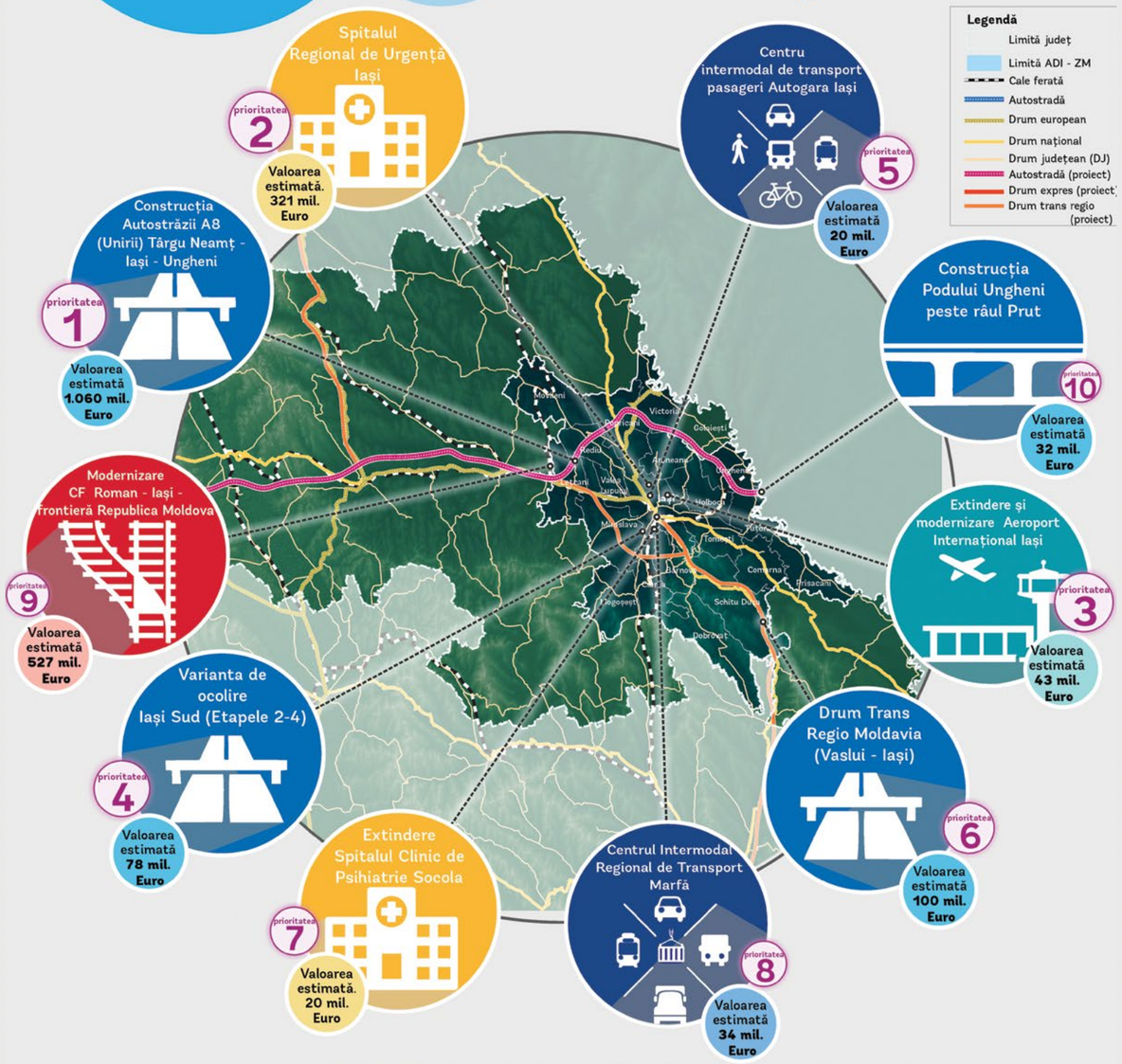
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

IAȘI

valoarea estimată a proiectelor:
€ 2.235 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



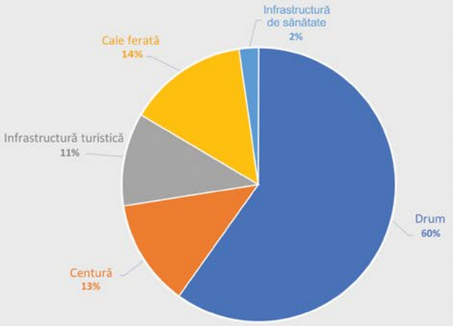


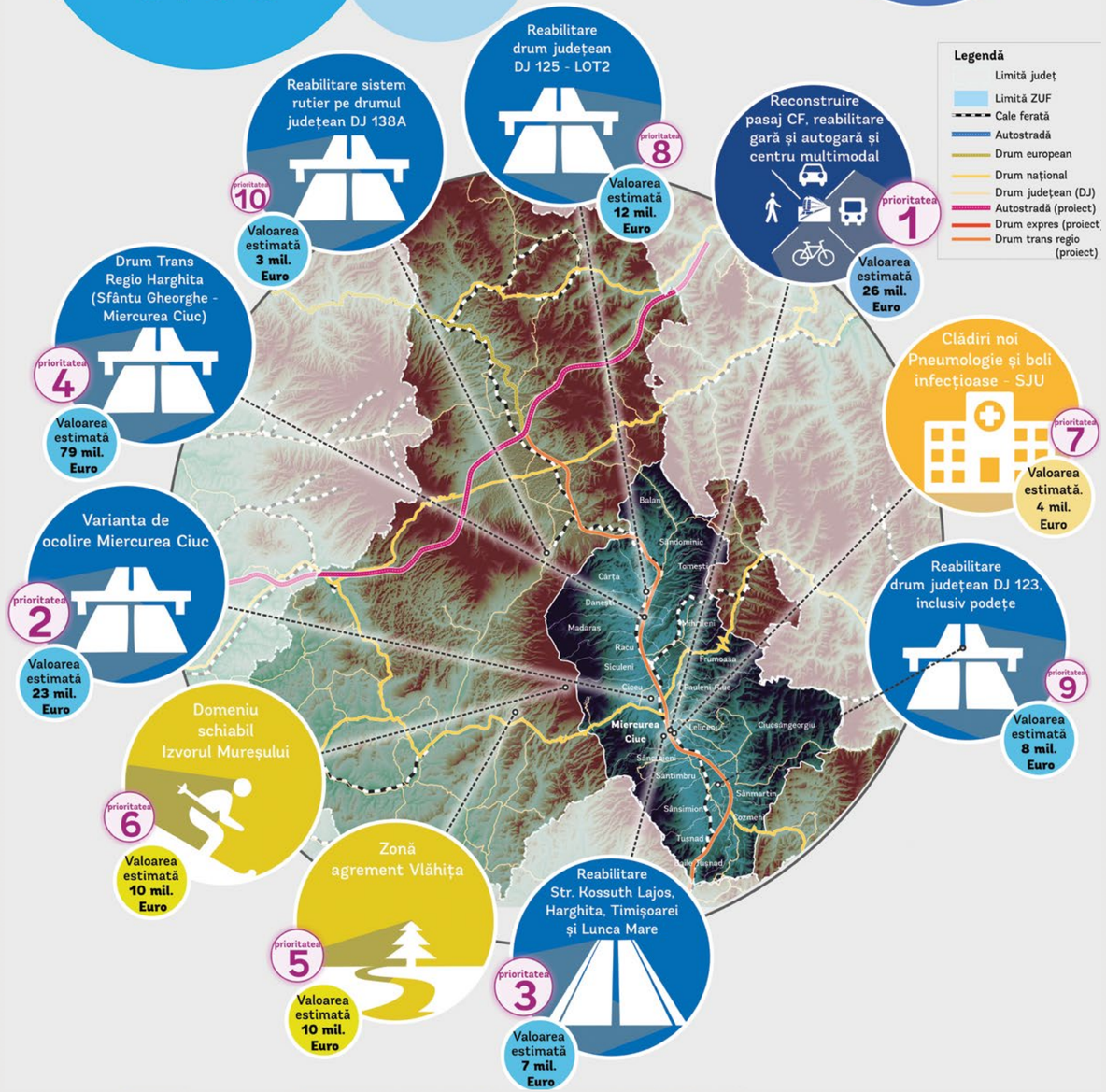
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

MIERCUREA - CIUC

valoarea estimată a proiectelor:
€ 182 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



