

Cinema

RAPORT DE ANALIZĂ CALITATIVĂ

interviuri cu specialiști în cadrul meselor rotunde

În perioada de implementare a contractului au fost organizate două mese rotunde astfel:

Activitate	Referințe temporale	Locația de desfășurare	Tematica abordată
Masa rotundă 1	30.06.2026, 12.10 – 13.40	Online, platforma zoom	Contextul elaborării strategiei: rezultatele cercetării secundare și rezultatele cercetării primare
Masa rotundă 2	30.06.2026, 14.30 – 16.30	Online, platforma zoom	Conturarea strategiei culturale

Participanți:

- Ioana Dragomirescu, Coordonatoare cinematografe - Centrul de Proiecte Timisoara
- Marius Bălănescu - manager Cinema Victoria Cluj Napoca
- Irina-Margareta Nistor - critic de film
- Anca Raicu, echipa Cinema Ateneu
- Andrei Poncu, echipa Cinema Ateneu
- Alin Botez, echipa Cinema Ateneu
- Alexandra Haliga, echipa Cinema Ateneu
- Andrei Giurgia – Șef oficiu film, Ateneul Național din Iași
- Delia Roșu – Șef secția media, coordonator proiect ROMD00550
- Rusu-Persic Gheorghiță – Director artistic Ateneul Național din Iași, coordonator cultural proiect ROMD00550

DESFĂȘURĂTORUL MESEI ROTUNDE 1

Rezumat Analiza datelor primare (Analiza de percepții),

realizată pe un eșantion de 840 de respondenți (400 în Chișinău, 440 în Iași și zona metropolitană limitrofă)

Idei principale ale Analizei de Percepții

- **Decalaje generaționale și lingvistice:**
 - În Iași, consumul cultural este puternic definit de vârstă, tinerii și tinerii adulți (18–34 ani) fiind segmentul cel mai activ, în timp ce interesul scade odată cu înaintarea în vârstă.

Cinema

- În Chișinău, bariera este mai degrabă lingvistică: vorbitorii de limba română sunt mult mai conectați la viața culturală locală comparativ cu cei care au ca limbă maternă rusa, ucraineana sau găgăuza.
- **Condiționarea socio-economică a participării:** Nivelul de educație și bunăstarea materială dictează frecvența participării la evenimente. Pentru locuitorii din Iași, resursele financiare reprezintă o barieră mult mai mare în accesarea culturii decât pentru locuitorii din Chișinău.
- **Schimbarea paradigmei de consum cinematografic:** Tinerii și adulții activi sunt principalul public pentru cinematografe. Cu toate acestea, cinematograful clasic a coborât pe locul al treilea în preferințe, publicul migrând masiv spre forme flexibile de consum: platforme de streaming și dispozitive personale.

Idei secundare susținute de date statistice

- **Percepția generală și limitările infrastructurii:**
 - Cultura este văzută ca un motor de imagine urbană: **72,16%** dintre ieșeni și **41,37%** dintre chișinăuieni sunt total de acord că evenimentele culturale îmbunătățesc imaginea orașului.
 - Totuși, infrastructura (săli, clădiri) este considerată **inadecvată**, doar **34,30%** (în Iași) și **49,18%** (în Chișinău) fiind de acord că spațiile culturale corespund nevoilor.
 - **Centralizarea excesivă:** Există o nemulțumire comună legată de accesibilitate. **31,84%** (Iași) și **39,37%** (Chișinău) consideră că evenimentele sunt concentrate exclusiv în zona centrală, ignorând cartierele.
- **Evaluarea ofertei și infrastructurii cinematografice:**
 - **Concurența cu streamingul:** În Chișinău, platformele de streaming sunt opțiunea principală pentru vizionarea filmelor (**49,96%**), depășind masiv cinematografele din mall-uri (**12,08%**). În Iași, cinematografele comerciale se mențin (47,83%), dar sunt urmate îndeaproape de streaming (44,89%).
 - **Prețul ca barieră:** Doar **42,79%** dintre ieșeni (11,09% total de acord + 31,70% acord) percep prețul билетelor la cinema ca fiind rezonabil, în contrast cu **60,71%** dintre respondenții din Chișinău.
 - **Promovarea deficitară a filmului local:** Doar **~34%** în Iași și **~56%** în Chișinău consideră că cinematografele locale sprijină activ promovarea filmului autohton.

Cinema

- **Mobilitatea culturală transfrontalieră (Oportunitate majoră):**
 - Există deja un ecosistem natural de schimb cultural: **13,08%** dintre locuitorii din Iași au călătorit la Chișinău, iar **14,00%** dintre locuitorii din Chișinău au mers la Iași în ultimele 12 luni **strict pentru un eveniment cultural**.
 - Acest turism cultural de weekend/eveniment crește direct proporțional cu nivelul de educație (atingând **20,5%** la nivelul persoanelor cu studii postuniversitare) și cu posibilitățile financiare.

Direcții de acțiune derivate din date (pentru facilitarea discuției de la masa rotunda 2):

- **Descentralizarea ofertei:** Deoarece ambele orașe resimt acut o aglomerare a centrului și o lipsă a activităților în cartiere, reabilitarea cinematografelor publice din zone necentrale poate transforma aceste clădiri în hub-uri comunitare (răspunzând direct nevoii identificate de public).
- **Integrarea noilor tehnologii și a spațiilor neconvenționale:** Având în vedere consumul digital major, noile cinematografe trebuie să ofere experiențe care nu pot fi replicate acasă (evenimente tip *open air*, dezbateri cu regizori, festivaluri de film nișat). **17,86%** (Iași) și **24,09%** (Chișinău) dintre participanți cer oportunități de a vedea filme în spații culturale neconvenționale.
- **Campanii de comunicare țintite:** Promovarea culturii în Chișinău necesită o atenție specială pe incluziunea vorbitorilor de alte limbi, prin platforme de comunicare bilingve sau multilingve. În Iași, accentul ar putea fi pus pe oferirea unor pachete de bilete subvenționate sau abonamente, pentru a depăși bariera financiară resimțită puternic.

Cinema

Rezumatul Analizei datelor secundare:

Idei principale:

- **Decalaj strategic:**
 - Municipiul Iași beneficiază de strategii culturale dedicate și integrează patrimoniul în direcțiile de dezvoltare metropolitană,
 - Municipiul Chișinău suferă din cauza absenței unei strategii culturale locale distincte, bazându-se pe direcții fragmentate din strategiile naționale sau de turism.
- **Probleme structurale și de finanțare:** Ambele orașe se confruntă cu degradarea patrimoniului construit. În Chișinău, sistemul de finanțare învechit (orientat spre întreținerea instituțiilor, nu pe performanța activităților) și managementul insuficient profesionalizat au dus la o scădere a Indicelui Vieții Culturale.
- **Schimbări în consumul cultural:** Se remarcă o tendință de scădere a consumului cultural tradițional (precum mersul la bibliotecă) din cauza digitalizării, însă infrastructura culturală adaptată – precum festivalurile sau spațiile neconvenționale – capătă teren.
- **Rolul cinematografilei:** Reintegrarea cinematografelor publice în circuitul cultural (obiectivul central al proiectului) este vitală. În ambele orașe cinematografele tradiționale s-au redus la număr, oferta migrând predominant către zone comerciale (mall-uri) sau rămânând sub-valorificată în spații neadecvate.

Idei secundare susținute de date statistice (Dinamica ofertei și a consumului)

- **Evoluții divergente în consumul muzeal:**
 - În **Chișinău**, deși fondul muzeal a crescut substanțial cu aproximativ **75%** (de la 544.881 piese în 2011 la 951.503 în 2024), interesul publicului s-a diminuat considerabil. Numărul vizitelor a scăzut de la **559.066 (în 2011)** la **292.389 (în 2024)**.
 - În **Iași**, s-a înregistrat o explozie a consumului cultural muzeal post-pandemie. Numărul vizitatorilor a atins un nivel record de **1.304.137 de persoane în 2024**, deși numărul muzeelor s-a menținut relativ constant (18-20 unități).
- **Declinul bibliotecilor fizice:**

Cinema

- În **Chișinău**, numărul de vizite anuale s-a înjumătățit, coborând de la peste **2,5 milioane (în 2008)** la aproximativ **1,46 milioane pre-pandemie (în 2019)**, stagnând ulterior.
- În **Iași**, volumul de cărți eliberate s-a redus drastic, de la **2,6 milioane (în 2011)** la **1,2 milioane (în 2024)**.
- **Infrastructura și participarea la spectacole și film:**
 - Rețeaua instituțiilor culturale din **Chișinău** a suferit o reducere treptată de la **37 (în 2003)** la **20 (în 2024)**.
 - La nivelul Republicii Moldova s-a restrâns numărul instalațiilor cinematografice de la **14 la 10** (perioada 2014-2024).
 - În **Iași**, participarea la spectacole și concerte și-a revenit puternic, înregistrând **327.673 de spectatori în 2024** (în creștere constantă față de anii anteriori), iar la cinematografe a atins un vârf recent de **468 mii de spectatori în anul 2023**.