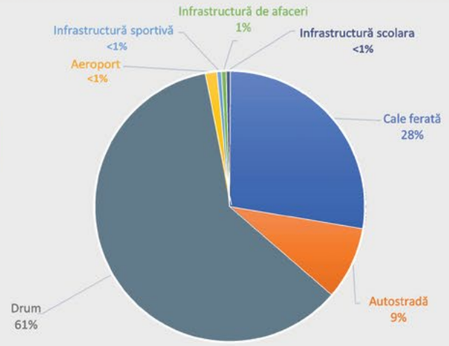


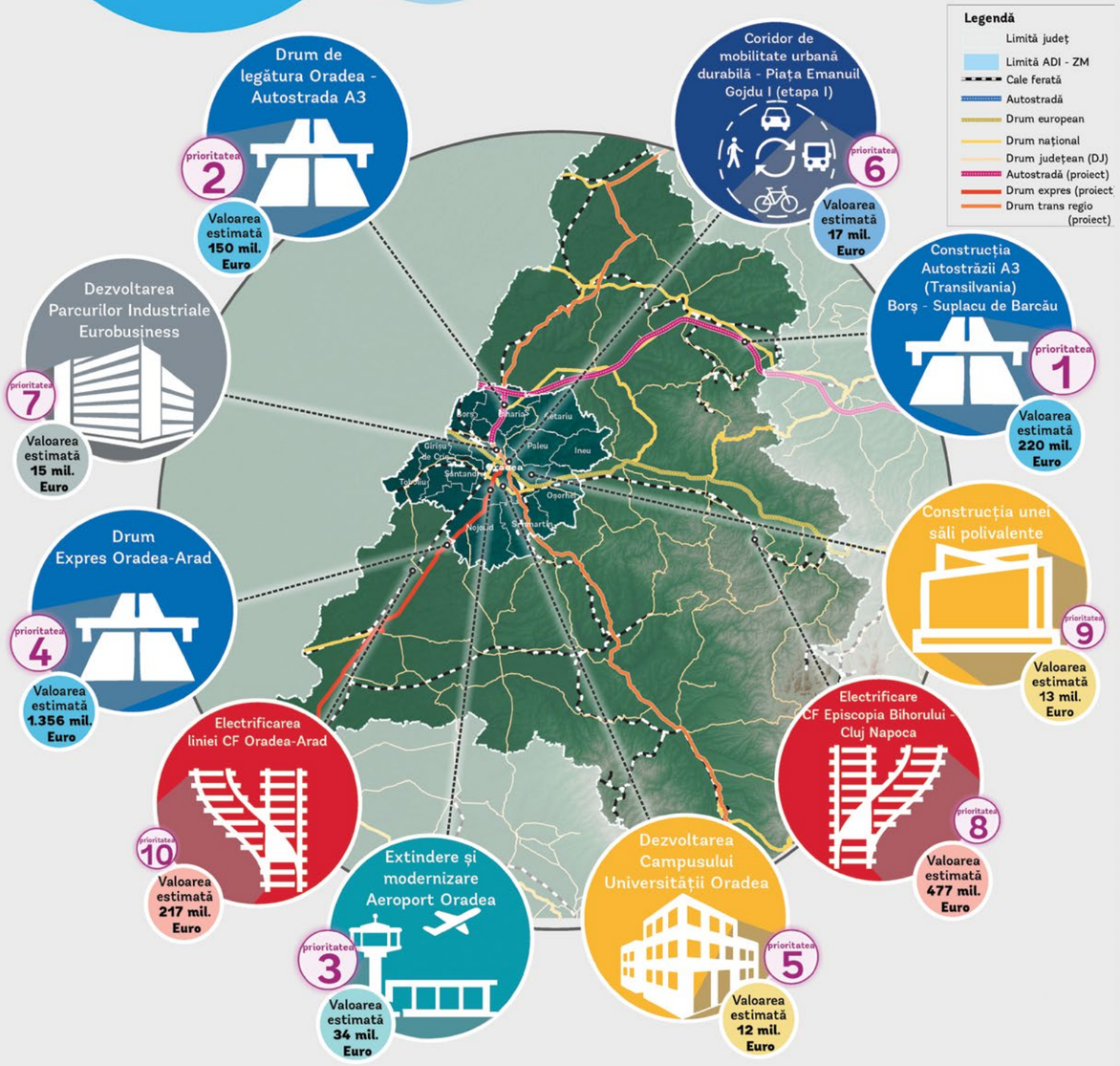
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

ORADEA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 2.511 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



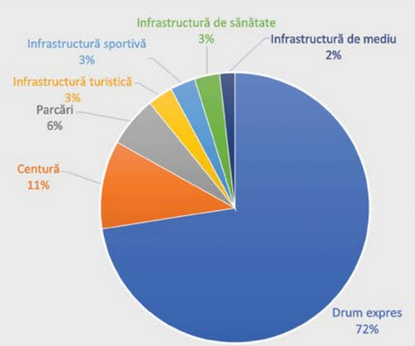


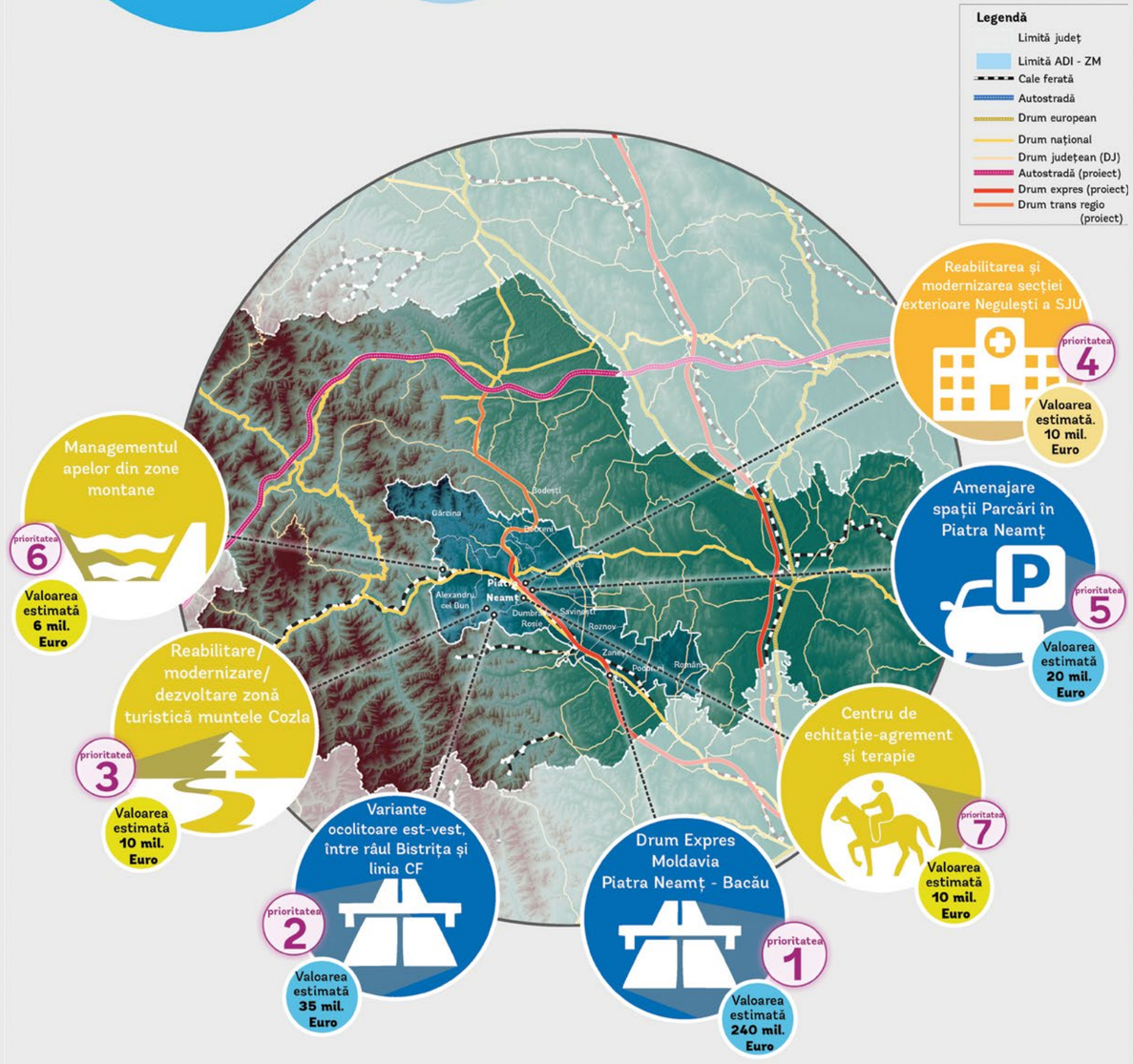
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

PIATRA - NEAMȚ

valoarea estimată a proiectelor:
€ 331 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



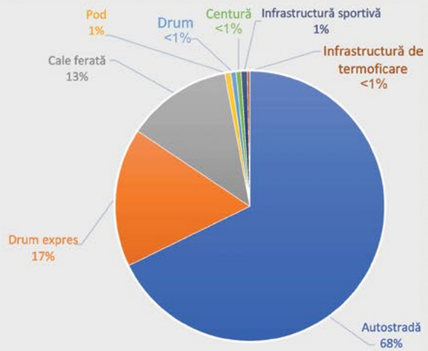


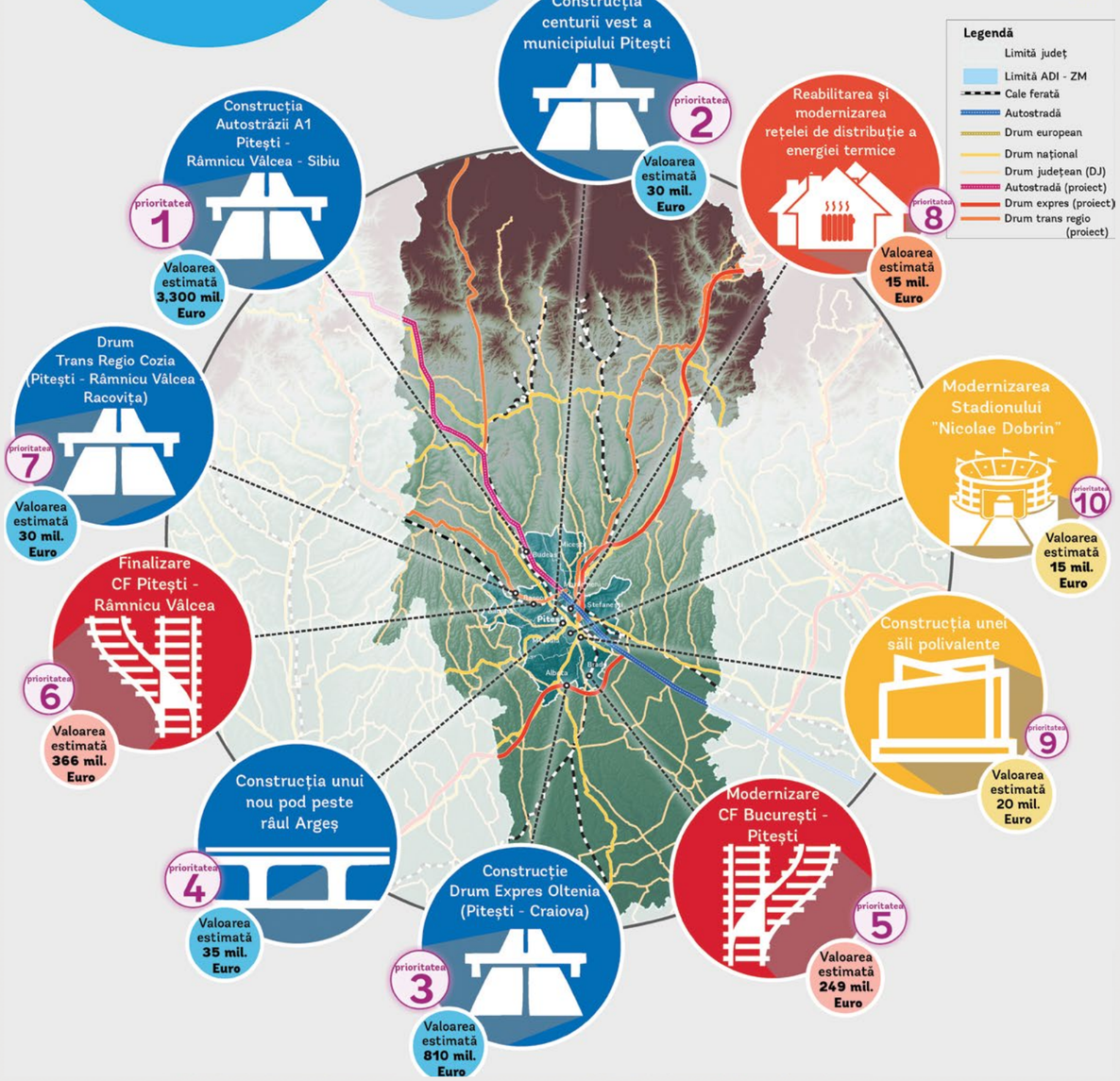
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

PITEȘTI

valoarea estimată a proiectelor:
€ 4.870 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



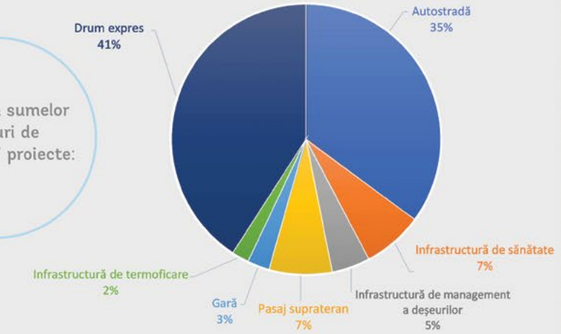


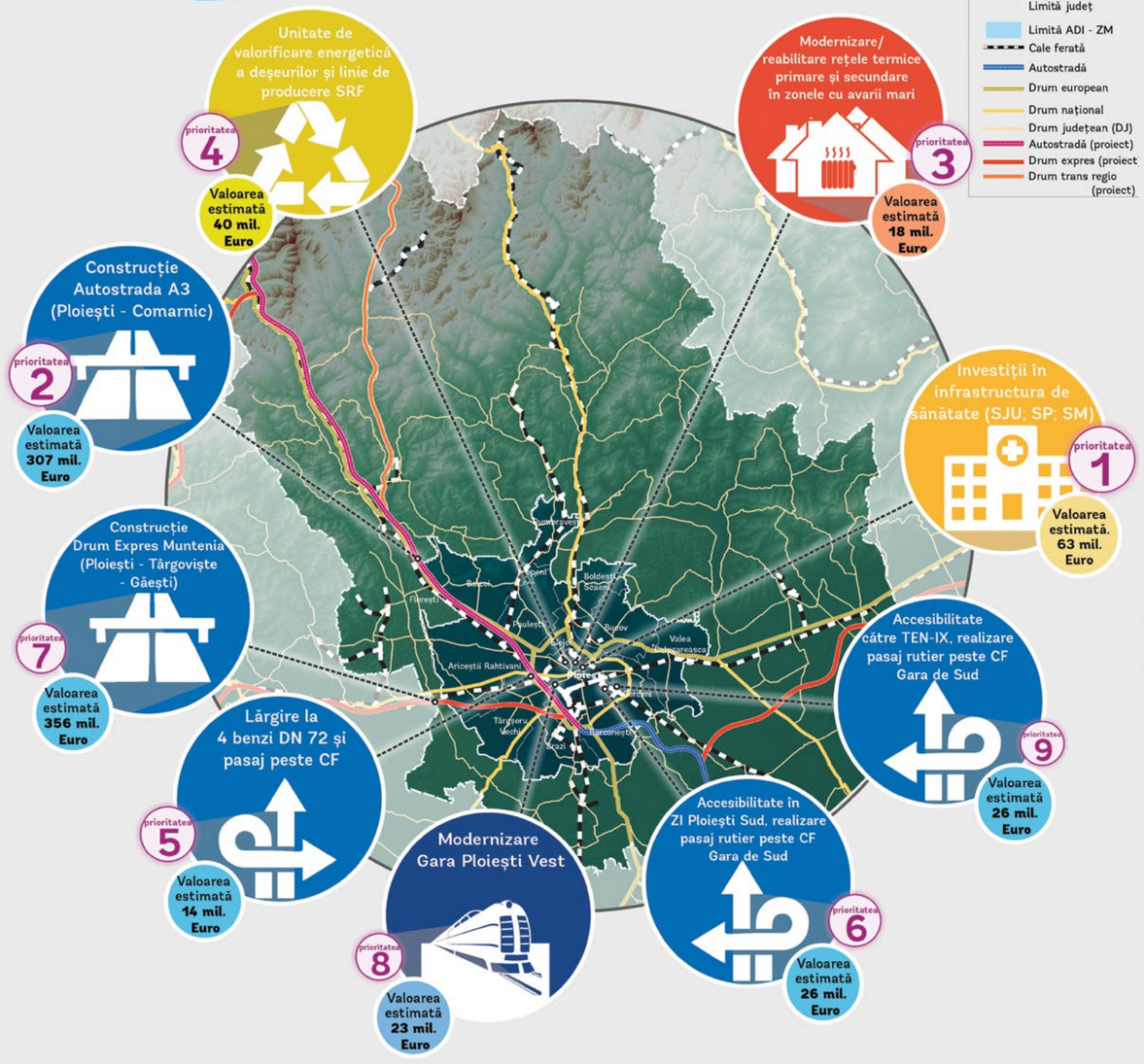
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

PLOIEȘTI

valoarea estimată a proiectelor:
€ 517 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



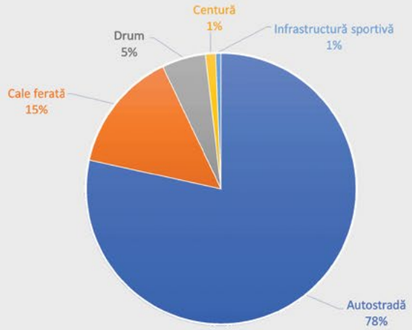


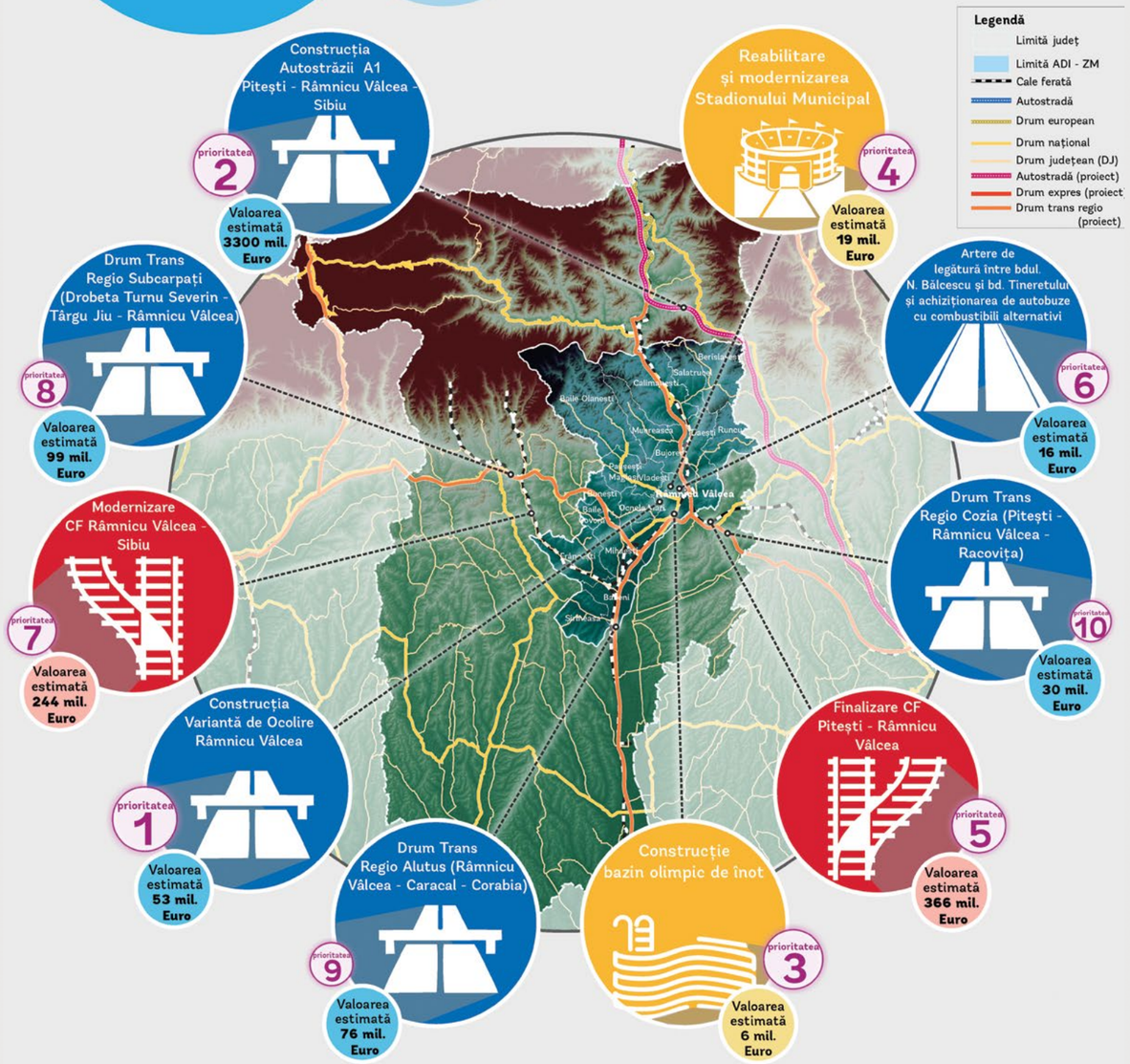
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

RÂMNICU VÂLCEA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 4.209 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