Exemple de bune practici:

Modelul Timișoara

Cel mai relevant exemplu de revitalizare a infrastructurii cinematografice este reprezentat de programul „**Timișoara 2023 - Capitală Europeană a Culturii**” și inițiativa subsecventă „**Timișoara – Obiectiv Cinema**”. Acest model poate fi direct adaptat pentru strategia Iași-Chișinău:

- **Regenerarea urbană prin cinema:** Cinematografe istorice aflate în degradare (Victoria, Timiș, Studio, Johnny/Freidorf) au fost reabilitate din fonduri publice și transformate în **hub-uri comunitare multifuncționale** (nu doar proiecții, ci și dezbateri, concerte, festivaluri și teatru).
- **Rezultate spectaculoase de participare:**
 - **Cinema Timiș** a atras **64.047 de spectatori (2025)** și o medie impresionantă de aproximativ **170 spectatori/proiecție**.
 - **Cinema Victoria** s-a clasat pe **locul 3 la nivel național** pentru sălile cu un singur ecran, cu o frecvență de 60 spectatori/proiecție (comparativ cu media națională de 19). **26% din publicul său este sub 12 ani**, validând succesul atragerii tinerilor.
 - În ansamblu, în 2025, infrastructura cinematografică redată orașului a atras peste **116.000 de spectatori la peste 1.400 de evenimente**.

Cinema

- **Mecanism de finanțare eficient:** Prin Centrul de Proiecte al Municipiului Timișoara s-au creat apeluri de finanțare dedicate operatorilor independenți. În 2025, s-au finanțat 12 proiecte mari (inclusiv extensii ale TIFF și KINOdiseea), creând un **ecosistem cinematografic participativ**, în care sala de cinema susține o comunitate activă, educație și incluziune socială.

*Cum putem integra modelul Timișoara în **Strategia Culturală Comună Iași-Chișinău Orizont 2030** ?*

- **Transformarea cinematografelelor în hub-uri culturale multifuncționale**
 - *Modelul:* În Timișoara, cinematografele revitalizate (Victoria, Timiș, Studio) nu oferă doar proiecții de filme comerciale, ci funcționează ca spații pentru dezbateri, festivaluri, teatru, concerte și programe educaționale.
 - *Aplicabilitate:* În contextul în care oferta cinematografică din Chișinău a migrat spre mall-uri, iar în Iași se caută diversificarea activităților pentru a prelungi șederea turiștilor, cinematografele vizate de proiect trebuie gândite ca **platforme comunitare interdisciplinare**, capabile să genereze participare culturală activă, nu doar consum pasiv.
- **Reformarea mecanismelor de finanțare prin apeluri competitive**
 - *Modelul:* Timișoara a dezvoltat un ecosistem cultural vibrant prin „Centrul de Proiecte”, o instituție care finanțează transparent și competitiv proiectele operatorilor culturali independenți (peste 12 proiecte mari finanțate în 2025, generând peste 150 de evenimente).
 - *Aplicabilitate:* Această direcție este vitală mai ales pentru Chișinău, unde s-a identificat un **sistem de finanțare învechit**, care alocă fonduri pentru întreținerea instituțiilor, neglijând performanța activităților și sectorul independent. Strategia comună ar trebui să propună crearea unor linii de finanțare nerambursabilă destinate organizațiilor neguvernamentale și industriilor creative din ambele orașe, pentru a stimula organizarea de cinecluburi, festivaluri de documentare și extensii ale evenimentelor majore.

Cinema

- **Focalizarea ofertei pe tineret și pe educația cinematografică**

- *Modelul:* Cinema Victoria din Timișoara a înregistrat 26% din public format din copii sub 12 ani, integrând filmul în educația școlară prin proiecții speciale și festivaluri dedicate (precum KINOdiseea sau Minimest).
- *Aplicabilitate:* Ambele orașe se confruntă cu un consum cultural limitat al tinerilor. Strategia trebuie să propună proiecte punctuale care să apropie publicul tânăr (14-18 ani) de cultură, creând programe de educație prin film documentar, mediu sau drepturile omului, formând astfel un public stabil pe termen lung.

- **Regenerare urbană și descentralizare către cartiere**

- *Modelul:* Pe lângă marile cinematografe centrale, Timișoara a reabilitat și spații de proximitate (ex. Cinema Johnny din cartierul Freidorf), implicând comunitățile locale și categoriile vulnerabile direct în cartierele lor. De asemenea, s-au folosit spații neconvenționale (hale, curți, parcuri) pentru activarea urbană.
- *Aplicabilitate:* Strategia comună poate prelua această viziune pentru a scoate cultura din centrele istorice (care deja suferă de degradarea patrimoniului construit și aglomerare) și a o duce către zonele marginale, transformând clădirile sub-valorificate în centre comunitare.

- **Integrarea în rețele internaționale de excelență**

- *Modelul:* Cinematografele din Timișoara au devenit membre ale rețelei europene **Europa Cinemas**, ceea ce le garantează un standard de calitate și acces la cinematografia europeană.
- *Aplicabilitate:* Cinematografele publice din Iași și Chișinău trebuie să aibă ca obiectiv integrarea în rețele similare, pentru a consolida direcția de cooperare europeană a proiectului transfrontalier și a se poziționa drept repere pe harta culturală a Europei de Est.

Cinema

zoom Workplace

Dezbateri - Panel de specialiști - proiect transfrontalier Ateneul Național Iași și IPCCA Ginta Latină din Chișinău

Participants (16)

Find a participant

Deila (Me)

Dumitru-Tudor JUIE (Host)

Ioana Dragomirescu - Timisoara

Irina Nistor

Alexandra Mihaela Haliga

Alin Botez

Andreea Revenco

Andrei Giurgia

Andrei Poncu

Balmuş Mihaela

EMI

Erica Moldovan

Ghiță

Iulia Anca Raicu

Marius Balanescu

Invite

Unmute me

Audio

Video

Chat

Participants

React

Share

More

Leave

zoom Workplace

Meeting

Dumitru-Tudor JUIE's screen

Participants (16)

Find a participant

Irina Nistor

nicutarna

Alexandra Mihaela Haliga

Alin Botez

Andreea Revenco

Invite

Unmute me

Dezbateri - Panel de specialiști - proiect tra...

Everyone

New chat

Hi, I'm transcribing this call with my Tactiq AI Extension. <https://tactiq.io/r/transcribing>

Who can see your messages?

Message everyone

Menu

Analiza percepției cu priv...

Create

Add file to PDF Space

All tools

Read

Edit

Convert

E-Sign

Find text, tools, or help

Share

Ask AI Ass

Eastern Marketing Insights

asking the right questions...

Vă rugăm să indicați nivelul dumneavoastră de cunoaștere sau vizionare pentru următoarele producții cinematografice:

Carbon

Varvara

Tunete

Plaha

Time suspendat

Mun. Iași

Mun. Chișinău

5.68%

18.98%

75.34%

30.50%

28.00%

41.50%

4.98%

20.97%

74.06%

16.75%

30.50%

52.75%

5.34%

14.74%

79.92%

13.75%

27.50%

58.75%

19.12%

27.61%

53.27%

32.68%

35.25%

7.77%

14.05%

78.18%

5.25%

11.00%

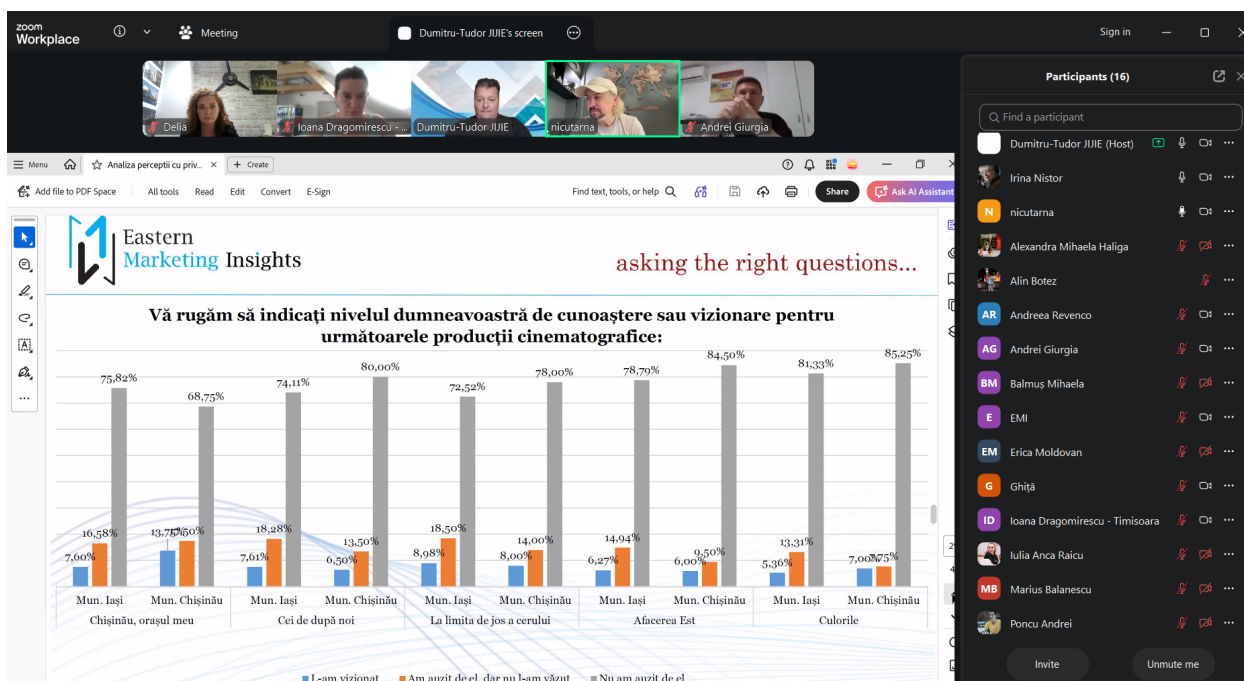
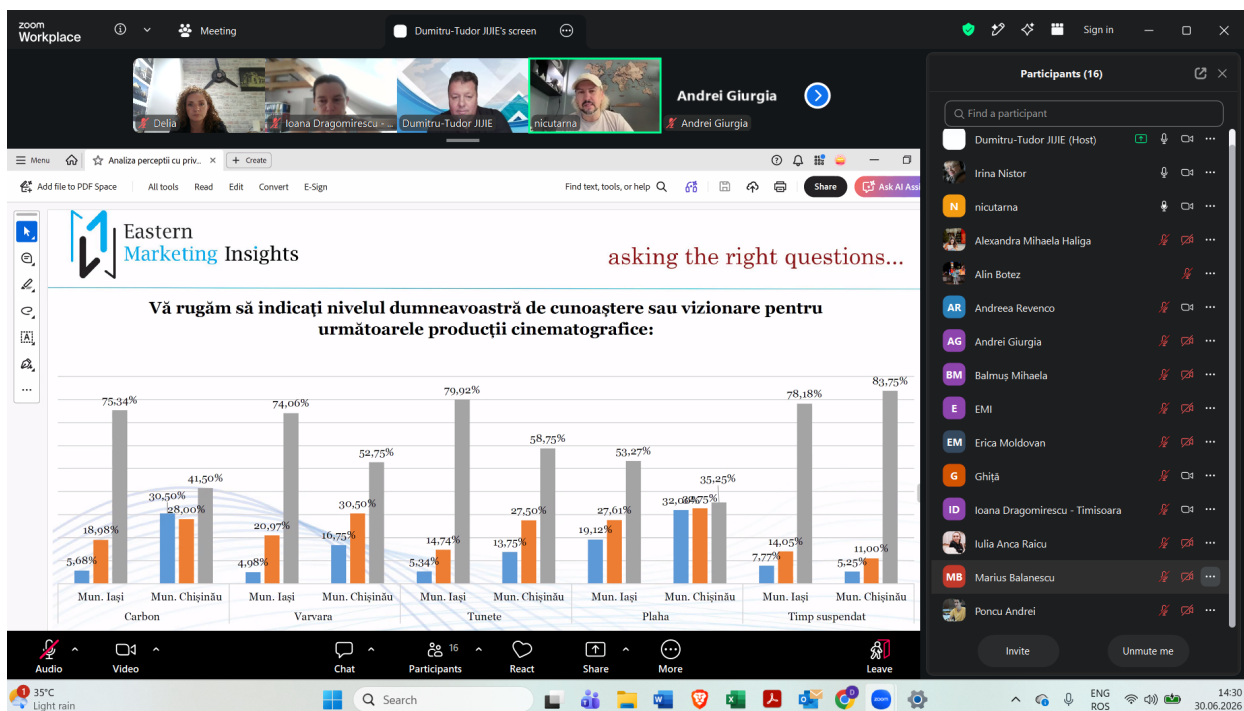
83.75%

I-am vizionat

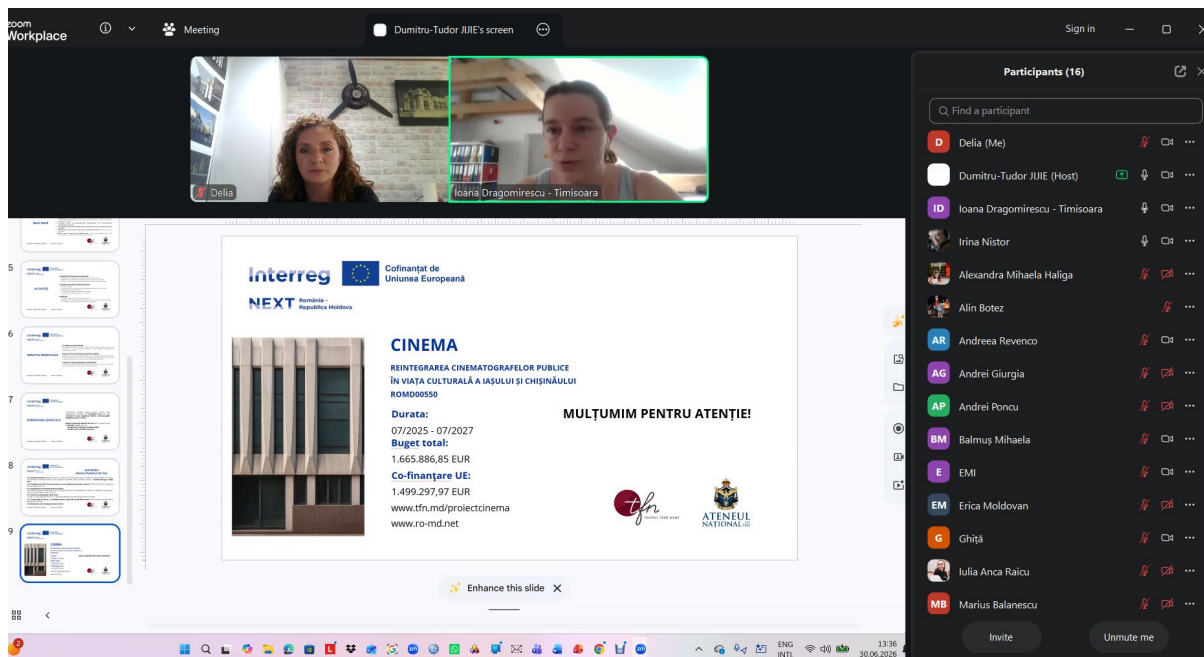
Am auzit de el, dar nu l-am văzut

Nu am auzit de el

Cinema



Cinema



DESFAȘURĂTORUL MESEI ROTUNDE 2

Grila de interviu/teme de discuție:

1. Teme de discuție/ întrebări de ghidaj pentru conturarea VIZUNII :

Viziunea trebuie să reprezinte starea ideală la care Iașul și Chișinăul doresc să ajungă în anul 2030.

Puncte de discuție strategice (întrebări de ghidaj), argumentate cu date din rapoartele de analiză:

1. Conturarea unui pol cultural transfrontalier unitar

- *Context din date:* Există deja un ecosistem natural de schimb cultural: 13,08% dintre ieșeni și 14,00% dintre locuitorii Chișinăului călătoresc în orașul partener strict pentru evenimente culturale. Totuși, Iașul are strategii culturale dedicate, în timp ce Chișinăul suferă de o fragmentare a politicilor.
- *Întrebări pentru panel:* **Cum ar trebui să sune viziunea noastră pentru a transforma granița într-un „coridor cultural”?** Ar trebui să ne propunem ca până în 2030 Iași și Chișinău să funcționeze ca o piață culturală unică, cu agende și abonamente comune?

2. Redefinirea rolului infrastructurii (De la „sală de cinema” la „Hub comunitar”)

Cinema

- *Context din date:* Consumul de cinema clasic a scăzut, fiind surclasat de platformele de streaming (ex. 49,96% în Chișinău). Modelul de succes de la Timișoara a demonstrat că salvarea constă în transformarea clădirilor în hub-uri multifuncționale (film, teatru, concerte, dezbateri). De asemenea, publicul se plânge de concentrarea evenimentelor doar în centrul orașelor.
- *Întrebări pentru panel:* **Care este noua paradigmă a spațiului cultural public în 2030?** Cum integrăm în viziunea noastră conceptul de descentralizare, ducând cultura în cartiere prin revitalizarea acestor cinematografe uitate? Ce fel de experiențe trebuie să ofere aceste spații pentru a nu putea fi replicate acasă, în fața ecranelor?