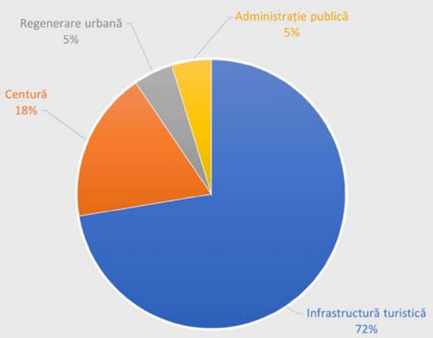


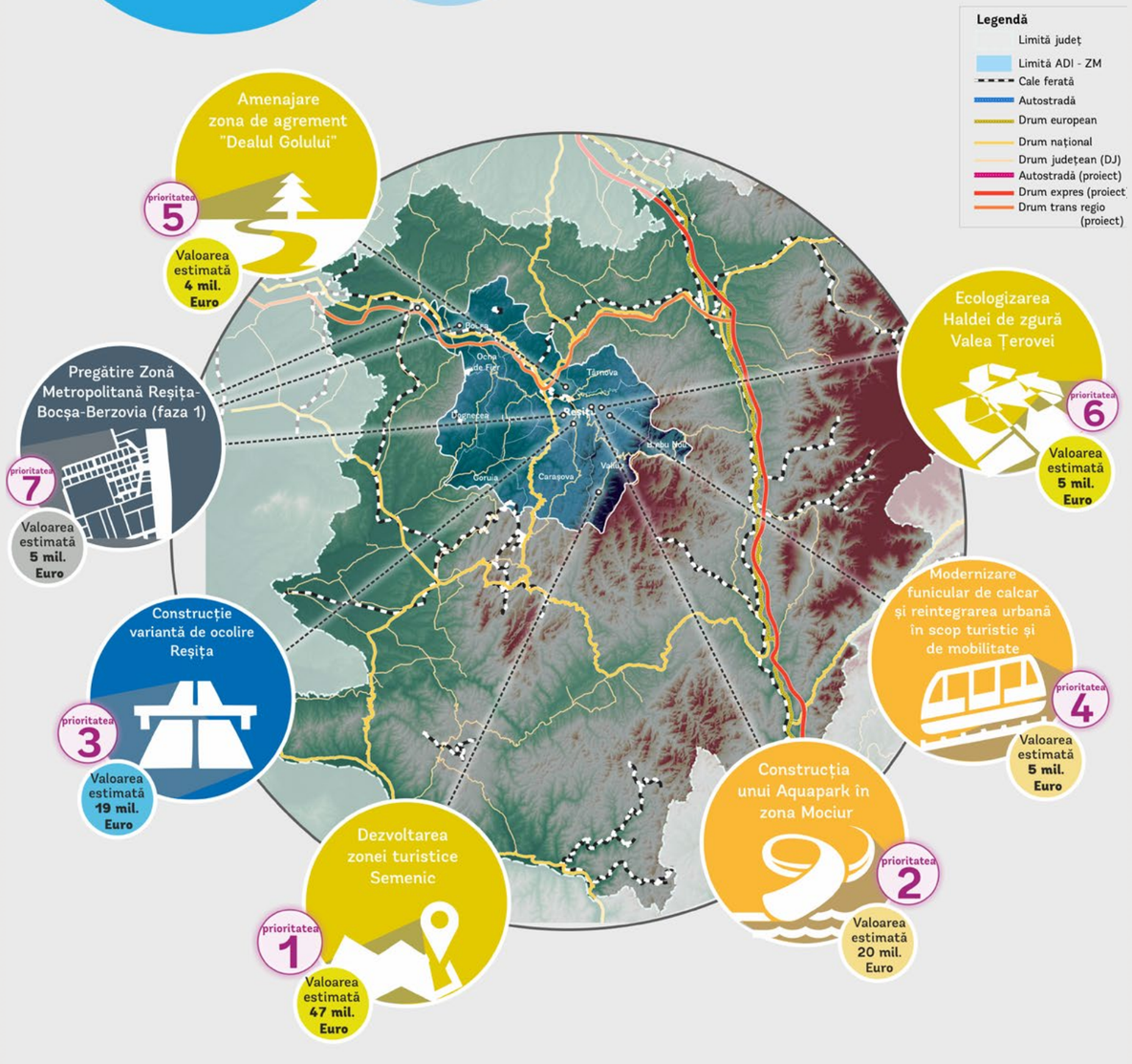
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

REȘIȚA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 105 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



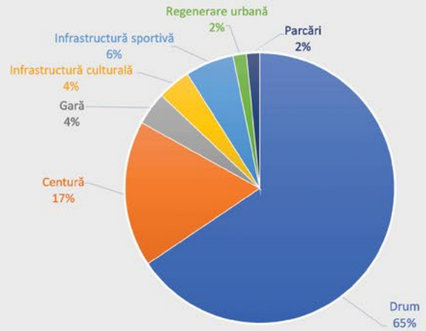


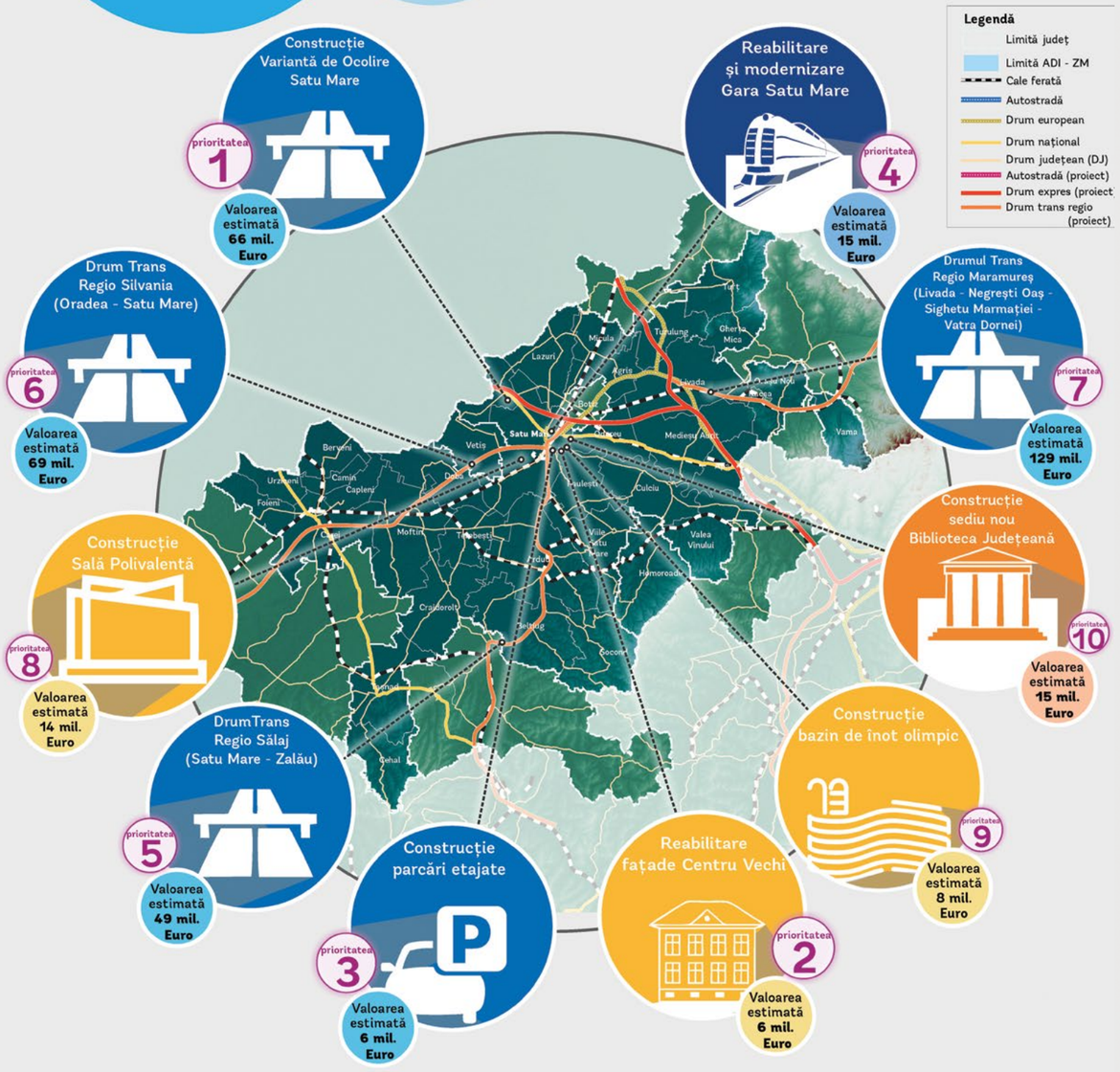
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

SATU MARE

valoarea estimată a proiectelor:
€ 377 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



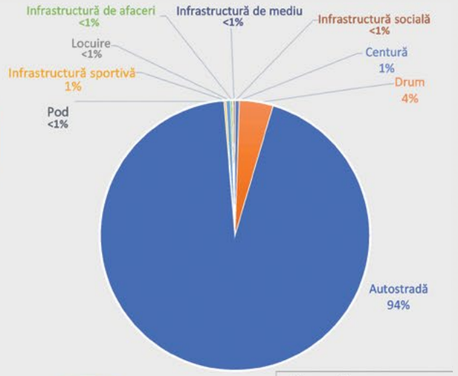


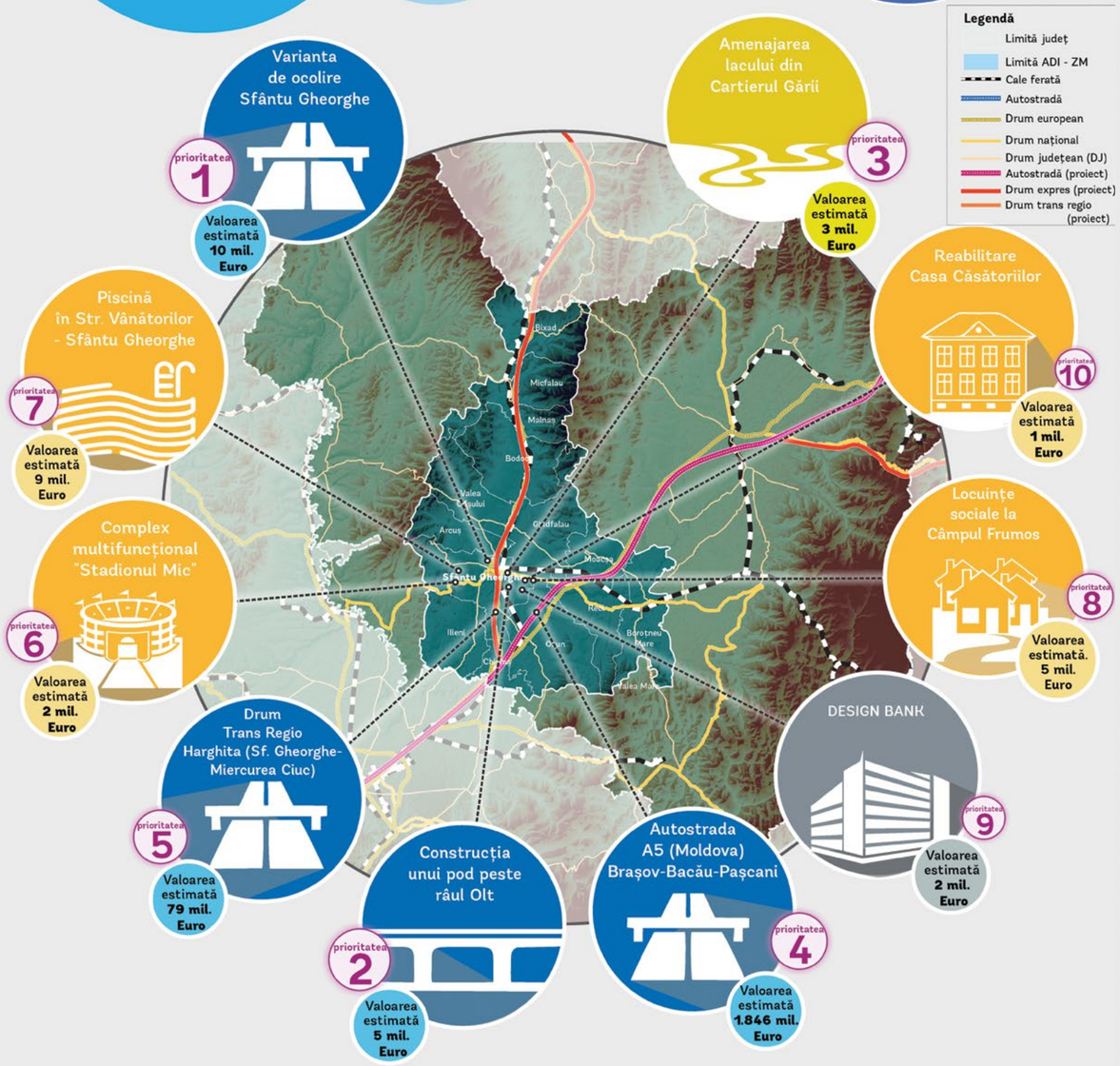
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

SFÂNTU-GHEORGHE

valoarea estimată a proiectelor:
€ 1.962 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



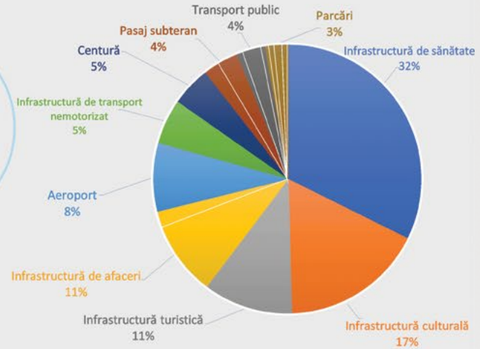


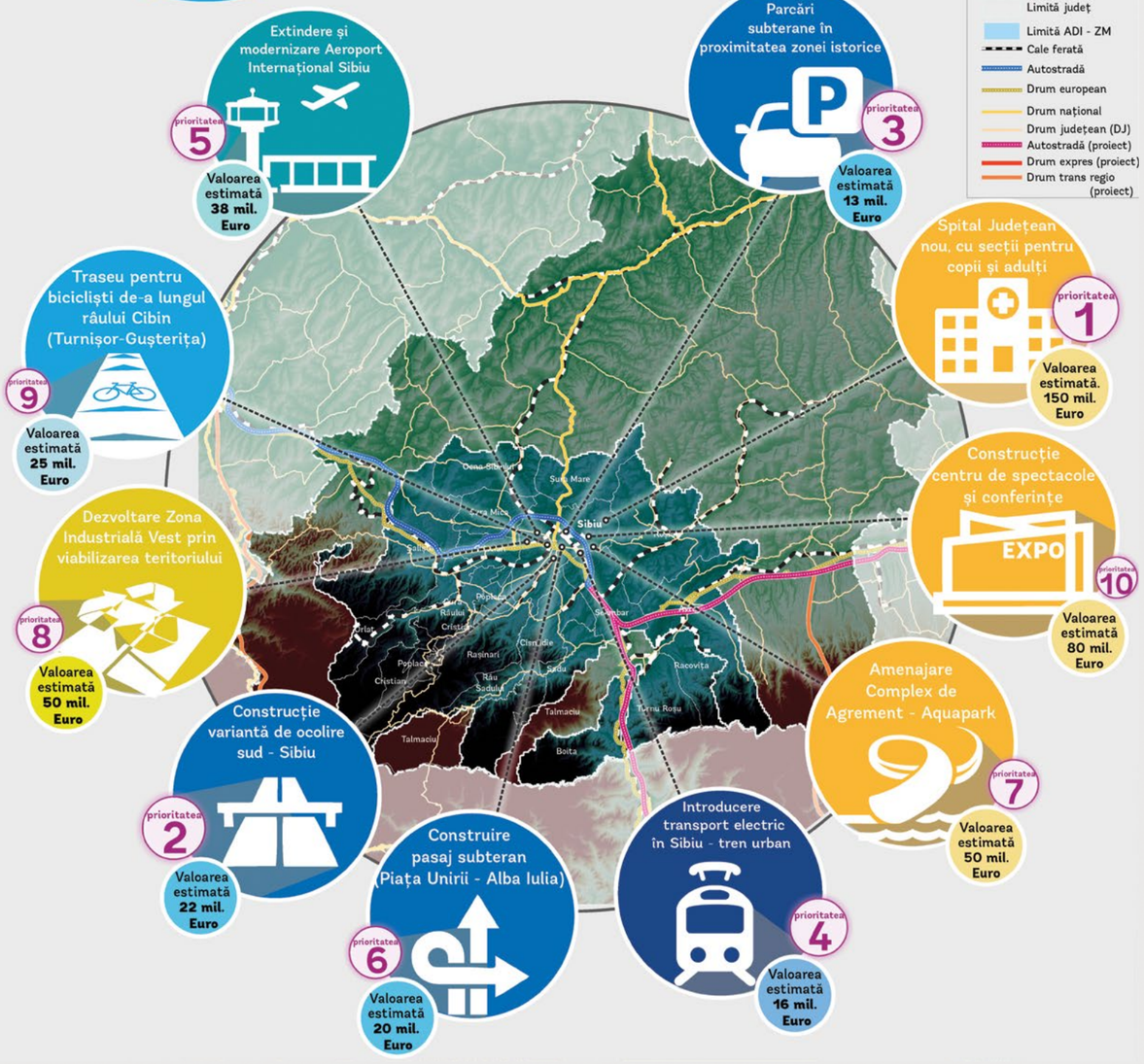
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

SIBIU

valoarea estimată a proiectelor:
€ 464 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



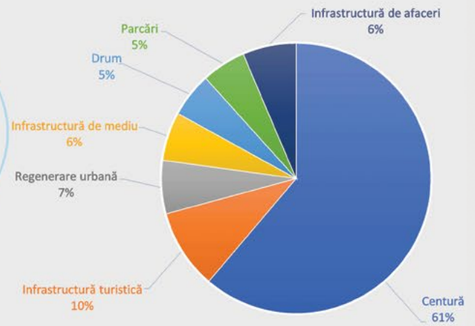


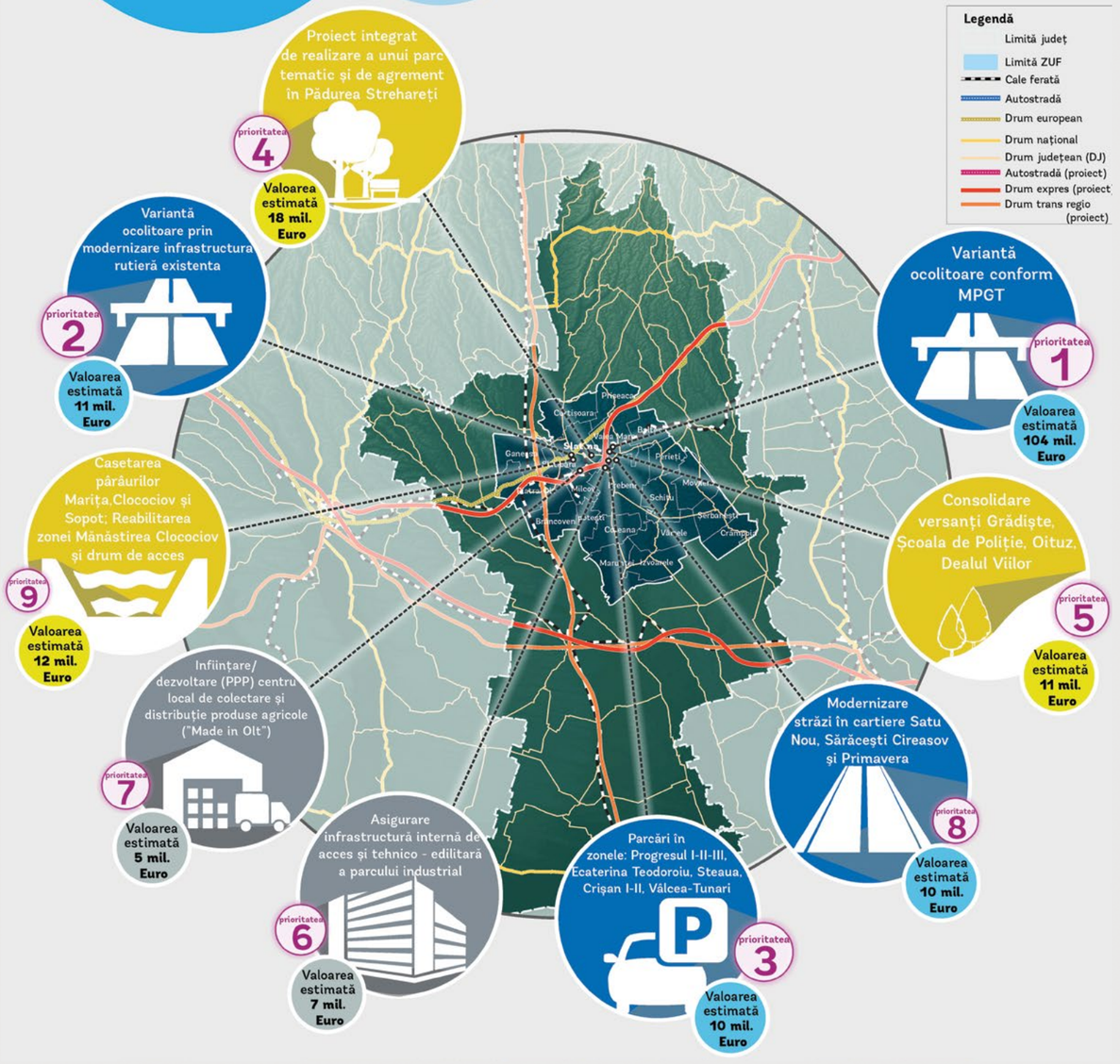
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