3. Accesibilitate, incluziune și reducerea barierelor

- *Context din date:* Participarea este puternic condiționată de factori diferiți în cele două orașe: în Iași, bariera este financiară (doar 42,79% cred că prețul e rezonabil), iar consumul scade odată cu vârsta. În Chișinău, bariera este lingvistică pentru minorități, iar tinerii sunt principalii consumatori.
- *Întrebări pentru panel:* **Cum definim o cultură „pentru toți” în Orizont 2030?** Cum putem integra în viziune ideea de „democrație culturală”, astfel încât să reducem decalajele generaționale, lingvistice și de venituri?

4. Reformarea ecosistemului și a modului de finanțare

- *Context din date:* La nivelul Chișinăului (și parțial al Iașului) s-a constatat un model de finanțare învechit, bazat pe întreținerea instituției și nu pe performanța actului cultural. În contrast, Timișoara a reușit revitalizarea prin apeluri de proiecte competitive dedicate sectorului independent, creând un ecosistem participativ.
- *Întrebări pentru panel:* **Cum arată un ecosistem de management cultural performant în 2030?** Ar trebui ca viziunea noastră să pună în centru trecerea de la „instituția publică prestatoare de cultură” la „instituția publică ca facilitator și finanțator al operatorilor culturali independenți”?

5. Integrarea inovației și a spațiilor neconvenționale

- *Context din date:* Aproape un sfert dintre respondenți cer mai multe oportunități de a vedea filme în aer liber sau spații neconvenționale (17,86% în Iași, 24,09% în Chișinău).
- *Întrebări pentru panel:* **Cum va arăta consumul cultural modern peste 4 ani?** Care ar trebui să fie rolul noilor tehnologii și al spațiilor alternative (parcuri, clădiri industriale reabilitate) în viziunea pe care o construim astăzi?

Cinema

*"Dacă ar fi să scriem o singură frază care să descrie starea vieții culturale comune Iași-Chișinău în 2030, care ar fi **cuvintele cheie** pe care nu avem voie să le ratăm?" (ex: colaborativ, digitalizat, descentralizat, incluziv, multifuncțional).*

Propuneri de VIZIUNE: sesiune de discuții

2. Teme de discuție pentru conturarea OBIECTIVELOR strategiei

Tema 1: Descentralizarea și modernizarea infrastructurii (De la săli degradate la hub-uri comunitare)

- **Argument din date:** Există o nemulțumire majoră privind concentrarea evenimentelor doar în zona centrală (31,84% în Iași și 39,37% în Chișinău). De asemenea, infrastructura existentă este adesea percepută ca inadapată nevoilor actuale.
- **Întrebări de ghidaj pentru Obiective:**
 - *Ce obiective concrete de infrastructură ne setăm până în 2030? (ex: reabilitarea a X cinematografe de cartier).*
 - *Cum măsurăm succesul transformării unui cinematograf într-un hub comunitar? Care ar trebui să fie proporția de activități alternative (teatru, ateliere, dezbateri) față de proiecțiile clasice de film, urmând exemplul Timișoarei?*

Propuneri de obiective legate de descentralizare și modernizare: sesiune de discuții

Tema 2: Atragerea publicului tânăr și adaptarea la consumul digital

- **Argument din date:** Cinematografele concurează direct cu mediul digital: platformele de streaming reprezintă principala opțiune de vizionare a filmelor în Chișinău (49,96%) și a doua opțiune în Iași (44,89%).
- **Întrebări de ghidaj pentru Obiective:**
 - *Ce obiectiv măsurabil ne putem asuma pentru atragerea tinerilor? (ex: atingerea unui procent de 25-30% din public format din tineri și copii, cum a reușit Cinema Victoria din Timișoara).*
 - *Cum formulăm un obiectiv strategic privind digitalizarea și utilizarea noilor tehnologii în aceste spații pentru a oferi experiențe care nu pot fi reproduse acasă?*

Propuneri de obiective legate de atragerea segmentului tânăr / adaptare la consum digital: sesiune de discuții

Cinema

Tema 3: Creșterea mobilității culturale transfrontaliere

- **Argument din date:** Există deja un public predispus la turism cultural: 13,08% dintre ieșeni și 14,00% dintre chișinăuieni au călătorit în ultimul an în orașul partener strict pentru un eveniment cultural. Acest procent crește la persoanele cu studii și venituri superioare.
- **Întrebări de ghidaj pentru Obiective:**
 - *Cum transformăm acest trafic organic într-un obiectiv clar asumat? Ne propunem o creștere a acestui procent la 20% sau 25% până în 2030?*
 - *Ce proiecte punctuale pot susține acest obiectiv? (ex: crearea unei platforme/agende digitale unice Iași-Chișinău, pachete de turism cultural de weekend).*

Propuneri de obiective legate de mobilitatea culturală transfrontalieră: sesiune de discuții

Tema 4: Accesibilitate, prețuri și democrație culturală

- **Argument din date:** Participarea culturală este frânată de resursele economice în Iași (doar 42,79% găsesc rezonabil prețul biletelor) și de bariere lingvistice în Chișinău, unde vorbitorii nativi de alte limbi participă mai rar.
- **Întrebări de ghidaj pentru Obiective:**
 - *Ce obiective de incluziune socială putem integra în strategie? Ne propunem cote obligatorii de evenimente cu acces gratuit sau bilete subvenționate pentru categoriile defavorizate?*
 - *Cum formulăm un obiectiv care să garanteze accesul minorităților lingvistice la consumul de film și activități culturale în Chișinău?*

Propuneri de obiective legate de politica de preț/ incluziune socială și democrație culturală: sesiune de discuții

Tema 5: Reformarea mecanismelor de finanțare și sprijinirea operatorilor independenți

- **Argument din date:** Unul dintre principalele motive ale declinului vieții culturale (în special în Chișinău) este sistemul de finanțare învechit, care plătește întreținerea instituțiilor publice și nu performanța actului cultural. Prin contrast,

Cinema

ecosistemul din Timișoara a înflorit datorită liniilor de finanțare pentru proiecte independente (peste 12 mari proiecte finanțate în 2025).

- **Întrebări de ghidaj pentru Obiective:**
 - *Ce obiectiv de management ne setăm pentru noile cinematografe publice? Ar trebui să propunem înființarea unui „Centru de Proiecte” comun sau lansarea unor apeluri de finanțare competitivă?*
 - *Cum măsurăm tranziția de la simpla administrare a clădirilor la finanțarea efectivă a programelor (festivaluri, cinecluburi) generate de mediul privat/independent?*

Propuneri de obiective legate de management și mecanisme de finanțare: sesiune de discuții

3. Teme de discuție pentru conturarea PROIECTELOR punctuale

De integrat suplimentar eventuale direcții/ obiective clar reieșite din discuția de la punctul anterior pentru a fi completate cu proiecte specifice.

Pentru a păstra discuția ancorată în realitate, cereți membrilor panelului ca pentru fiecare proiect propus să menționeze **grupul țintă** (cui se adresează) și o estimare a **resurselor de care ar avea nevoie** (finanțare publică, parteneriate private, voluntari).

1. Proiecte pentru atragerea tinerilor și educație cinematografică

- **Context:** Tinerii și adulții activi sunt publicul principal, dar consumul lor a migrat spre platformele de streaming. În schimb, Cinema Victoria din Timișoara a reușit să aibă 26% din public format din copii sub 12 ani.
- **Modelul Timișoara:** Acolo s-au finanțat festivaluri specifice pentru tineri (ex. *KINOdiseea*, *Minimest*), dar și programe de educație de mediu prin film (*CULMEA*) și educație pentru drepturile omului (*One World Romania*).
- **Întrebări pentru conturarea proiectelor:**
 - *Ce festivaluri sau programe recurente de educație prin film am putea lansa în Iași și Chișinău pentru a atrage școlile și liceele în noile săli de cinema?*
 - *Ar fi oportun un proiect comun de tip „Caravana de film documentar pentru tineri” care să abordeze teme de actualitate (mediu, societate, inovație)?*

Cinema

Propuneri de proiecte: sesiune de discuții

2. Proiecte pentru stimularea mobilității culturale transfrontaliere

- **Context:** Ecosistemul de schimb cultural există deja natural: 13,08% dintre ieșeni și 14,00% dintre chișinăuieni călătoresc în orașul partener strict pentru un eveniment cultural, acest procent crescând o dată cu nivelul de educație (până la 20,5% pentru cei cu studii postuniversitare) și cu posibilitățile financiare.
- **Întrebări pentru conturarea proiectelor:**
 - *Ce proiect sau platformă ar putea transforma acest public ocazional într-unul constant?*
 - *Cum vi se pare ideea unui „Abonament Cultural Transfrontalier” sau a unor pachete turistice de weekend (City-Break Cultural) susținute de agențiile locale de turism și instituțiile de cultură?*
 - *Am putea dezvolta extensii ale festivalurilor mari dintr-un oraș în celălalt (așa cum Timișoara a făcut extensii pentru TIFF sau Les Films de Cannes)?*