SLATINA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 188 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



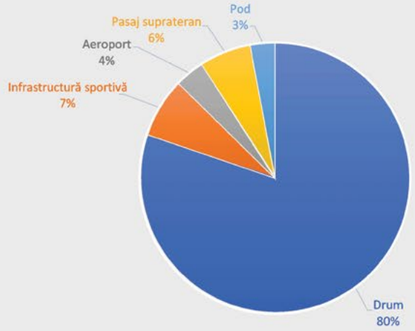


Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

SLOBOZIA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 195 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



Legendă
- Limită județ
- Limită ADI - ZM
- Cale ferată
- Autostradă
- Drum european
- Drum național
- Drum județean (DJ)
- Autostradă (proiect)
- Drum expres (proiect)
- Drum trans regio (proiect)

Sală Polivalentă Slobozia
prioritatea 6
Valoarea estimată **14 mil. Euro**

Reabilitare/ modernizare a 200 km de drum județean
prioritatea 5
Valoarea estimată **65 mil. Euro**

Modernizare DC Slobozia - Amara cu variantă alternativă a îmbunătățirii conectivității
prioritatea 8
Valoarea estimată **4 mil. Euro**

Drum Trans Regio Ister (Călărași-Brăila)
prioritatea 9
Valoarea estimată **71 mil. Euro**

Reintroducere în circuit transport aerian a Aeroportului de la Alexeni
prioritatea 10
Valoarea estimată **7 mil. Euro**

Modernizare infrastructură rutieră în Nord pentru viitoare trasee de transport public
prioritatea 4
Valoarea estimată **3 mil. Euro**

Pasaj suprateran DN2A - DN2C - Bd. Matei Basarab
prioritatea 3
Valoarea estimată **6 mil. Euro**

Pod peste râul Ialomița pentru conexiune Slobozia și A2 (prin DJ 201)
prioritatea 2
Valoarea estimată **6 mil. Euro**

Pasaj suprateran la Drajna - DN21 - CF București-Constanța
prioritatea 1
Valoarea estimată **6 mil. Euro**

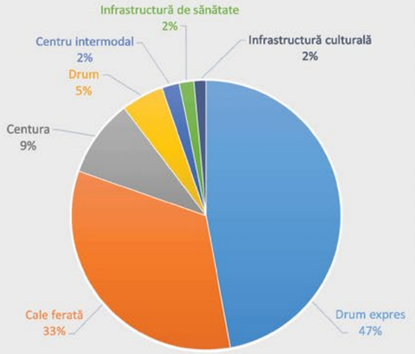
Varianta de ocolire Slobozia
prioritatea 7
Valoarea estimată **13 mil. Euro**

Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

SUCEAVA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 1.031 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



Legendă
- Limită județ
- Limită ADI - ZM
- Cale ferată
- Autostradă
- Drum european
- Drum național
- Drum județean (DJ)
- Autostradă (proiect)
- Drum expres (proiect)
- Drum trans regio (proiect)

Electrificare CF Dărmănești - Vicșani
prioritatea 10
Valoarea estimată **57 mil. Euro**

Valorificare turistică monument Curtea Domnească
prioritatea 4
Valoarea estimată **15 mil. Euro**

Construcție variantă de ocolire a Municipiului Suceava
prioritatea 1
Valoarea estimată **24 mil. Euro**

Modernizare drumuri:Udești-Siminicea-Hănțești; și Suceava-Moara--Horodniceni.
prioritatea 5
Valoarea estimată **20 mil. Euro**

Construcție drum expres Siret (Pașcani - Suceava - Siret)
prioritatea 3
Valoarea estimată **486 mil. Euro**

Modenizare CF Pașcani - Dărmănești
prioritatea 9
Valoarea estimată **284 mil. Euro**

Drum Trans Regio Rodna (Suceava - Câmpulung Moldovenesc)
prioritatea 7
Valoarea estimată **33 mil. Euro**

Variante ocolitoare în Câmpulung Moldovenesc, Vatra Dornei și Gura Humorului
prioritatea 6
Valoarea estimată **72 mil. Euro**

Construcție centru intermodal de mărfuri
prioritatea 8
Valoarea estimată **21 mil. Euro**

Imobil Pediatrie în sistem monobloc la SJU
prioritatea 2
Valoarea estimată. **19 mil. Euro**

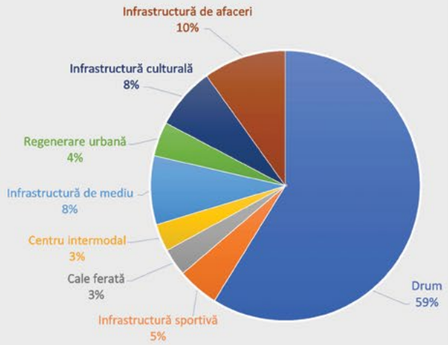
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

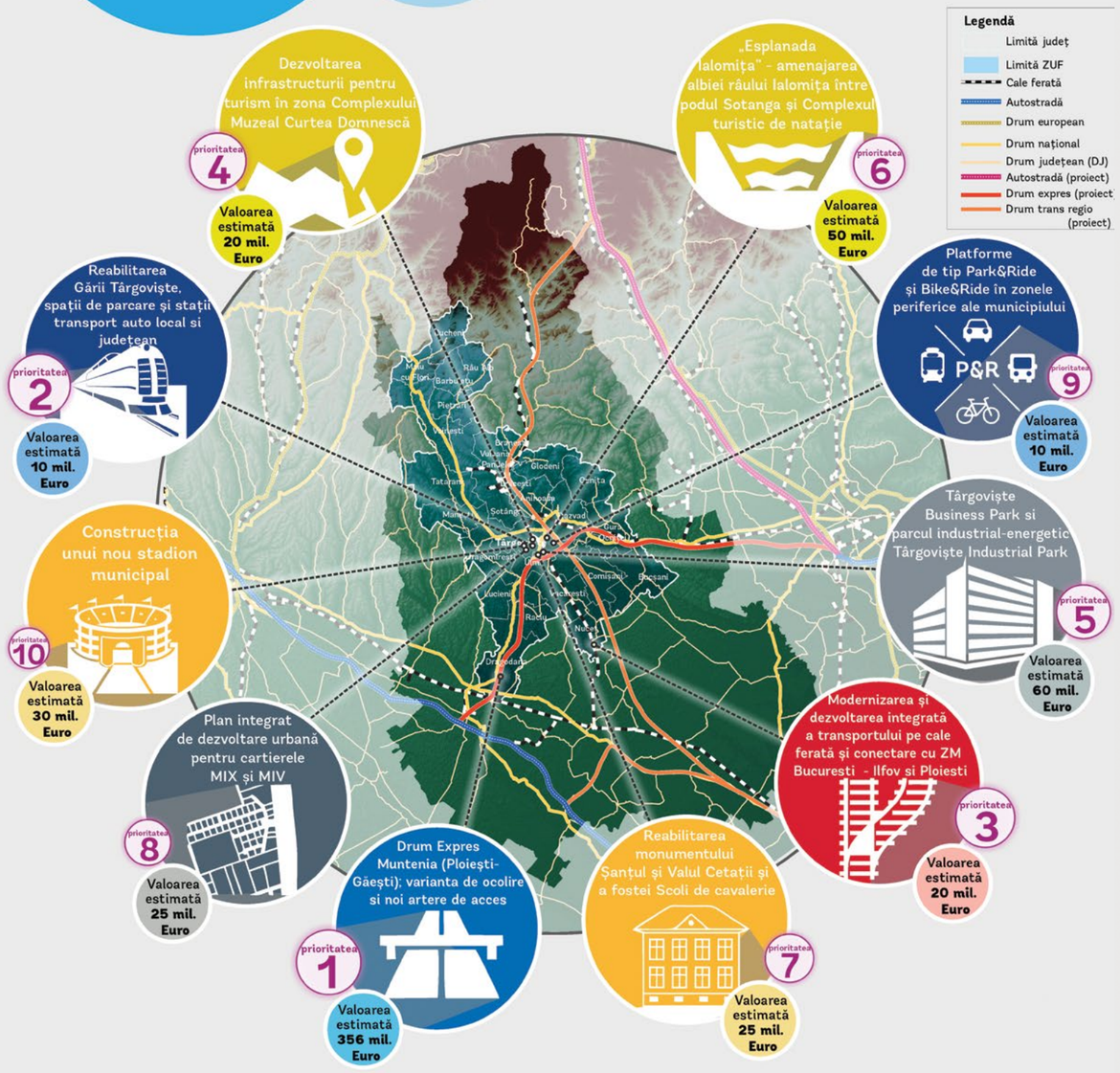
TÂRGOVIȘTE

valoarea estimată a proiectelor:

€ 606 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:





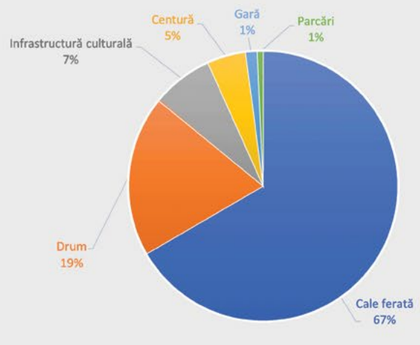
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