Propuneri de proiecte: sesiune de discuții

3. Proiecte pentru activarea spațiilor neconvenționale și regenerare urbană

- **Context:** Un procent semnificativ de public (17,86% în Iași și 24,09% în Chișinău) solicită activități și vizionări de filme în aer liber sau în spații neconvenționale.
- **Modelul Timișoara:** În lipsa infrastructurii mari, organizatorii au folosit hale industriale, parcuri, curți interioare și piețe publice pentru a scoate cultura în stradă. Totodată, au activat cinematografe de proximitate în cartiere (ex. Cinema Johnny în Freidorf), transformându-le în centre comunitare.
- **Întrebări pentru conturarea proiectelor:**
 - *Ce spații urbane sub-valorificate (ex. hale industriale din Iași, Teatrul Verde din Chișinău, parcuri) s-ar preta pentru un proiect de „Cinema Open-Air estival”?*
 - *Ce activități adiacente (târguri, concerte, dezbateri) putem adăuga pe lângă o proiecție de film într-un cartier periferic pentru a crea un eveniment de regenerare comunitară?*

Propuneri de proiecte: sesiune de discuții

Cinema

4. Proiecte pentru incluziune, diversitate și depășirea barierelor (financiare și lingvistice)

- **Context:** În Iași, doar 42,79% din public consideră rezonabil prețul biletelor, iar în Chișinău consumul cultural este mai scăzut în rândul minorităților lingvistice (vorbitori de rusă, ucraineană, găgăuză).
- **Modelul Timișoara:** A inclus activități destinate persoanelor vulnerabile, oferind acces gratuit la experiențe cinematografice pentru seniori, persoane cu dizabilități, persoane fără adăpost și copii din medii defavorizate.
- **Întrebări pentru conturarea proiectelor:**
 - *Cum ar arăta un proiect de „Democrație Culturală”? Ne putem gândi la subvenționarea unor bilete pentru categorii vulnerabile din Iași sau zile cu intrare liberă?*
 - *Ce inițiative punctuale ar crește participarea minorităților din Chișinău (ex. proiecții multilingve, subtitrări adaptate, festivaluri dedicate diversității culturale)?*

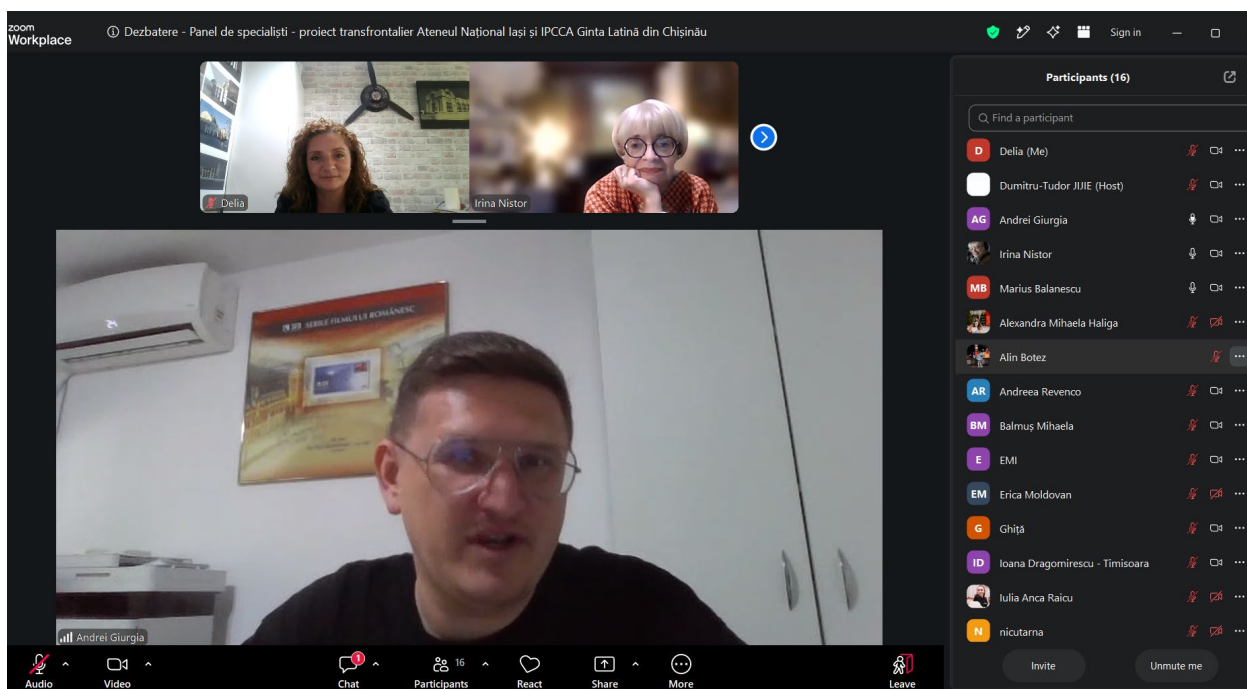
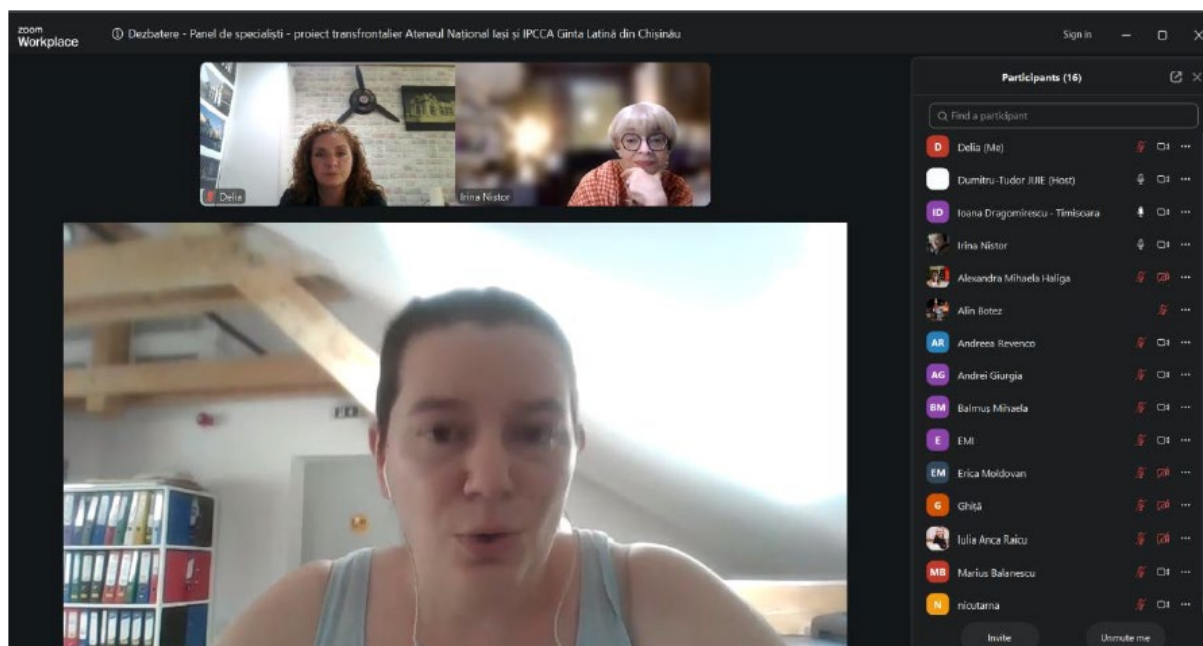
Propuneri de proiecte: sesiune de discuții

5. Proiecte de finanțare și sprijinire a ecosistemului independent

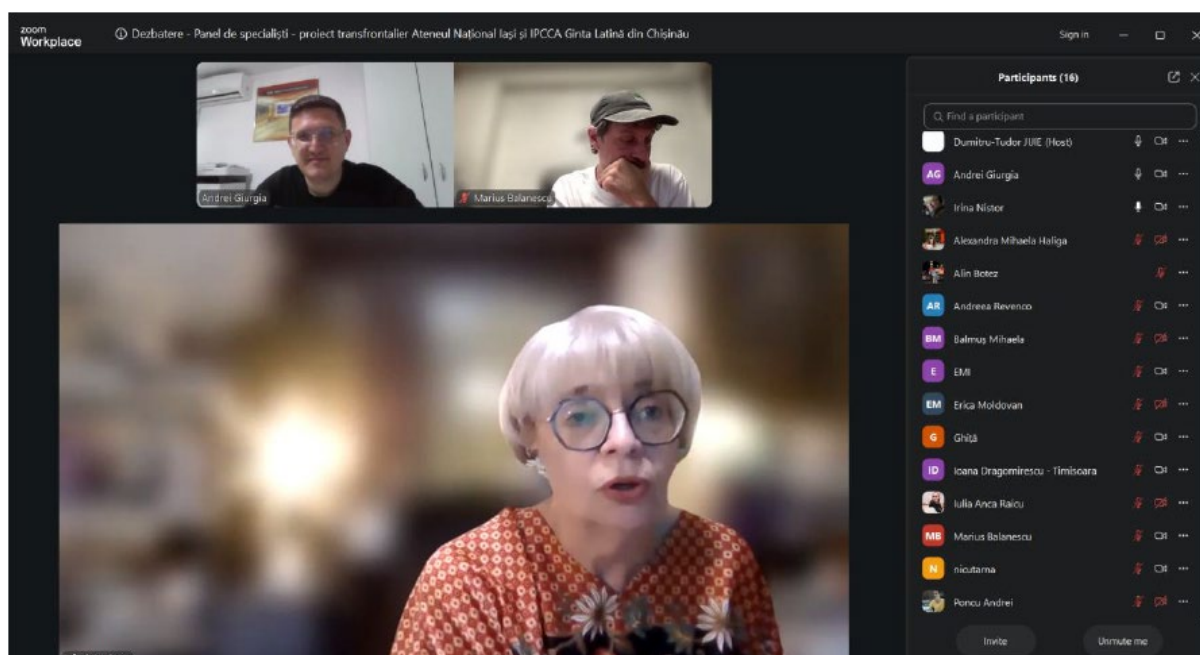
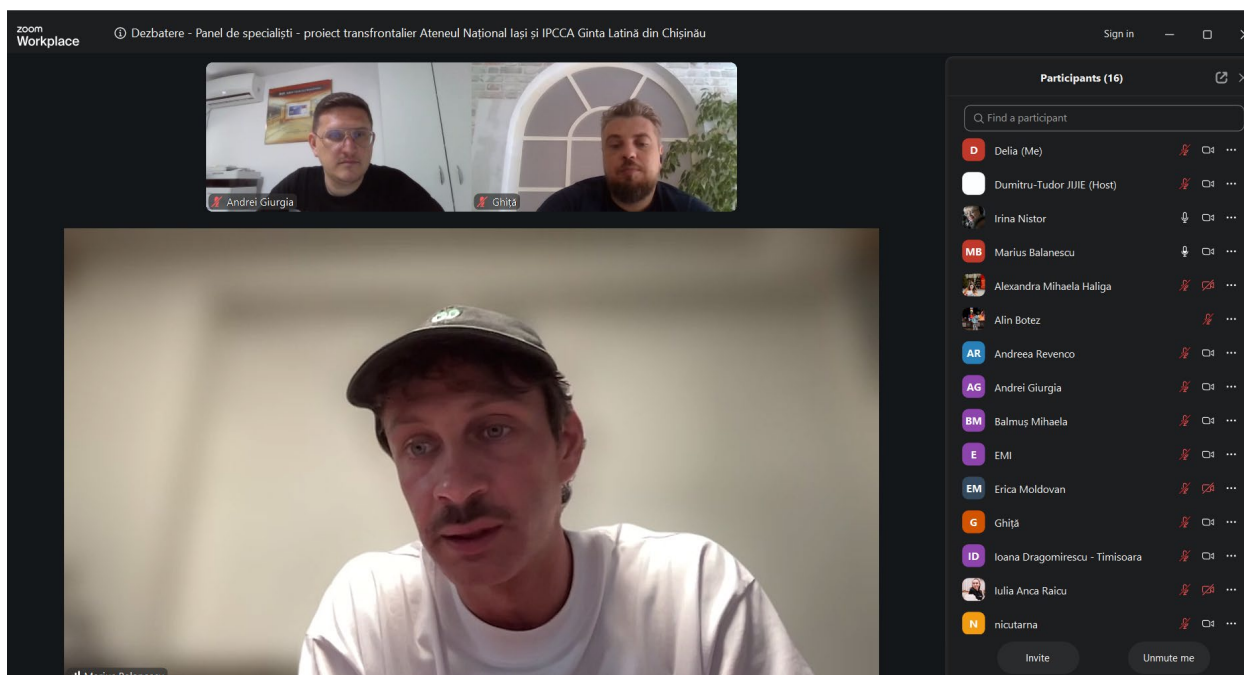
- **Context:** Modelul de finanțare actual (în special în Chișinău) se bazează pe întreținerea instituțiilor, nu pe stimularea performanței activităților.
- **Modelul Timișoara:** „Centrul de Proiecte” a creat apeluri de finanțare nerambursabilă strict pentru operatorii culturali (finanțând 12 proiecte mari cinematografice în 2025, care au generat 150 de evenimente). A susținut astfel cinecluburi, festivaluri și asociații independente.
- **Întrebări pentru conturarea proiectelor:**
 - *Dacă am înființa un mecanism similar de „Apeluri de Proiecte” pe axa Iași-Chișinău, care ar trebui să fie primele teme finanțate?*
 - *Cum putem atrage organizațiile neguvernamentale și operatorii privați să organizeze evenimente regulate (ex. cinecluburi de weekend) în cinematografele noastre publice?*

Propuneri de proiecte: sesiune de discuții

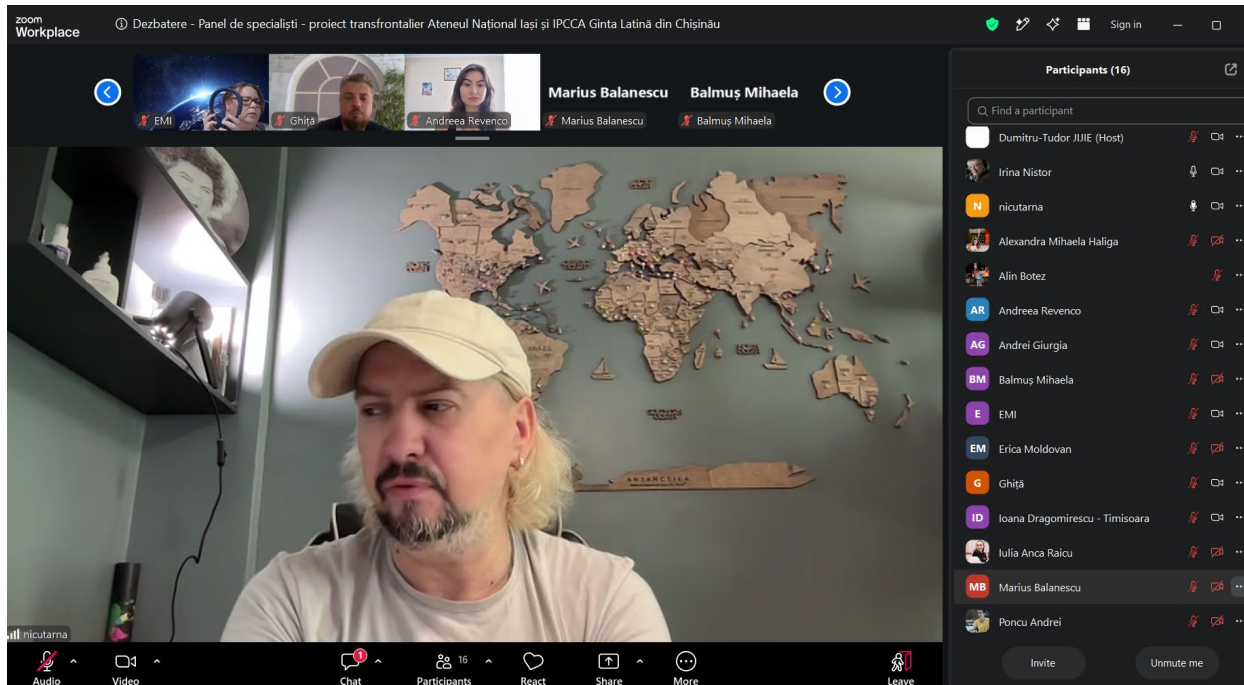
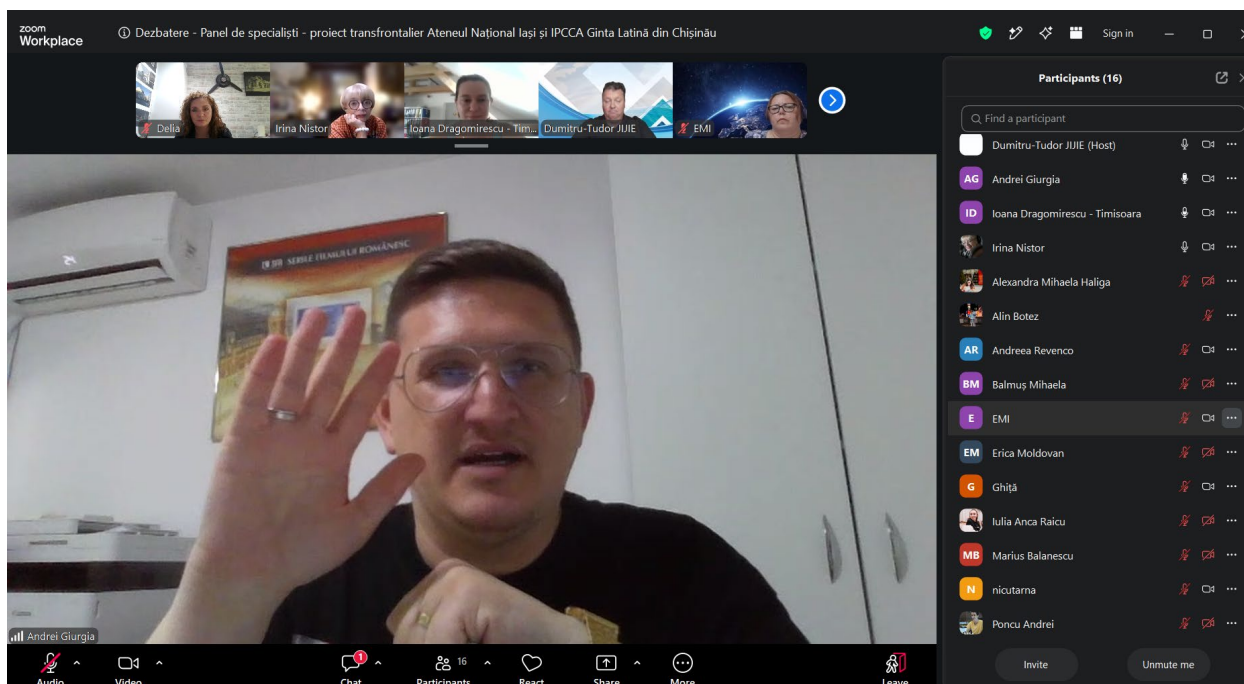
Cinema



Cinema



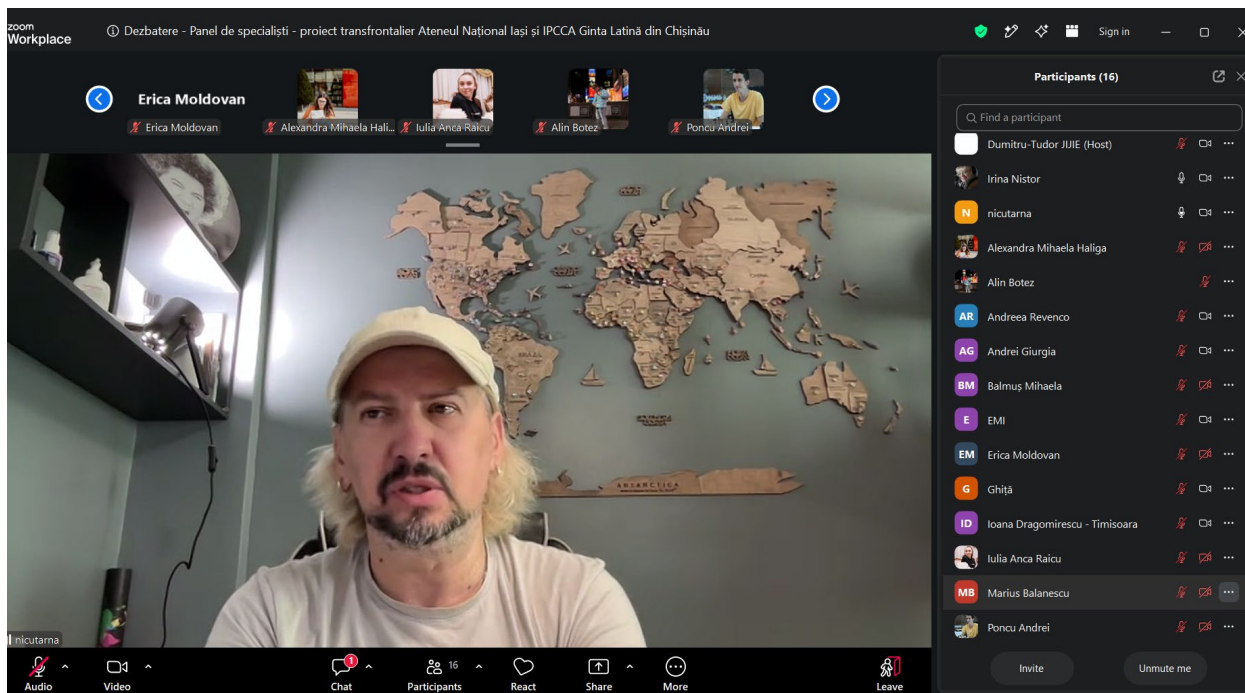
Cinema



Cinema

zoom Workplace ① Dezbateri - Panel de specialiști - proiect transfrontalier Ateneul Național Iași și IPCCA Ginta Latină din Chișinău

Erica Moldovan Alexandra Mihaela Haligă Iulia Anca Raicu Alin Botez Poncu Andrei



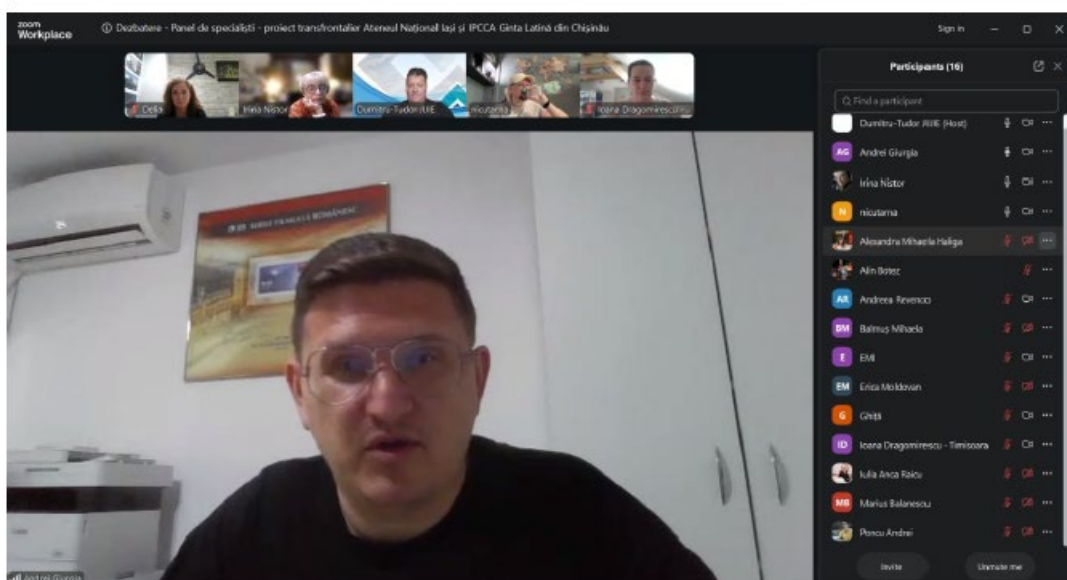
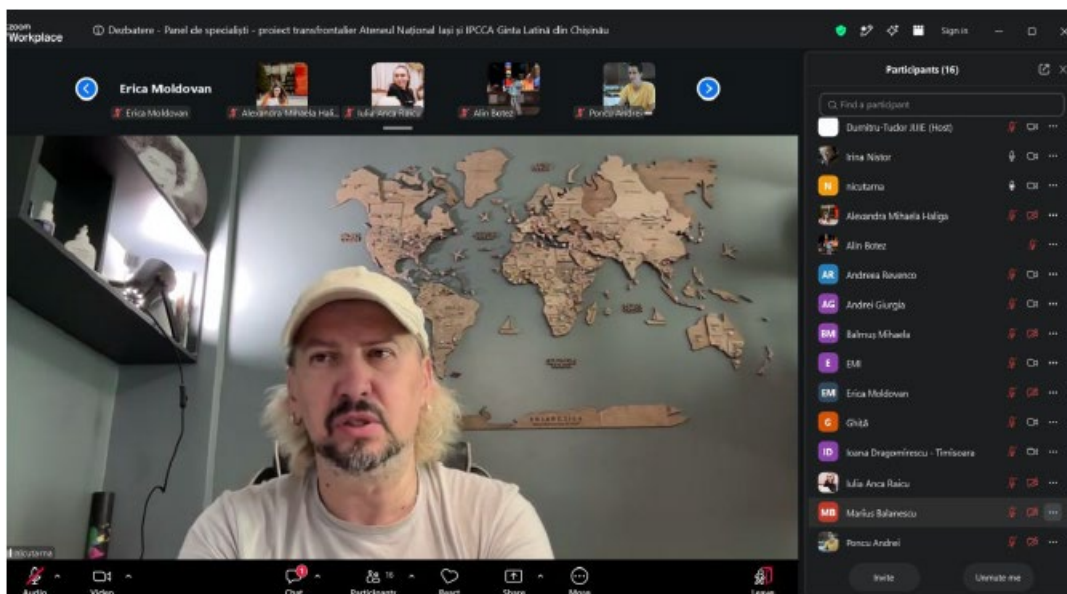
Participants (16)

Find a participant

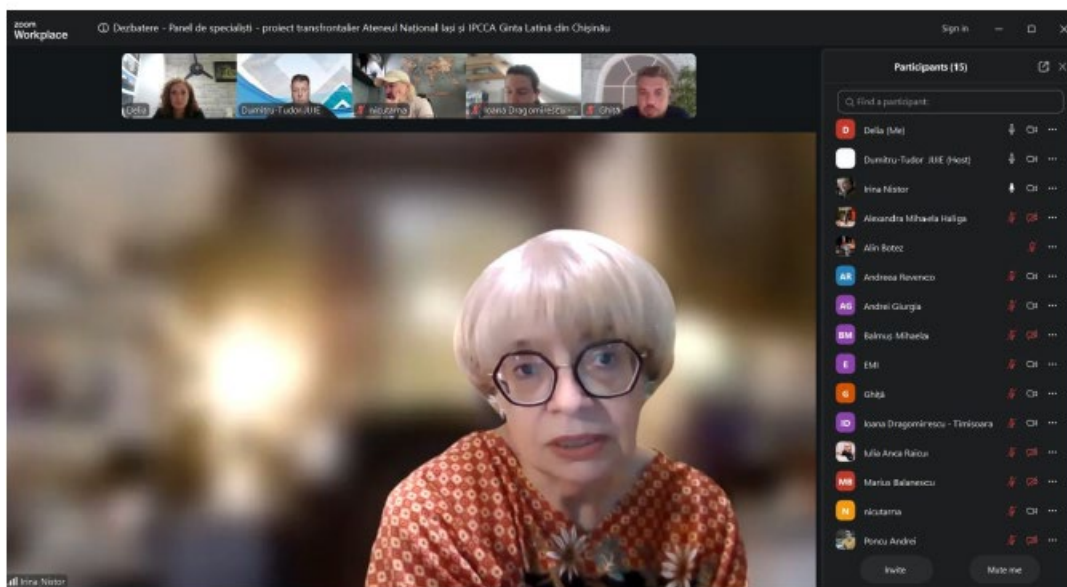
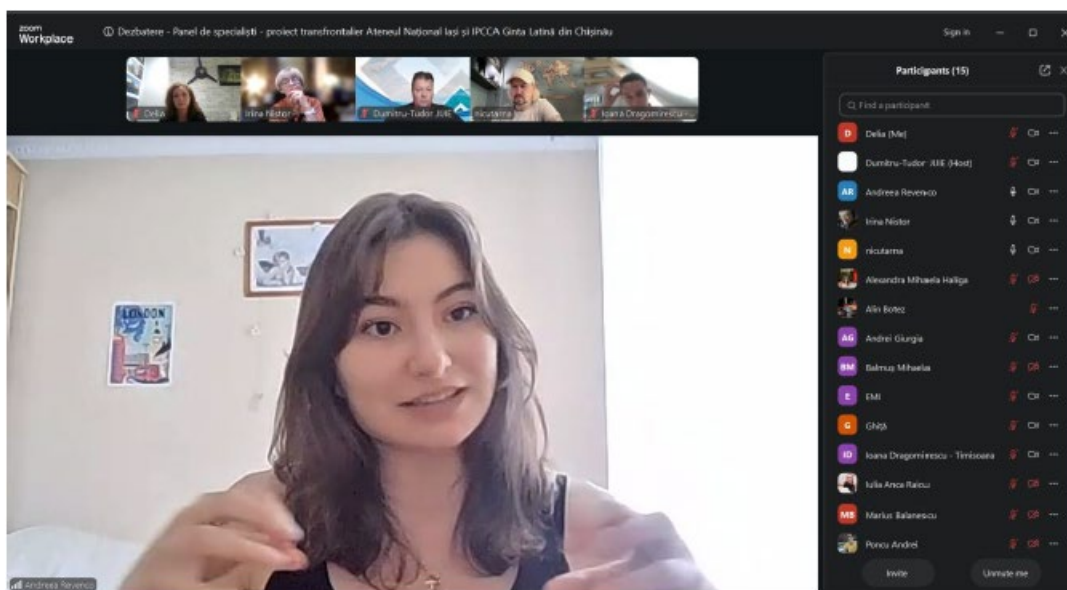
- Dumitru-Tudor JUIE (Host)
- Irina Nistor
- nicutarna
- Alexandra Mihaela Haligă
- Alin Botez
- Andreea Revenco
- Andrei Giurgiu
- Balmuş Mihaela
- EMI
- Erica Moldovan
- Ghiță
- Ioana Dragomirescu - Timisoara
- Iulia Anca Raicu
- Marius Balanescu
- Poncu Andrei

Audio Video Chat Participants React Share More Leave

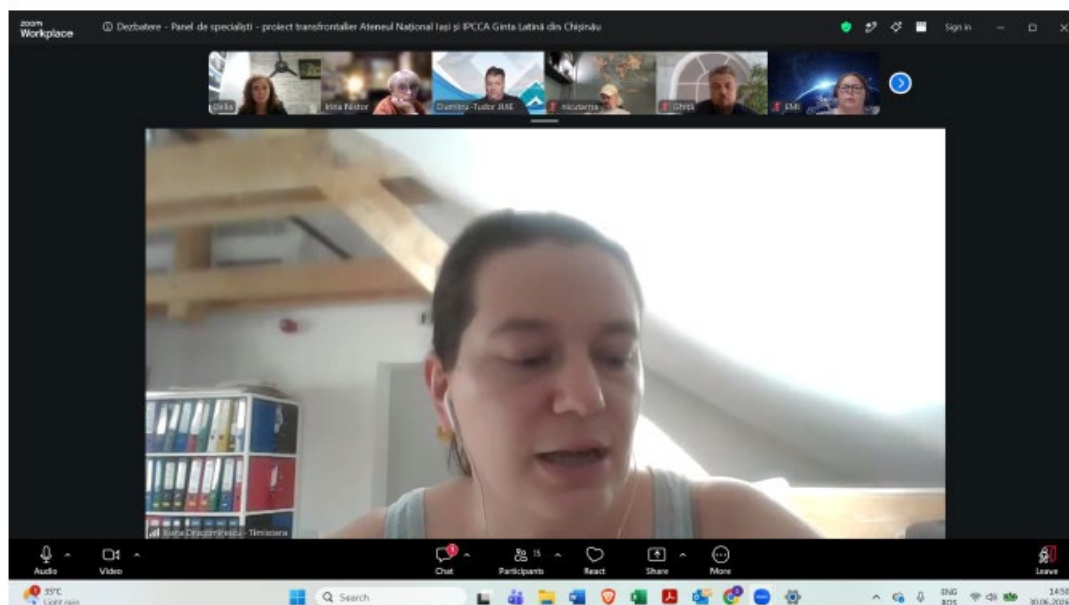
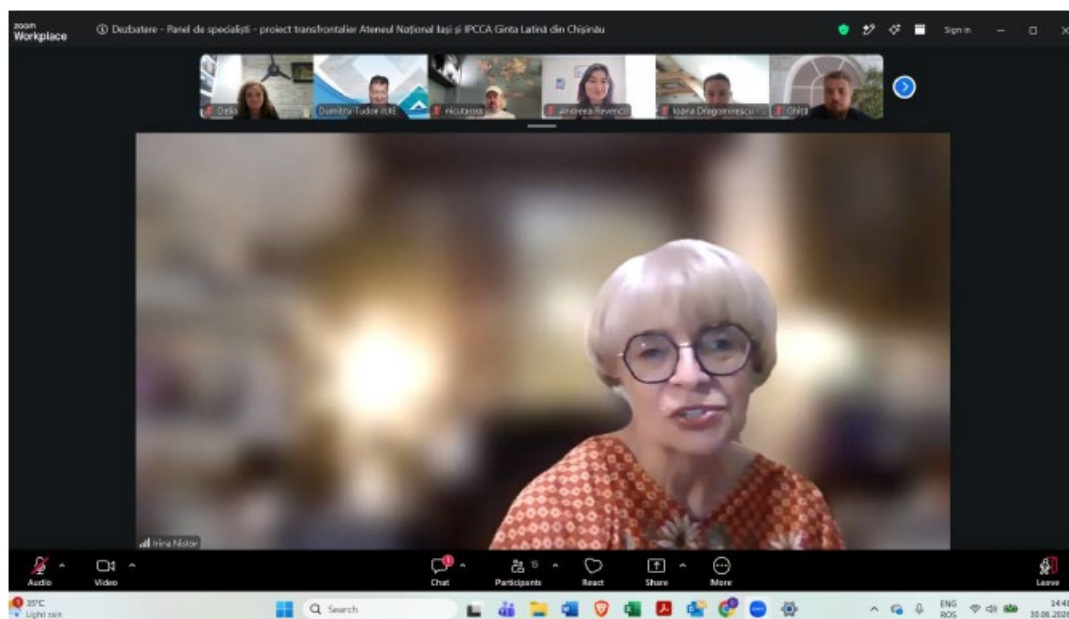
Cinema



Cinema



Cinema



Cinema