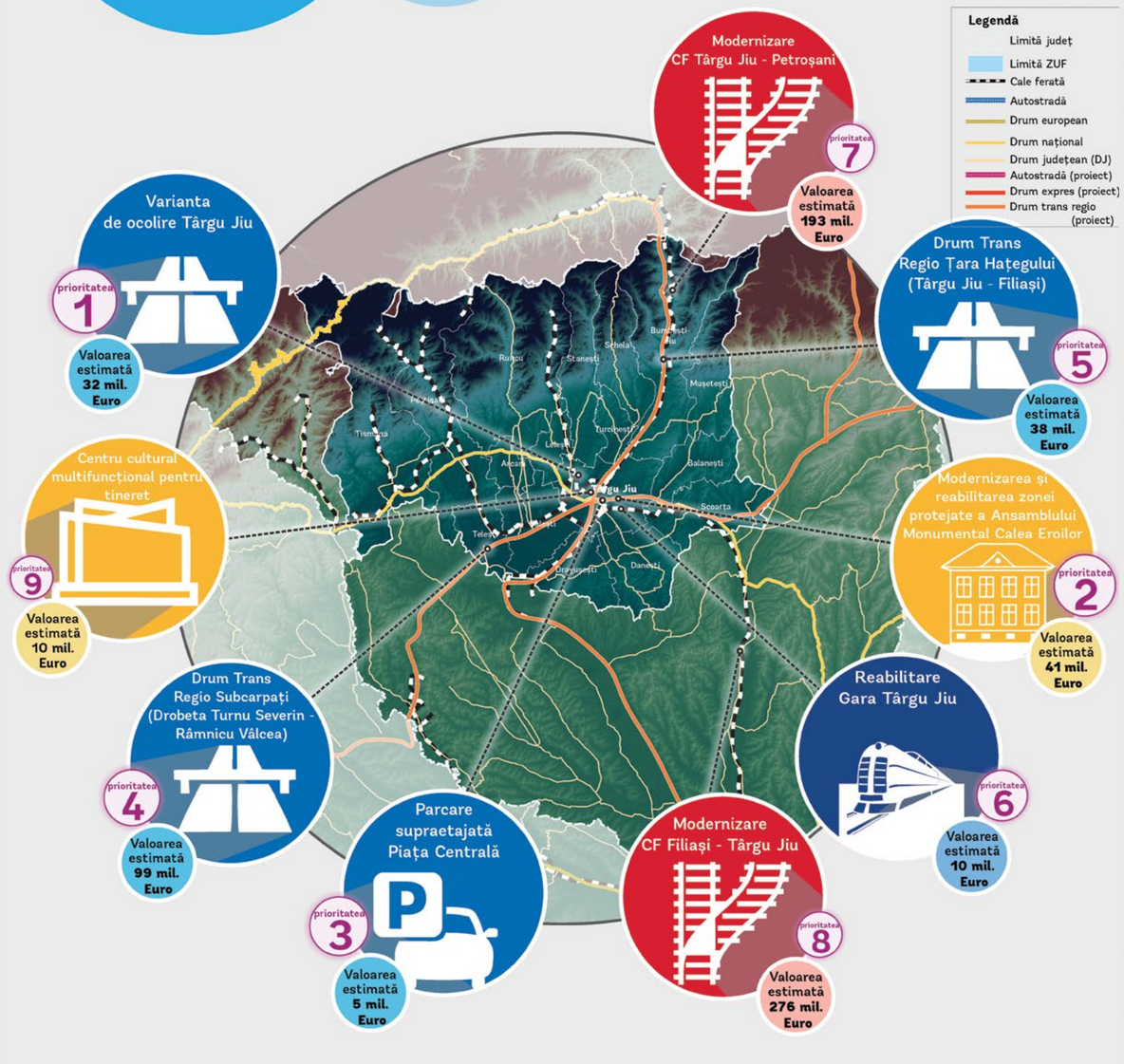
TÂRGU - JIU

valoarea estimată a proiectelor:

€ 704 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



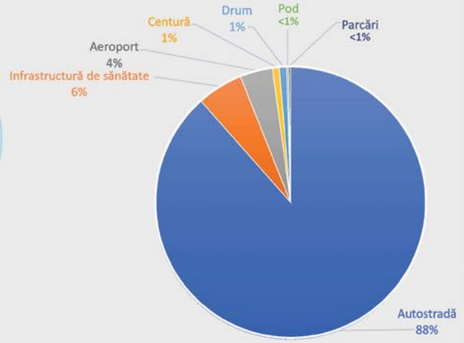


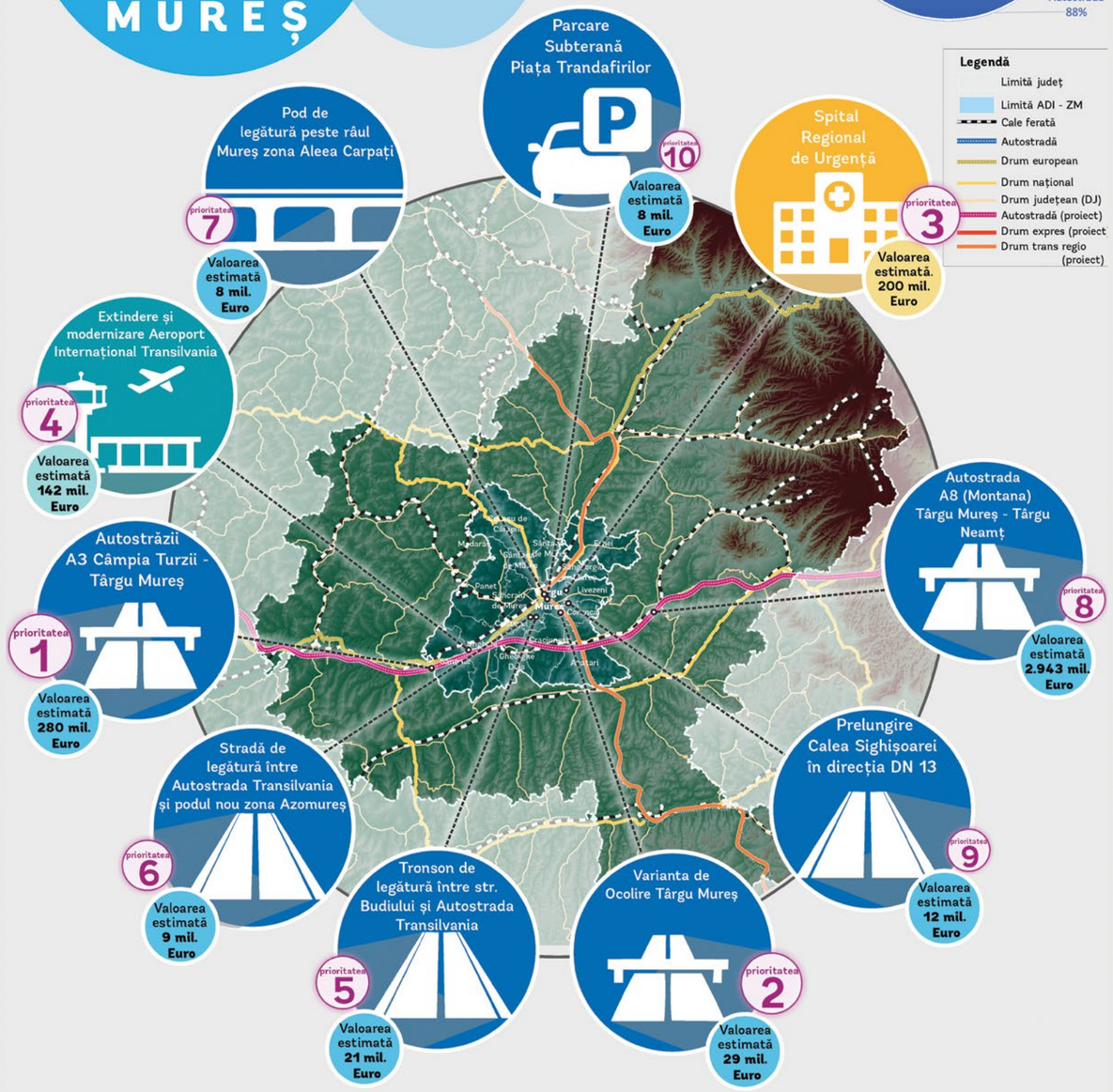
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

TÂRGU - MUREȘ

valoarea estimată a proiectelor:
€ 3.652 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



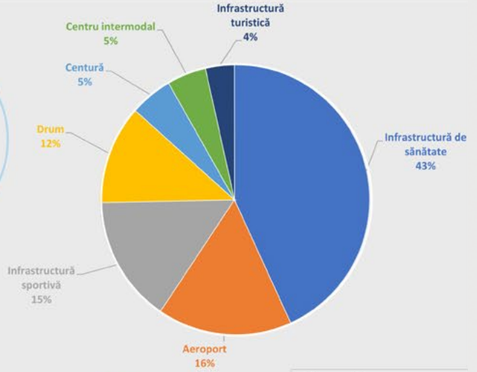


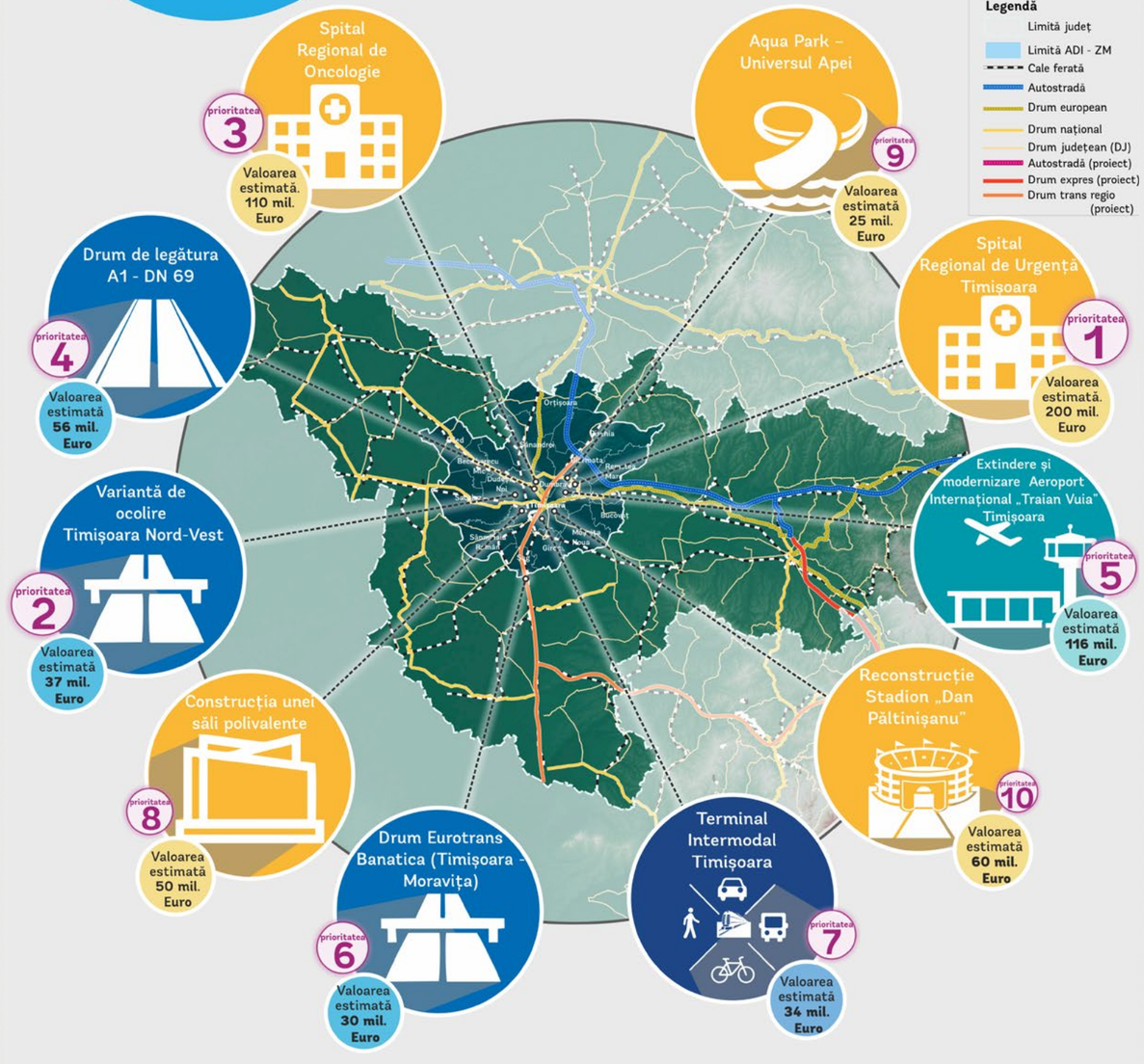
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

TIMIȘOARA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 718 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



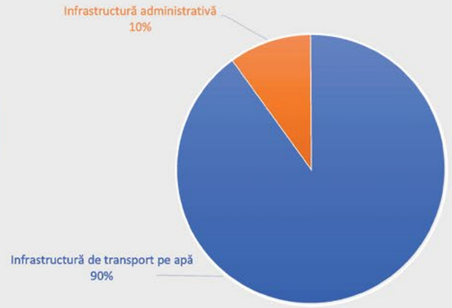


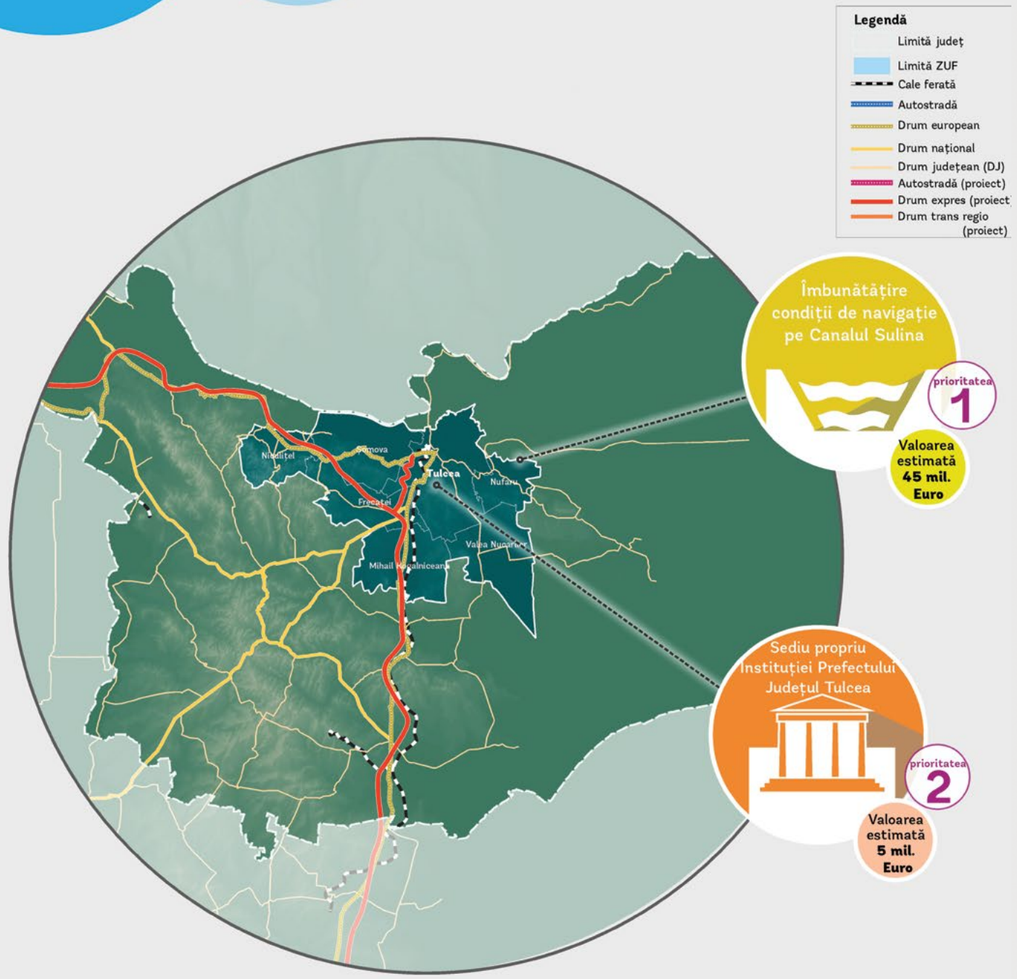
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

TULCEA

valoarea estimată a proiectelor:
€ 50 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:



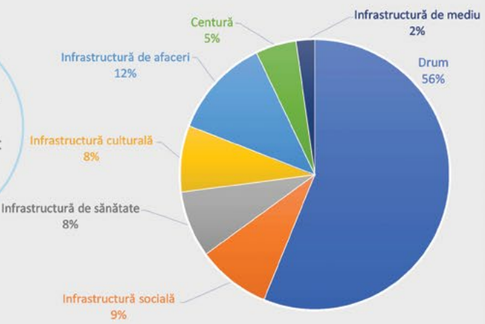


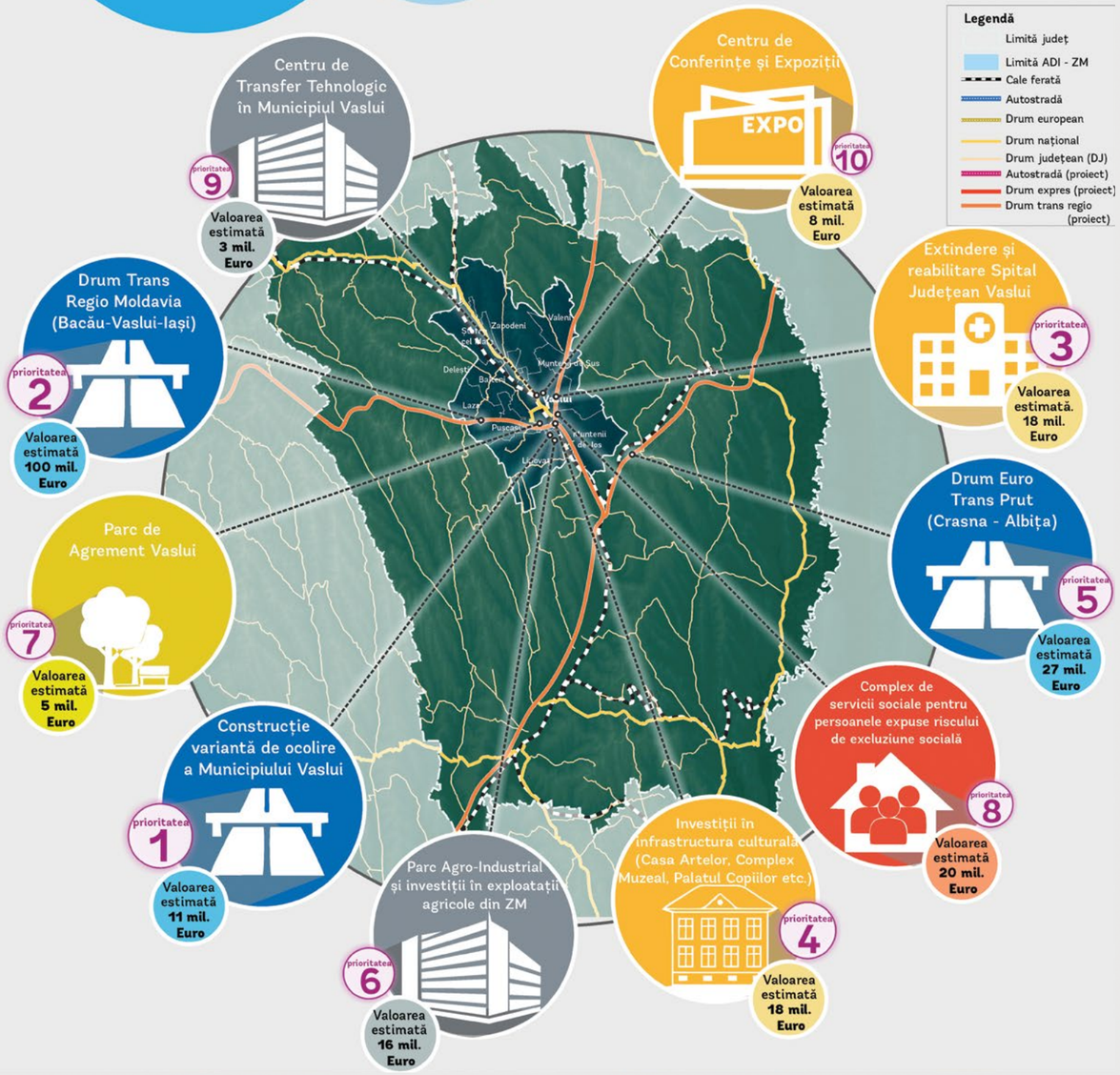
Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

VASLUI

valoarea estimată a proiectelor:
€ 226 mil. euro

distribuția sumelor pe tipuri de programe / proiecte:





Zona metropolitană/
Aglomerarea urbană

ZALĂU

valoarea estimată
a proiectelor:
€ 1.000 mil. euro

distribuția sumelor
pe tipuri de
programe / proiecte:

