

Brasov Roadmap

Annexes

September 2022



Funded by the Horizon 2020 Framework Programme of
the European Union

Table of Contents

ANNEX 1 – OTHER RELEVANT KEY INITIATIVES AND PROJECTS	3
ANNEX 2 – RESULTS OF THE CITIZEN SURVEY CARRIED OUT IN FEBRUARY-MARCH 2022	4
ANNEX 3 - TOWARDS A BALANCED AND INCLUSIVE USE OF THE PUBLIC DOMAIN IN BRASOV HISTORIC URBAN AREA	35

ANNEX 1 – Other relevant key initiatives and projects

Junii Brașoveni¹ is a group of horsemen from Șcheii Brașovului, today with a ceremonial function, which, every year, parades on the streets of Brașov. Their ceremony is a complex of customs that combine pre-Christian practices with Christian manifestations to recount the ancient myth of the death and ritual rebirth of calendar time.

Mural art contest where artists from the city and elsewhere were invited to compete. It was a successful cooperation between the municipality, the cultural sector and citizens. It gave back the importance to a historic market in the city that was forgotten.



FatzaDa winter action – a community process where people were invited to decorate the street and local artists performed in the streets. This was organized mainly in isolated streets close to the city centre, but forgotten by the citizens.

The greenest street – Urban Art Depot involved citizens to transform a forgotten street in the HUA into the greenest street of the city.

Chamber music in unconventional spaces, to make classical music more accessible (performances in the bastion, churches, tennis court, boxing ring, pubs).

Amural digital festival – bringing life into isolated buildings. The festival is very well perceived by the citizens.

Street food festivals – living dining rooms as people gather and share experiences in places that are not so popular when the festival is not taking place.

Postavarilor Tower - Bastionul Postavarilor² a virtual museum with a display allowing people to interact and contribute to the story of the city. There is a plan to recover the previous installations and reuse them for future projects in other towers. The Historic Monuments Foundation plans to rehabilitate and develop different leisure activities in all the old Towers and Bastions of the ancient citadel. ABMEE plans to create a business plan for one of the towers, through the HUB-IN project.

Tam Tam Festival, a music-theater-film-dance-visual arts festival, taking place in the historical centre of Brașov.

¹ For more information: <https://brasovtravel.eu/junii-brasoveni-or-junii-din-scheii-brasovului-si-brasovul-vechi/>

² For further information (in RO): <https://www.brasovtour.com/Atractii/monumente/Bastionul-Postavarilor>

ANNEX 2 – Results of the citizen survey carried out in February-March 2022

HUB-IN

Percepții asupra Brașovului

raport executiv

March, 2022



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation programme under grant agreement 869429



Percepții asupra Braşovului. Raport executiv.

Author

Romulus, OPRICA, brandBerry

Pictures credits

ABMEE, Dorin Alexandrescu

Disclaimer

The sole responsibility for the contents of this publication lies with the authors. It does not necessarily reflect the opinion of the European Union

CONȚINUT

Metodologie	04
Analiză sociologică	
Date socio-demografice	06
Asocieri spontane cu orașul Brașov	08
Interacțiunea cu centrul istoric	11
Evaluarea percepției asupra centrului istoric	14
Analiză de date secundare	17
Concluzii	32

METODOLOGIE

Cercetarea cantitativă a fost realizată pentru proiectul HUB-IN al ABMEE (Asociația „Agenția pentru Managementul Energiei și Protecția Mediului Brașov”) prin care se oferă suport municipalității Brașov în procesul de regenerare a Centrului Istoric, urmând principii de sustenabilitate, combaterea ”turistificării”, valorificarea patrimoniului și a specificului local. Rolul cercetării cantitative solicitate a fost de a defini foaia de parcurs a implementării locale a proiectului HUB-IN și a identifica elementele constitutive ale strategiei de branding a zonei de aplicare HUB-IN.

brandBerry a propus și realizat următoarelor servicii:

- * colectarea de date primare și analiza acestora în vederea identificării percepției rezidenților și ne-rezidenților Centrului Istoric al municipiului Brașov privind procesul de regenerare a Centrului Istoric, principii de sustenabilitate, fenomenul turistificării, valorificarea patrimoniului și a specificului local.
- * analiză de date secundare și generarea imaginii de ansamblu a Centrului Istoric al municipiului Brașov

Cercetarea a fost definită cu următorii parametri tehnici:

- * subiecți: persoane fizice, din municipiul Brașov
- * metoda de colectare: CAWI, panel DaedalusOnline (Eurodata Management) * vârstă: 18-65 ani
- * selecție aleatorie, fără cote (cu ponderare conform INS în analiză) * target: 385 de interviuri online
- * cercetare cantitativă cu $\pm 5\%$ marja de eroare

Datele au fost colectate în serverul brandBerry prin aplicația dedicată de survey, prin integrare cu panelul DaedalusOnline, în cadrul Daedalus Online proiectul având ID-ul BBRY2202001 - Brașov. Au fost înregistrate un total de 709 accesări cu următoarele statusuri, după verificarea de calitate:

- * 398 - complete
- * 76 - parțial
- * 41 - speeders
- * 193 - quota full
- * 0 - screen out
- * 1 – eliminat pentru răspunsuri inconsistente

Din partea DaedalusOnline serviciile au fost realizate cu respectarea tuturor prevederilor agreeate prin propunerea de cercetare, la o calitate ridicată, fără existența unor obiecții sau solicitări suplimentare din partea brandBerry, motiv pentru care s-a semnat procesul verbal de predare primire servicii:

Proces Verbal predare-primire servicii

La Anexa nr. 3 la contractul cadru nr. 189 / 28.10.2021

încheiat între:

A. **EURODATA MANAGEMENT SRL**, cu sediul social în București, Calea Floreasca nr. 169, etaj 1, sector 1, cod postal 014459, înregistrată la ANSPDCP ca operator de date cu caracter personal sub numărul 12502, înmatriculată la Registrul Comerțului sub numărul J40/10883/2004, codul fiscal RO16573020, având contul IBAN LEI RO711INGB0000999902509217 deschis la ING Bank NV Amsterdam Suc București, Aviatiei Office, reprezentată prin Dragos Enescu, în calitate de Administrator, denumită în continuare VANZATOR,

Și

B. **BrandBerry srl**, cu sediul în Municipiul Brașov, strada Mircea cel Batran, nr. 43A, Bl 38, Sc. B, Ap. 3, jud. Brașov, înregistrată la Registrul Comerțului sub nr. J08/2461/06.10.2005, CUI: RO 18020876, cont IBAN: RO 30 BTRL RONCRT 0486 218 601 deschis la Banca Transilvania, cu email: contact@brandberry.ro, reprezentată prin Romulus OPRICA, în calitate de Administrator, denumită în cele ce urmează "Cumparator"

OBIECTUL PROCESULUI VERBAL:

Prin prezentul proces verbal încheiat astăzi 04.04.2022 se certifică predarea de către PRESTATOR și recepționarea în bune condiții de către BENEFICIAR a serviciilor de:

• Culegere de date pe **panelul Daedalus Online** în perioada 25 Februarie-08 Martie 2022, pentru proiectul: **BBRY2202001 – Proiect Brașov**

Pentru proiectul **BBRY2202001 – Proiect Brașov** au fost înregistrate un total de 709 accesări cu următoarele statusuri, după verificarea de calitate:

- * 398 - complete
- * 76 - parțial
- * 41 - speeders
- * 193 - quota full
- * 0 - screen out
- * 1 – eliminat pentru răspunsuri inconsistente

Esantionul final, verificat pentru asigurarea calității, este format din respondenți cu reședință în Municipiul Brașov, cu vârsta între 18 și 65 de ani.

Serviciile au fost realizate cu respectarea tuturor prevederilor agreeate prin propunerea de cercetare, la o calitate ridicată fără existența unor obiecții și solicitări suplimentare din partea Cumparatorului.

Am predat,

SC EURODATA MANAGEMENT SRL

Dragos-
Catalin
Enescu

Digitally signed by
Dragos-Catalin Enescu
Date: 2022.04.04
11:23:49 +03'00'

Am primit,

SC BRANDBERRY S.R.L.

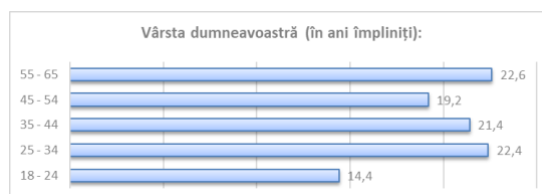
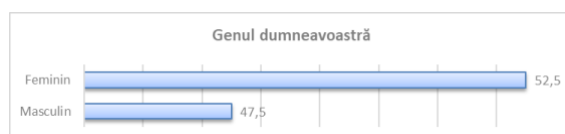
S.C.
Brandberry
S.R.L.

Digitally signed by S.C.
Brandberry S.R.L.
DN: c=RO, ou=Brașov,
cn=S.C. Brandberry S.R.L.,
Date: 2022.04.04 11:59:25
+03'00'

În prezentul capitol sunt cuprinse exclusiv informațiile relevante pentru tema proiectului de cercetare, beneficiarul primind raportul exhaustiv, cu toate rezultatele și datele analizate, în format excel.

DATE SOCIO-DEMOGRAFICE

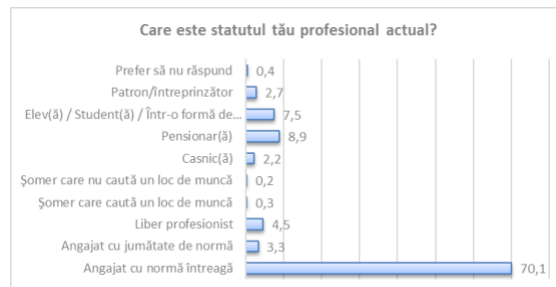
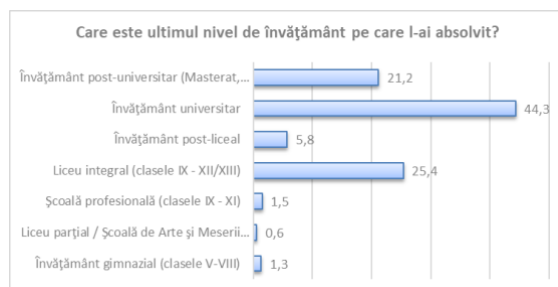
Datele din raport corespund unei populații de referință având ponderea sexului feminin de 52.5%, respectiv de 47.5% masculin, cu vârste între 18 și 65 de ani.



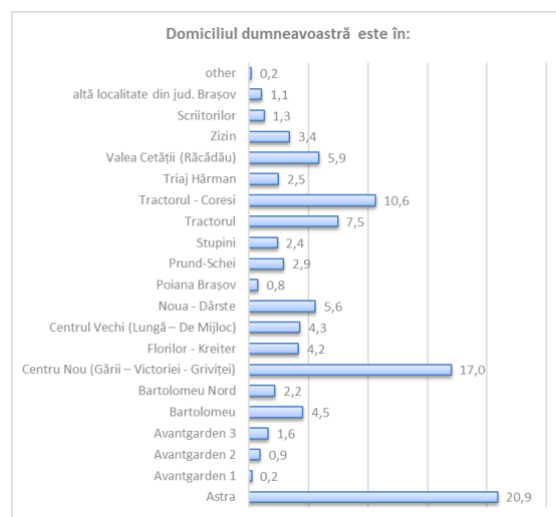
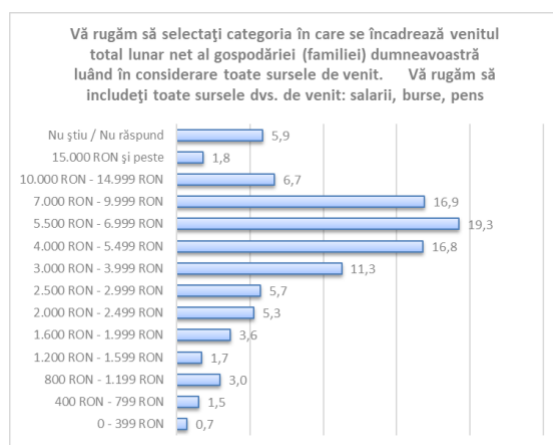
	VARSTA DUMNEAVOASTRA (IN ANI IMPLINIȚI):					TOTAL
Domiciliul dumneavoastră este în:	18 - 24	25 - 34	35 - 44	45 - 54	55 - 65	
Astra	5,7%	12,9%	21,4%	25,7%	34,3%	100,0%
Avantgarden 1			100,0%			100,0%
Avantgarden 2		66,7%		33,3%		100,0%
Avantgarden 3		33,3%	33,3%	33,3%		100,0%
Bartolomeu	53,3%	26,7%	6,7%		13,3%	100,0%
Bartolomeu Nord		14,3%		28,6%	57,1%	100,0%
Centru Nou (Gării – Victoriei - Griviței)	14,3%	17,9%	21,4%	16,1%	30,4%	100,0%
Florilor - Kreiter	7,7%	23,1%	46,2%	23,1%		100,0%
Centrul Vechi (Lungă – De Mijloc)	23,1%	23,1%	7,7%	30,8%	15,4%	100,0%
Noua - Dârste	16,7%	44,4%	16,7%	22,2%		100,0%
Poiana Brașov		100,0%				100,0%
Prund-Schei		10,0%		50,0%	40,0%	100,0%
Stupini	12,5%	25,0%	37,5%	25,0%		100,0%
Tractorul		30,8%	19,2%	15,4%	34,6%	100,0%
Tractorul - Coresi	44,4%	27,8%	19,4%	8,3%		100,0%
Triaj Hărman	12,5%	25,0%	37,5%		25,0%	100,0%
Valea Cetății (Răcădău)		20,0%	35,0%	10,0%	35,0%	100,0%
Zizin	9,1%	9,1%	27,3%	18,2%	36,4%	100,0%
Scriitorilor		25,0%	25,0%	50,0%		100,0%
altă localitate din jud. Brașov		50,0%		50,0%		100,0%
other			100,0%			100,0%
	13,8%	22,8%	21,3%	19,5%	22,5%	100,0%
Chi-Square Tests						
		Value		df	Asymptotic Significance (2sided)	
Pearson Chi-Square		162,605 ^a		80	0,000	
Likelihood Ratio		179,572		80	0,000	

Linear-by-Linear Association	0,011	1	0,917
------------------------------	-------	---	-------

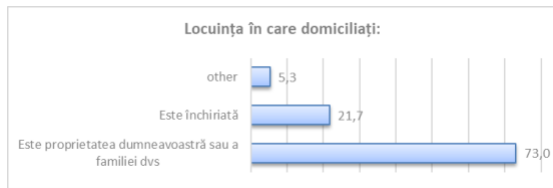
Analiza arată o corelație puternică între domiciliul respondenților și vârsta acestora, cartierele Astra, Bartolomeu Nord, Centrul Vechi, Prund-Schei, Tractorul, Valea Cetății (Răcădău) și Zizin având mai mulți respondenți în grupele de vârstă 45+ decât media.



Majoritatea respondenților au studii superioare și sunt angajați cu normă întreagă.



Veniturile per gospodărie ale respondenților au o distribuție de tip Gauss, cu o pondere majoritară (peste 53%) a celor cu venituri între 4,000 și 10,000 lei.



73% dintre respondenți domiciliază într-o locuință proprietatea familiei, în timp pe aproape 22% locuiesc într-un spațiu închiriat.

Sursă foto: blog.travelminit.ro/5-locuri-de-unde-poti-vedea-panorama-brasovului/

ASOCIERI SPONTANE CU ORAȘUL BRAȘOV

Pentru a introduce respondenții în tema cercetată am solicitat participanților la studiu să realizeze o serie de asocieri libere legate de orașul Brașov.

Răspunsurile primite la acest tip specific de întrebări (open-end questions) sunt foarte valoroase pentru că permit respondenților să ofere o perspectivă subiectivă, să exprime opinii într-o manieră similară cercetărilor calitative, având rol descriptiv și generând explicații profunde ale temei cercetate.



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation

Q11 _ 1 _ Asocieri Braşov _ tom (top of mind)

Q11 _ 2 _ Asocieri Braşov _ top 3 _ fără munte şi frumos

Braşovul este asociat, în mod previzibil, majoritar cu *munte* şi *frumos* (fig. Q11_1); pentru a identifica alte asocieri mai profunde am eliminat din analiză cele 2 cuvinte iar rezultatul obţinut (fig. Q11_2) descrie oraşul Braşov ca fiind *curat* – atât din punct de vedere al aspectului general (curăţenie pe străzi) cât şi din punct de vedere al aerului din oraş (în acest caz asocierea fiind puternic legată de *munte*), plin de *istorie* şi foarte ofertant pentru *turism*.

În plan secundar, Braşovul este perceput ca un oraş *civilizat*, *liniştit*, *verde*.



Q12 _ 1 _ Asocieri centrul istoric Braşov _ top of

Q13_1 _ Atmosfera generală în centrul istoric _ top mind of

Centrul istoric al oraşului, în mod similar cu asocierile generale evidenţiate anterior, este perceput ca fiind *curat*, propice pentru *turism* şi puternic conectat la *munte* (fig. Q12_1). Pe de altă parte, centrul istoric al oraşului (fig. Q13_1) este perceput ca fiind foarte *aglomerat* (majoritatea largă a respondenţilor folosind cuvinte din aceeaşi familie lexicală), dar totuşi *liniştit* şi *relaxant*. O parte din participanţii la studiu au descris atmosfera din centrul istoric al oraşului ca fiind una de *aglomeraţie plăcută*.



Q14 _ Emoţiile starea de spirit în centrul istoric _

Q20 _ de ce vizitează centrul istoric _ all

În acest context este uşor de înţeles motivul pentru care centrul istoric al oraşului Braşov este foarte atractiv nu doar pentru turişti dar şi pentru localnici, respondenţii subliniind faptul că atunci când vizitează / se află în centrul istoric al oraşului simt o stare de *relaxare*, de *bucurie* (fig. Q14), motivul principal pentru care vizitează centrul istoric (fig. Q20) fiind dorinţa de *plimbare* alături de familie/prieteni pentru a se *relaxa*.



Q15 _ 1 _ Personalitatea centrului istoric _ top of mind



Q15 _ 2 _ Personalitatea centrului istoric _ all

La întrebarea „Dacă centrul istoric ar fi un om, cum ați descrie personalitatea lui în 3 cuvinte?”, cea mai comună asociere realizată spontan cu centrul istoric al orașului Brașov (fig. Q15_1) este *frumos*. Pentru a observa mai ușor alte asocieri realizate de respondenți am eliminat din analiză cuvântul *frumos* iar rezultatul (fig. Q15_2) indică un potențial de comunicare foarte valoros.

Personalitatea centrului istoric al Brașovului este asociată cu cea a unui bătrân prietenos, calm, vesel, puternic, înțelept, primitor, impunător și interesant.



Q16 _ Atracții ale centrului istoric (tom)



Q25 _ Atuuri ale centrului istoric

Principalele două atracții ale centrului istoric al Brașovului (fig. Q16) sunt percepute a fi

Biserica Neagră și Piața Sfatului, iar principalul atu (fig. Q25) este perceput a fi Tâmpa.



Q19 _ de ce nu vizitează centrul istoric _ all



Q27 _ Alte atracții de adăugat în centrul istoric

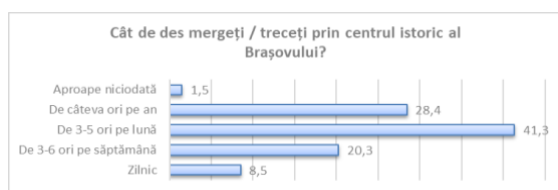
Subiecții care au declarat că nu vizitează centrul istoric al orașului Brașov sau îl vizitează foarte rar (de câteva ori pe an) – aproape o treime dintre participanții la studiu – au motivat lipsa interacțiunii (fig. Q19) prin *lipsa timpului* sau prin dorința de a evita *aglomerația* (notă: cercetarea a fost realizată după o perioadă de peste 24 de luni de pandemie, timp în care au fost evitate zonele aglomerate de majoritatea populației, acest fapt putând influența semnificativ rezultatul obținut).

Pentru a fi mai atractiv (fig. Q27), majoritatea largă a respondenților au considerat că centrul istoric la Brașovului are nevoie de mai multe evenimente (festivaluri, concerte, spectacole culturale etc).

Totodată, centrul istoric al orașului are nevoie de o îngrijire mai atentă, prin *renovarea clădirilor*, dar și de toalete publice sau de o mai bună *promovare*. Aproape un sfert dintre respondenți au menționat că este nevoie de mai multe *locuri de parcare*.

INTERACȚIUNI CU CENTRUL ISTORIC AL BRAȘOVULUI

Peste 2/3 dintre participanții la studiu au declarat că merg/trec prin centrul istoric al orașului Brașov cel puțin de 3-5 ori în fiecare lună, aproape o treime trecând prin centrul istoric de mai multe ori pe săptămână.

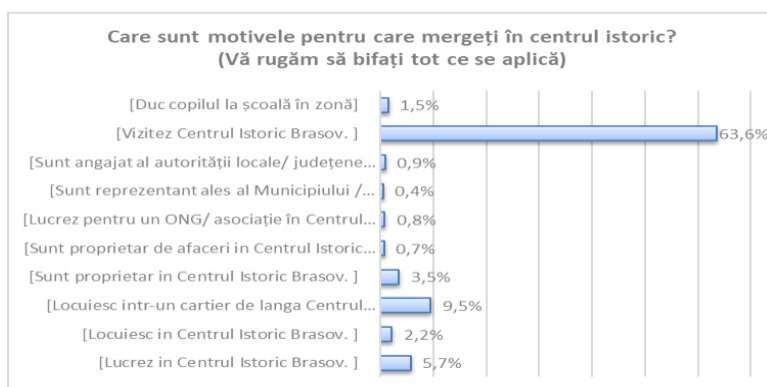


CAT DE DES MERGEȚI / TRECEȚI PRIN CENTRUL ISTORICAL BRAȘOVULUI?

TOTAL

% within Vârsta dumneavoastră (în ani împliniți):						
	Zilnic	De 3-6 ori pe săptămână	De 3-5 ori pe lună	De câteva ori pe an	Aproape niciodată	
18 - 24	8,3%	31,3%	60,4%			100,0%
25 - 34	12,0%	14,7%	37,3%	32,0%	4,0%	100,0%
35 - 44	4,2%	21,1%	40,8%	33,8%		100,0%
45 - 54	12,5%	12,5%	40,6%	31,3%	3,1%	100,0%
55 - 65	5,3%	25,3%	34,7%	34,7%		100,0%
	8,4%	20,4%	41,4%	28,2%	1,5%	100,0%
Chi-Square Tests						
		Value		df	Asymptotic Significance (2sided)	
Pearson Chi-Square		40,084 ^a		16	0,001	
Likelihood Ratio		54,841		16	0,000	
Linear-by-Linear Association		3,767		1	0,052	

Am identificat o corelație semnificativă între vârsta respondenților și frecvența cu care merg în / trec prin centrul istoric al orașului, acesta fiind mult mai atractiv pentru cei din grupa de vârstă 18-24 ani comparat cu restul participanților.



Majoritatea respondenților au declarat că principalul motiv pentru care merg în centrul istoric al orașului Brașov îl reprezintă vizitarea acestuia (63.6%). Aproape 10% dintre participanți au declarat că locuiesc în apropierea centrului istoric, proximitatea/accesibilitatea fiind un motiv important al vizitării acestuia. Puțin peste 5% dintre respondenți au declarat că lucrează în zonă, în timp ce doar 1.5% dintre participanți își duc copiii la o școală din zona centrului istoric.



	De obicei, în ce perioadă a săptămânii mergeți în centrul istoric al orașului?			Total
Vârsta dumneavoastră (în ani împliniți):	Mai ales în intervalul luni-vineri	Mai ales în weekend sau în zilele libere	Nu contează	
18 - 24	25.0%	72.7%	2.3%	100.0 %
25 - 34	13.2%	68.4%	18.4%	100.0 %
35 - 44	13.6%	59.1%	27.3%	100.0 %
45 - 54	21.2%	54.5%	24.2%	100.0 %
55 - 65	24.4%	42.2%	33.3%	100.0 %
	19.6%	59.3%	21.1%	100.0 %

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2sided)
Pearson Chi-Square	18,722 ^a	8	0,016
Likelihood Ratio	23,125	8	0,003
Linear-by-Linear Association	4,192	1	0,041

Aproape 2/3 dintre participanți au declarat că vizitează centrul istoric mai ales în weekend sau în zilele libere (59,4%). Și în cazul perioadei preferate pentru a vizita centrul istoric am identificat o corelație puternică, semnificativă statistic, între vârsta respondenților și momentul din săptămână în care aleg să viziteze centrul istoric: pe măsură ce crește vârsta scade procentul celor care merg în centrul istoric al Brașovului în weekend sau în zilele libere.

Explicația poate fi identificată în asocierile spontane realizate de respondenți la întrebările cu răspuns deschis, în mod particular în răspunsurile la întrebarea despre percepția asupra atmosferei generale în centrul istoric (q13_1).



Q13_1824 Atmosfera generală în centrul istoric _
grupa de vârstă 18-24 ani



Q13_25+ Atmosfera generală în centrul istoric_ grupa de vârstă peste 25 ani

După cum se poate observa din graficele text de mai sus, respondenții din grupa de vârstă 18-24 ani au o percepție semnificativ diferită, mult mai pozitivă, decât a respondenților din grupele de vârstă peste 25 ani.

Rezultatul sugerează faptul că centrul istoric al orașului Brașov este perceput mai degrabă ca o zonă de distracție, de petrecere, având ca grup țintă în mod special tinerii. În acest context considerăm oportună identificarea unor zone în proximitatea centrului istoric, pentru a fi dezvoltate ca spații alternative de petrecerea timpului liber pentru brașovenii care își doresc un mediu mai liniștit (fie pentru că au copii, fie pentru că nu doresc să participe la „agitația” din centrul istoric).

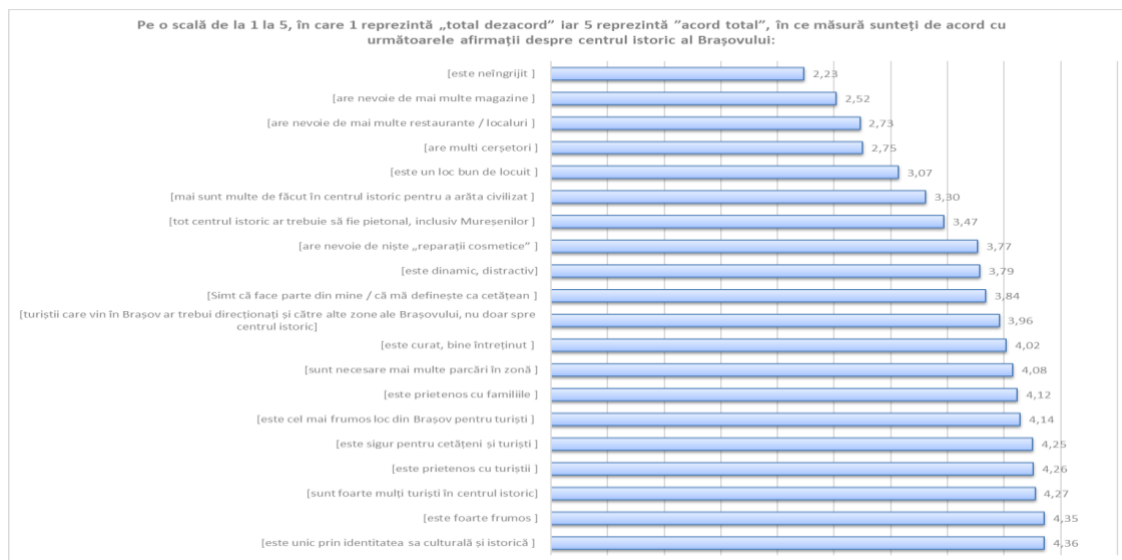


This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation

EVALUAREA PERCEPȚIEI ASUPRA CENTRULUI ISTORIC

Afirmațiile ce descriu centrul istoric al Brașovului cu care participanții la studiu se declară de acord sunt cele care au obținut medii peste 4 (din maxim 5 posibil), niciuna dintre afirmații nefiind controversată (=nu există grupuri relativ egale de dimensiuni semnificative statistic cu opinii opuse).

Centrul istoric al Brașovului este perceput ca fiind unic prin identitatea sa culturală și istorică, foarte frumos, prietenos cu turiști și totodată sigur pentru aceștia și pentru localnici.



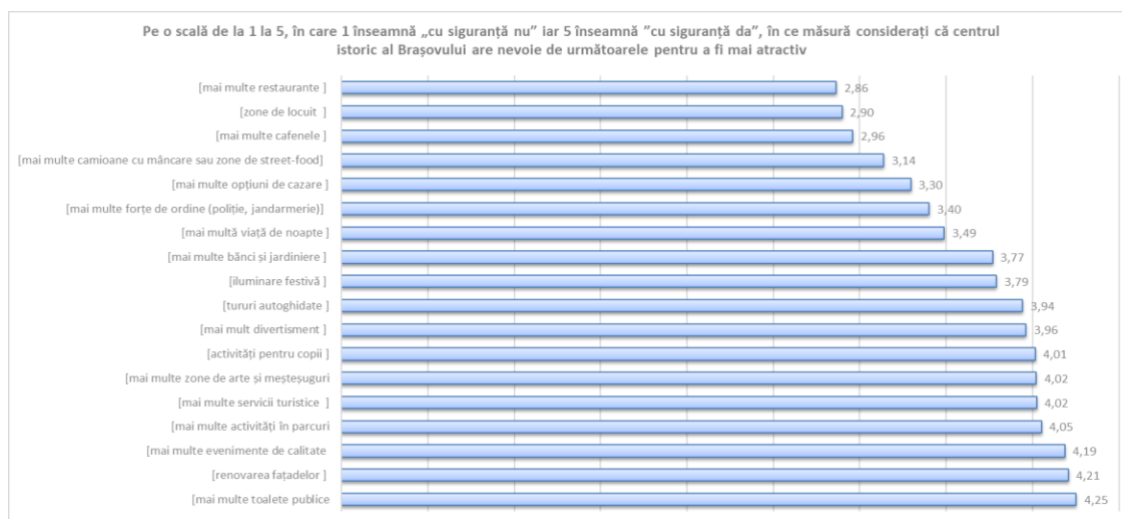
În același timp, majoritatea respondenților consideră că „sunt foarte mulți turiști în centrul istoric al Brașovului” (medie 4.27, top 3 afirmații), afirmația având o conotație pozitivă, fapt rezultat din analiza mediilor obținute de potențialele probleme actuale ale centrului istoric al Brașovului, unde tema „numărul mare al turiștilor” se clasează pe ultimul loc, cu o medie de 2.54 puncte. Această medie indică, totuși, perceperea unei potențiale probleme, respectiv riscul de supraaglomerare.

Corelând aceste rezultate cu graficele text despre atmosfera generală (Q13) înțelegem că „aglomerația” percepută în centrul istoric al orașului este una pozitivă dacă este determinată de pietoni, fie ei turiști sau localnici.

Cu totul alta este situația când analizăm tema „aglomerația din trafic”, percepută de respondenți ca fiind cea mai mare problemă a centrului istoric al orașului Brașov și fiind clasată pe locul unu în topul problemelor cu o medie de 3.85 puncte.

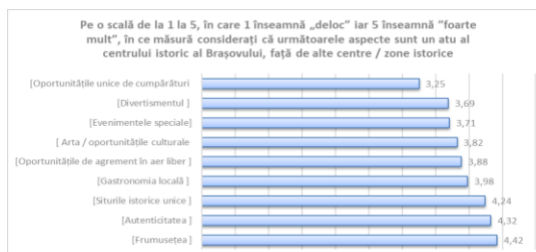
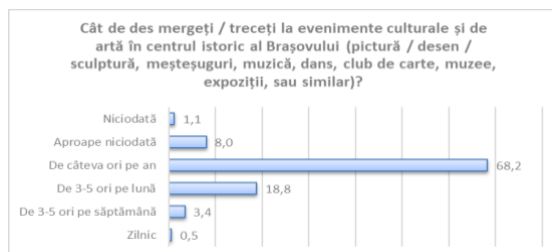


După cum se poate observa din graficul anterior, niciuna dintre temele propuse spre evaluare nu a obținut un punctaj cel puțin egal cu 4, ceea ce indică faptul că majoritatea participanților la studiu nu se consideră probleme deosebit de grave / urgente, fiind totuși aspecte percepute ca generând disconfort atât pentru localnici cât și pentru turiști.



Pe primul loc între aspectele care necesită îmbunătățire astfel încât centrul istoric al orașului Brașov să fie mai atractiv (obținând un punctaj mai mare de 4) se situează nevoia de toalete publice (medie 4.25). Această temă s-a regăsit și printre nevoile indicate spontan de respondenți, alături de renovarea fațadelor (q27), mai multe evenimente de calitate și mai multe activități recreative.

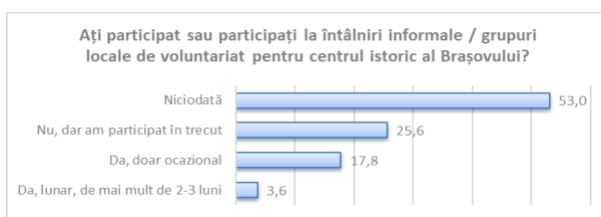
Rezultatele obținute corelează semnificativ cu informațiile comunicate în răspunsurile la întrebările libere (open-end).



Majoritatea largă a subiecților intervievați (68.2%) au declarat că merg / trec pe la evenimente culturale și de artă în centrul istoric al Brașovului (pictură / desen / sculptură, meșteșuguri, muzică, dans, club de carte, muzee, expoziții, sau similar) doar de câteva ori pe an, puțin peste 20% dintre respondenți fiind consumatori activi de evenimente culturale mai des de 3-5 ori pe lună.

Majoritatea participanților la studiu consideră că principalele atuuri ale centrului istoric al orașului Brașov în comparație cu alte centre istorice din țară sau străinătate sunt *frumusețea*, *autenticitatea* și *siturile istorice unice*, aceste variante surclasând variante precum gastronomia locală, oportunitățile de agrement în aer liber, arta/oportunitățile culturale sau evenimentele speciale.

Analizând obiectiv acest rezultat considerăm că răspunsurile oferite sunt mai degrabă un semnal de alarmă care indică o foarte slabă dezvoltare a elementelor cu un potențial mare de competitivitate (precum gastronomia locală, oportunitățile de agrement în aer liber, arta/oportunitățile culturale sau evenimentele speciale) în raport cu alte centre istorice din țară sau străinătate.



Majoritatea participanților la studiu au declarat că nu au participat niciodată (53%) sau că nu mai participă în prezent (25.6%) la întâlniri informale sau grupuri locale de voluntariat pentru centrul istoric. Doar 3.6% participă lunar la astfel de acțiuni iar 17.8% doar ocazional. Datele corelează puternic statistic cu genul respondenților (bărbații participând într-o proporție mai mare decât femeile) și cu vârsta (existând o implicare mai mare în grupele de vârstă 25-44 ani). Nu există o corelație semnificativ statistică cu domiciliul respondenților.

ANALIZĂ DE DATE SECUNDARE

Datele secundare au fost extrase din studii interne ale brandBerryHUB și din teza de doctorat „(re)Construcția identitară a Brașovului. Geografia simbolică a orașului” a Dr. Lorena OPRICA, partener brandBerryHUB.

Scurtă introducere în conceptele teoretice utilizate:

Geografia simbolică este reprezentarea mentală (memoria colectivă) a unui spațiu fizic și a elementelor care îl determină (locuitorii, urbanismul, istoria, ș.a.), fiind generată de interacțiunea directă sau mediată a subiectului cu acel spațiu și modelată de factori structurali și subiectivi. Regenerarea urbană și memoria colectivă sunt strâns legate. „Fiind o strategie importantă de dezvoltare socio-economică adoptată în întreaga lume, regenerarea urbană s-a schimbat treptat de la un accent pe transformările fizice pe scară largă și modernizare către abordarea diversității, durabilității, egalității și a viabilității din oraș (Gittell, 1992; Henneberry & Rowley, 2002; Smith, 2006; Smith, 2012; Tallon, 2013). În mod evident, nimic nu exemplifică aceste noi orientări politice mai mult decât așa-numita „politică de regenerare bazată pe cultură” care subliniază angajamentele și negocierile comunității locale și ale culturii locale în reproducerea peisajului urban, în parteneriate cu guvernul, dezvoltatorii și altele părți interesate (Bailey, Miles, & Stark, 2004; Bianchini & Parkinson, 1994).” (Chen et al., 2020, p. 1)

De-a lungul timpului, conceptul de regenerare urbană a trecut de la ideea transformării fizice la o abordare mai holistică a regenerării orașelor în termeni economici, sociali, fizici și de mediu prin strategii specifice locului (Güzey, 2009). Astăzi, regenerarea urbană este considerată un model multidisciplinar care include procesele de elaborare a politicilor și implementare în domeniul planificării urbane, proiectării urbane, transporturilor, economiei, dezvoltării urbane, soluțiilor durabile și proiectării locuințelor (Leary & McCarthy, 2013). Întrucât regenerarea urbană este un domeniu transversal al politicii urbane, nu există o prescripție unică pentru practicile de regenerare urbană. Cu toate acestea, cele mai comune principii ale inițiativelor de regenerare care se concentrează pe zonele din interiorul orașului ar putea fi enunțate după cum urmează (Güzey, 2009):

- * fiind o formă completă și integrată de intervenție a politicii;
- * bazat pe o perspectivă strategică pe termen lung și specifică locului,
- * fiind un proces continuu realizat de un parteneriat multisectorial,
- * vizează în principal realizarea sustenabilității mediului.

Ultimul principiu este relativ nou și indică legăturile puternice dintre dezvoltarea urbană și problemele de mediu. Orașele au devenit responsabile pentru o parte importantă a provocărilor de mediu din cauza problemelor cauzate de

populația urbană și de creșterea economică. Dezbaterea privind dezvoltarea durabilă a influențat evoluția agendei de regenerare urbană în a doua jumătate a anilor '90. Din cauza eșecului proiectelor emblematic de regenerare urbană din anii 1980, conceptul de dezvoltare durabilă a fost încorporat în agenda de regenerare urbană în anii 90 (Balaban și Puppim de Oliveira, 2014). Apoi, conceptul de regenerare urbană durabilă a început să apară ca politică urbană, iar proiectele de regenerare urbană au fost văzute ca o oportunitate și un mijloc crucial pentru realizarea unei dezvoltări durabile prin echilibrarea conservării naturale și a dezvoltării urbane (Güzey, 2009). Prin descriere, regenerarea urbană durabilă nu se concentrează numai pe dimensiunile economice și fizice ale procesului de regenerare. În schimb, își propune să ofere cele trei dimensiuni cheie (sociale, economice și de mediu) ale dezvoltării durabile simultan în orice încercare de regenerare. În acest sens, regenerarea urbană durabilă își propune să prevină scăderea resurselor urbane pe termen lung și să reducă la minimum efectele perturbatoare ale urbanizării asupra mediului natural (Evans, 2012; Wheeler și Beatley, 2008). Regenerarea urbană durabilă nu numai că minimizează impactul negativ al dezvoltării urbane asupra mediului natural, ci constituie un cadru de politică pentru îmbunătățirea condițiilor sociale și economice din zonele urbane. Mai mult, conceptul ne oferă o serie de politici și strategii pentru îmbunătățirea organizării socio-economice și spațiale a orașelor, cu impacturi negative asupra mediului. Alte obiective importante de regenerare durabilă includ îmbunătățirea calității vieții urbane, prevenirea deplasării populației locale, sprijinirea identităților locale, asigurarea echilibrului social și regional și sprijinirea participării și parteneriatului guvernului și a părților interesate neguvernamentale (Czischke, Moloney, & Turcu, 2015; Tallon, 2010). Trebuie menționat că exemplele recente de practici durabile de regenerare urbană au o dimensiune explicită a schimbărilor climatice. În unele țări, proiectele de regenerare recente au avut ca scop crearea unor cartiere urbane eficiente din punct de vedere al resurselor și favorabile climei, unde au fost reduse potențialul de încălzire globală și amprentele ecologice ale dezvoltării urbane (Balaban și Oliveira, 2014). (Korkmaz & Balaban, 2020, pp. 2-3)

„Urbanizarea și civilizația au mers mână în mână în lunga istorie a omenirii. Artele și știința au ajuns, de obicei, la înflorire deplină în așezările urbane, în timp ce formarea orașului și arhitectura urbană au fost inspirate din motive culturale și cognitive ale „homo sapiens” (Hall, 1998; Hariri, 2015; Doren van, 1991). În acest proces de lungă durată, orașul a devenit un motor social și cognitiv care oferă o locuință plină de resurse pentru locuitorii săi, caracterizată printr-o multiplicitate de caracteristici eterogene. Pentru a înțelege atractivitatea magnetică a orașelor pentru locuitorii lor, vom oferi mai întâi o expunere contextuală generală asupra tendințelor de urbanizare moderne. O casă nu este doar un set de cărămizi produse și menite să găzduiască oamenii; conferă o reședință pentru gospodării prin a-și asigura un trai convenabil și o atmosferă socială care să răspundă nevoilor ocupanților săi. Fiind atât „corp”, cât și „suflet”, o casă este un organism durabil, menit să satisfacă, ca adăpost, preferințele de viață în continuă schimbare ale gospodăriilor în diferite etape ale ciclului lor de viață. Același raționament se aplică orașelor. Ele sunt în esență „casa omului” (Ward, 1976).” (Kourt et al, 2020)

Sufletul orașului - concept introdus inițial de Hueffer (1905) - reprezintă „suprastructura” invizibilă a unei așezări umane, în termeni de produse ale spiritului uman, cum ar fi satisfacția sau fericirea rezidenților, sensul comunității („sensul de apartenență”), caracteristici culturale, capital social (sau negativ, conflict social), climă politică, democrație locală, tensiune sau segregare etnică, sentimente de siguranță, sentimente comune de istorie sau identitate etc. Astfel de sentimente sunt mai puțin tangibile, dar în principiu pot fi investigate empiric, cu siguranță în era tehnologiei digitale. Relph (1976), precum și Kalandides (2011) descriu „sensul locului” drept însăși individualitatea și unicitatea locurilor; Relph se referă la el ca la caracterul sau personalitatea locului. Potrivit lui Jorgensen și Stedman (2006) simțul locului este o combinație între identitatea locului, atașamentul de loc și angajamentele comportamentale.

Este de la sine înțeles că întregul corp al unui oraș modelează și sentimentele sufletului acestuia, în ceea ce privește satisfacția în raport cu viața orașului și cu mediul construit..

Fericirea sau sentimentele de bunăstare în oraș sunt astfel parțial rezultatul calității mediului urban construit.

În multe țări occidentale orientarea majoră și retorica politică a planificării regenerării urbane s-au schimbat de la funcționalism, concentrându-se pe valoarea terenului, calitatea locuințelor etc., la umanism, concentrându-se pe moștenirea culturală, vibe-ul cultural și diversitatea, dezvoltarea durabilă etc. Stabilind repere culturale, administratorii orașului sunt capabili să modeleze imagini ale orașului, să reconstruiască mărcile orașului, să

promoveze investițiile și să creeze un canal de implicare publică (Grodach, 2010; Paddison, 1993). Mai mult, se consideră că cultura poate genera forme specifice de capital simbolic, care consolidează coeziunea socială, cultivă un sentiment mai bun de apartenență la comunitate și, astfel, ușurează excluderea socială și conflictul comunitar (Hansen, Harder, & Sørensen, 2011; Yudice, 2003;). Rolul tot mai mare pe care cultura îl are în regenerarea urbană a determinat, de asemenea, cercetătorii și factorii de decizie să integreze cultura ca factor în măsurarea competitivității urbane și într-o soluție practică la diferite tipuri de probleme sociale (de exemplu, imobilitatea socială, deteriorarea infrastructurii, segregarea spațială și psihologică etc.) (Paddison & Miles, 2007). Cealaltă doctrină critică însă viziunea optimistă asupra regenerării urbane bazate pe cultură. Criticile, printre altele, sunt centrate pe riscul supra-comercializării culturii locale, creșterea tensiunii dintre „nou” și „vechi”, creșterea gentrificării și formarea stratificării sociale etc. (Evans, 2009; Huston, Wadley, & Fitzpatrick, 2015; Rodríguez Morató & Zarlega, 2018; Storper & Scott, 2009; Zukin, 1995).

Proiectele de regenerare urbană bazate pe cultură ar putea oferi oportunitatea revitalizării culturii locale, pe de o parte, dar ar putea crea, de asemenea, tensiune culturală între diferite grupuri sociale, care au încorporat cultura urbană în structurile sociale și politice economice ale unui oraș.” (Chen et al., 2020, p 10).

Date secundare privind Brașovul

Datele statistice sunt raportate la populația municipiului Brașov conform celui mai recent recensământ oficial al populației, realizat de INS în 2011. Sunt prezentate și estimări ulterioare ale Institutului Național de Statistică, Direcția Județeană Brașov, cu rezerva că datele prezentate sunt raportate la alte documente decât recensământul populației (e.g. domiciliul înregistrat, evidența populație etc), aceste date reprezentând referință secundară. Date prezentate în această secțiune au fost furnizate de INS prin publicația „Serii de Date Statistice. Municipiul Brașov.” și prin „Fișa localității municipiul Brașov”.

Zona Metropolitană Brașov (ZMB) este compusă din 7 orașe (Brașov, Săcele, Codlea, Râșnov, Ghimbav, Predeal și Zărnești) și 10 zone rurale (Sânpetru, Hărman, Prejmer, Târlungeni, Bod, Hălchiu, Cristian, Feldioara, Vulcan și Budila).

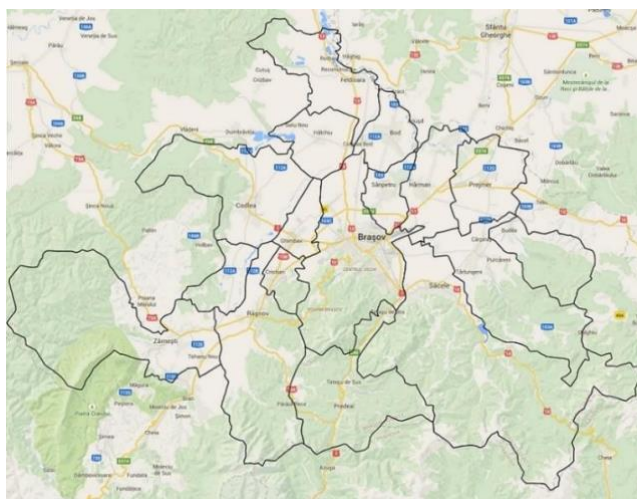


Fig: Zona Metropolitană Brașov (Agenția Metropolitană pentru Dezvoltare Durabilă Brașov, metropolabrasov.ro/despre-amb/zona-metropolitana-brasov/)

Din 638.369 de locuitori din județul Brașov (la 1 iulie 2020, conform Institutului

Național de Statistică, Direcția Județeană de Statistică Brașov), Zona Metropolitană Brașov adună 469.865 de locuitori (73% din totalul locuitorilor județului). Săcele,

Codlea, Râșnov, Ghimbav, Sânpetru & Cristian sunt principalii sateliți rezidențiali ai Brașovului, jucând rolul de „mari dormitoare” pentru Brașov.

Un sondaj realizat de Banca Mondială la nivel național indică faptul că Brașovul este unul dintre cele mai atractive orașe pentru români. "Orașul Brașov are o imagine foarte bună în rândul românilor. Potrivit sondajului național, dacă este posibil, o treime dintre români s-ar muta la Brașov. Majoritatea sunt tineri, cu studii superioare și venituri peste medie. Oamenii vor să vină la Brașov pentru că aici este o calitate a vieții peste media națională. În urmă cu doi ani, Brașovul era pe locul patru în preferințele românilor, iar acum a urcat un loc, în top 3." Marius Cristea, expert Banca Mondială.

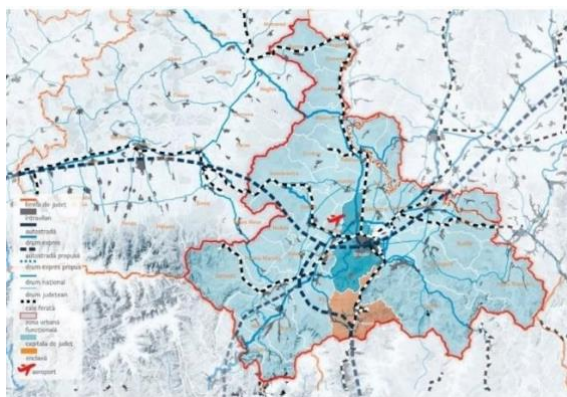
Brașovul este un oraș magnet nu doar pentru alți români, ci și pentru expați, al căror număr a crescut cu 1735% între 2002 și 2011, deși populația generală a scăzut.

<i>Recensământ</i>	<i>Total populație</i>	<i>Români</i>	<i>Maghiari</i>	<i>Romi</i>	<i>Germani</i>	<i>Alte etnii</i>
2002	284596	258042	23176	762	1717	899
2011	253200	219019	16551	845	1188	15597

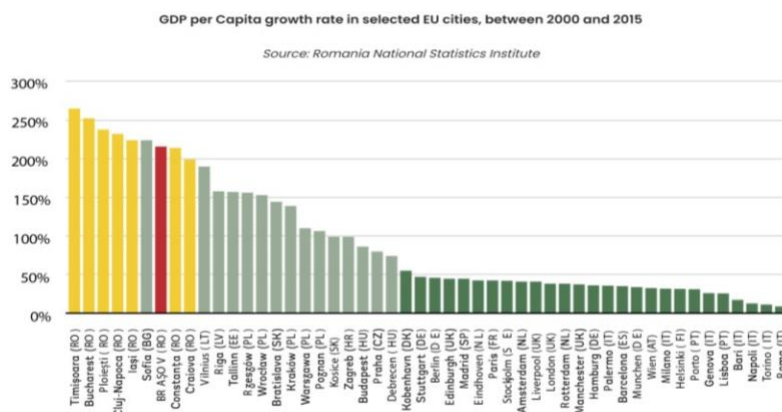
Potrivit Institutului Național de Statistică, PIB-ul pe cap de locuitor din județul Brașov a fost de 13.695 € în 2019 și este prognozat a fi de 18.434 € până în 2023, unul dintre cele mai mari din țară, puțin sub București, Cluj, Timiș și Constanța.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Regiunea Nord - Vest	9.376	10.300	11.228	12.167	13.124	14.084
Bihor	8.208	9.079	9.906	10.749	11.608	12.474
Bistrița - Năsăud	7.536	8.137	8.893	9.661	10.439	11.224
Cluj	13.638	15.011	16.226	17.457	18.699	19.926
Maramureș	7.414	8.051	8.824	9.603	10.404	11.214
Satu Mare	7.286	7.943	8.685	9.452	10.236	11.029
Sălaj	8.280	9.194	10.137	11.066	12.028	13.004
Regiunea Centru	10.015	10.878	11.880	12.889	13.926	14.973
Alba	10.983	11.995	13.122	14.255	15.422	16.600
Brașov	12.562	13.695	14.869	16.037	17.227	18.434
Covasna	7.235	7.855	8.678	9.516	10.388	11.282
Harghita	7.087	7.807	8.596	9.406	10.248	11.113
Mureș	7.946	8.569	9.388	10.215	11.070	11.936
Sibiu	12.116	12.999	14.117	15.237	16.377	17.510
Regiunea București - Ilfov	23.408	25.101	26.869	28.630	30.325	31.943
Ilfov	11.253	12.139	12.930	13.774	14.677	15.651
București	26.596	28.573	30.657	32.705	34.629	36.402

Orașul Brașov are o rată a șomajului de 2,3% și are o rază de 50 km zonă de colectare a forței de muncă și influență economică.

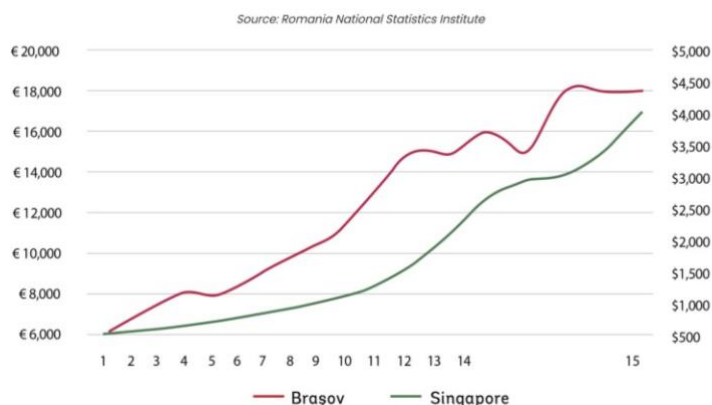


Brașovul a fost al doilea oraș ca atractivitate în anii 1960 și 1970, când era un simbol al politicii de industrializare aplicată de Partidul Comunist. În prezent asistăm la o „nouă industrializare”, determinată de investițiile străine în oraș, care determină un flux migrator constant și intens spre Brașov. Dintre cele mai mari 256 de orașe din UE, Brașovul a înregistrat una dintre cele mai rapide rate de creștere între 2000 și 2015.



Braşovul a înregistrat chiar o rată anuală de creştere mai rapidă între 2000 şi 2015 (8,16%) decât Singapore în perioada sa de creştere rapidă – 7,25% între 1965 şi 1980.

Braşov GDP per Capita (PPS) Growth rate between 2000 and 2015 and Singapore's GNI per Capita (Atlas Method) growth rate between 1965 and 1980



În iunie 2021, valoarea capitalului social total subscris în judeţul Braşov reprezintă 1,4% din capitalul social total subscris înregistrat la nivel naţional. Potrivit Institutului Naţional de Statistică, Braşov are 1/3 din forţa de muncă activă în Regiunea „Centru” (regiunea 7 Centru: Alba, Braşov, Covasna, Harghita, Mureş şi Sibiu) şi, de asemenea, cel mai mare contributor la PIB-ul regional. În ultimii 10 ani, PIB-ul regional a crescut cu 73%, conform Eurostat.

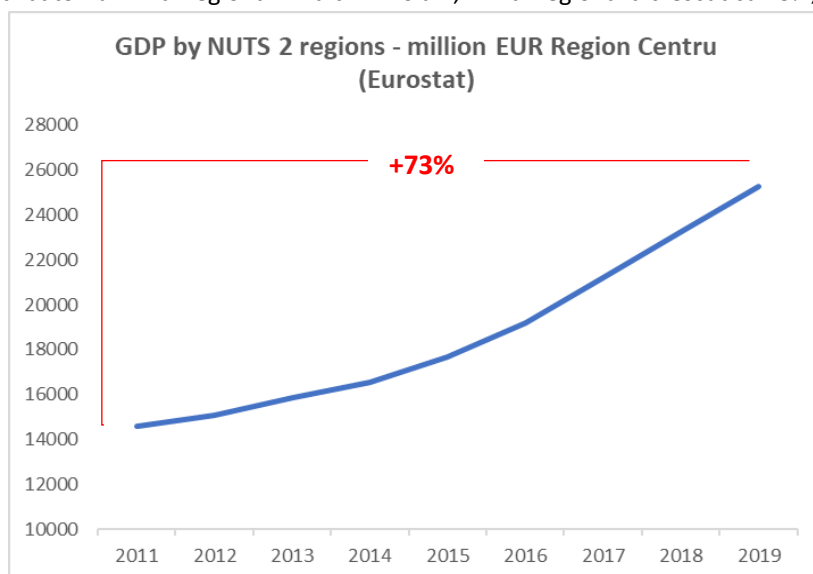


Fig: GDP by NUTS 2 regions - million EUR Regiunea Centru (Eurostat) (Data source: ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tgs00003/default/table?lang=en)

Potrivit statisticilor Numbeo, oamenii care locuiesc în zona Braşov cheltuiesc 33,3% din totalul cheltuielilor pe pieţe, 22,8% pe chirie, 13,9% pe îmbrăcăminte şi încălţăminte, 12,3% pe transport şi 7,4% pe sport şi agrement.

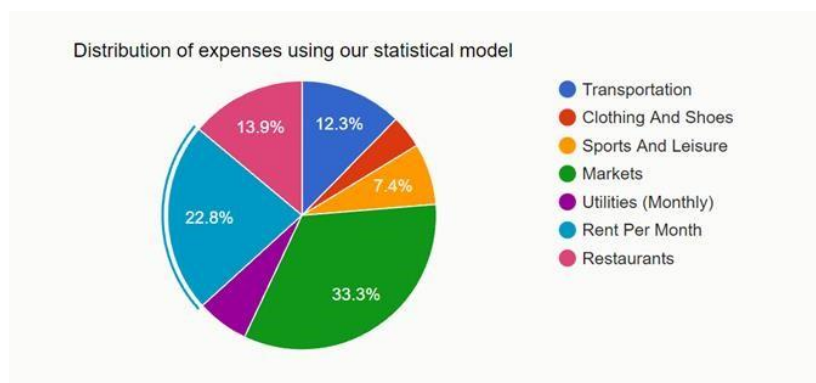


Fig: Distribuţia cheltuielilor în Braşov (Sursa: www.numbeo.com/cost-of-living/in/Brasov)

	City	Cost of Living Index	Rent Index	Cost of Living Plus Rent Index	Groceries Index	Restaurant Price Index	Local Purchasing Power Index
1	Cluj-Napoca	40.33	15.38	28.83	35.45	37.91	49.19
2	Bucharest	40.25	14.97	28.59	33.04	40.38	47.83
3	Constanta	37.92	10.86	25.45	30.89	39.03	40.25
4	Braşov	36.97	12.75	25.80	33.46	32.07	40.20
5	Iasi	36.30	11.30	24.77	30.76	31.36	41.40
6	Timisoara	36.28	11.70	24.95	32.74	30.82	55.90
7	Ploiesti	35.80	8.08	23.02	30.39	34.69	48.59
8	Sibiu	35.65	10.18	23.90	32.11	32.25	44.77
9	Oradea	35.52	8.38	23.00	31.70	28.26	44.34
10	Craiova	34.58	9.09	22.82	30.70	27.58	46.54

Fig: Indicele costului vieţii în oraşe selectate din România (Sursa: www.numbeo.com/cost-of-living/country_result.jsp?country=Romania)

Costul vieţii (mai mic este mai bine) în Braşov este mai bun decât cel din Cluj-Napoca,

Bucureşti sau Constanţa, dar puterea de cumpărare locală este mai mică decât cea din acele oraşe. (Sursa: <https://www.numbeo.com/cost-of-living/gmaps.jsp>)

Toate aceste elemente fac din Braşov un oraş foarte atractiv pentru migranţi, fie ei interni sau externi. În mod tradiţional, cei mai mulţi migranţi vin la Braşov din sud şi sud-estul Carpaţilor, de la Craiova la Vaslui. Potrivit statisticilor Universităţii Transilvania, majoritatea provin din zona Moldovei - din Bacău, Neamţ sau Vaslui - dar şi din Buzău,

Vrancea, Dâmboviţa, Argeş şi Prahova. La Braşov vin şi studenţi din Mureş, Covasna şi Harghita.

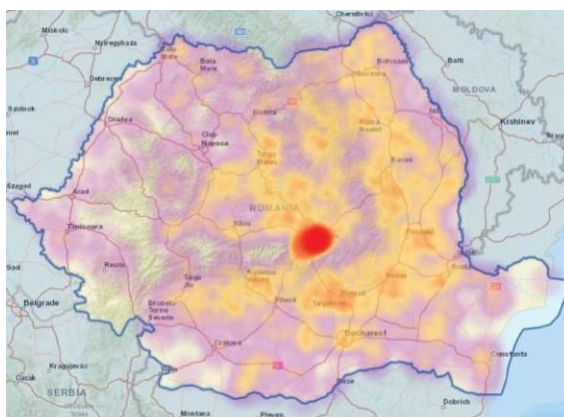


Fig: zona de recrutare a studenților de către Universitatea Transilvania din Brașov

Cele mai mari concentrări de populație în Brașov sunt în cartierele Centrul Nou și Astra (45% din populația orașului), respectiv Tractorul, Florilor, Craiter (18% din populație).

Cele mai îmbătrânite cartiere sunt, în această ordine: Centrul Vechi, Prund-Schei, Centrul

Nou, Bartolomeu și Astra. Cartierele cu îmbătrânirea cea mai accelerată sunt Bartolomeu (indicele a crescut cu peste 65 de puncte, mult peste media orașului), Tractorul (peste 50 de puncte creștere), Florilor-Craiter, Astra și Centrul Nou (toate cu peste 49 de puncte creștere). Singurul cartier în care indicele de îmbătrânire a scăzut este Stupini.

Evoluția Indicelui de Îmbătrânire, per cartiere, în municipiul Brașov	Recensământ 2002			Recensământ 2011			Evoluție IB
	0-14 ani	peste 65	IB	0-14 ani	peste 65	IB	
TOTAL	36833	31750	86.20	28530	38102	133.55	47.35
NOUA DARSTE	3102	774	24.95	2026	1309	64.61	39.66
ASTRA	7886	8457	107.24	7115	11140	156.57	49.33
VALEA CETATII	2634	886	33.64	2323	1482	63.80	30.16
FLORILOR CRAITER	4072	2977	73.11	2790	3420	122.58	49.47
CENTRUL NOU	5532	8571	154.93	4764	9724	204.11	49.18
TRACTORUL	4011	1926	48.02	2689	2639	98.14	50.12
BARTOLOMEU NORD	2536	724	28.55	2239	1666	74.41	45.86
BARTOLOMEU	1955	2150	109.97	1154	2030	175.91	65.94
CENTRUL VECHI	1219	2978	244.30	793	2058	259.52	15.22
PRUND-SCHEI	911	1731	190.01	834	1744	209.11	19.10
TRIAJ HARMAN	1541	272	17.65	785	383	48.79	31.14
PLATFORMA INDUSTRIALA EST-ZIZIN	1150	66	5.74	495	132	26.67	20.93
STUPINI	232	231	99.57	463	358	77.32	-22.25
POIANA BRASOV	52	7	13.46	60	17	28.33	14.87

Tab: indicele de îmbătrânire (IB), utilizând datele per cartier; o comparație cu datele înregistrate la recensământul din anul 2002

Din multitudinea de date despre caracteristicile teritoriale ale municipiului Brașov mai subliniem două aspecte care ne-au interesat în mod deosebit, acestea având legătură directă cu calitatea locuirii și cu atractivitatea orașului: (1) suprafața de spațiu verde și (2) evoluția numărului de locuințe.

(1) Suprafața **spațiilor verzi**, de 5 mp/locuitor, rămâne nemodificată pe parcursul a 8 ani și contrastează puternic cu reglementările Uniunii Europene, care solicită statelor membre să asigure 24 mp de spațiu verde per locuitor sau cu recomandările Organizației Mondiale a Sănătății care indică o normă de 50 mp spațiu verde per locuitor.

Autoritățile au avut tentative de cosmetizare a acestei situații, prin includerea în calculul suprafeței de spațiu verde al municipiului și a ariilor protejate a muntelui Tâmpa, purtătorul de cuvânt al Primăriei Brașov declarând că dacă suprafața de spațiu verde ar fi calculată „în conformitate cu prevederile Legii nr. 24/2007, cu modificările ulterioare, la nivelul municipiului Brașov raportul este de 27,94 metri pătrați/locuitor”. Totuși, legea la care face referire purtătorul de cuvânt al Primăriei Municipiului Brașov este foarte clară, la art. 5, în specificarea faptului că în calculul suprafeței de spațiu verde nu se includ a) vegetația din extravilan inclusă în fondul forestier, b) zonele și fâșiile de protecție a apelor, respectiv râurilor și bazinelor de apă; c) perdelele de protecție amplasate pe terenurile cu destinație agricolă; d) ariile naturale protejate; e) zonele de siguranță și protecție a infrastructurii de transport; f) spațiile verzi de pe terenurile aflate în proprietate privată și care nu sunt utilizate în interes public. Cum Tâmpa este arie protejată, suprafața acesteia nu poate fi luată în calcul la raportarea suprafeței de spațiu verde per locuitor.

Cei 5 mp de spațiu verde per locuitor au rămas aproape neschimbați și în anul 2022, ajungând, conform statisticilor UE, de la 5 mp per locuitor la 5.62 mp per locuitor.

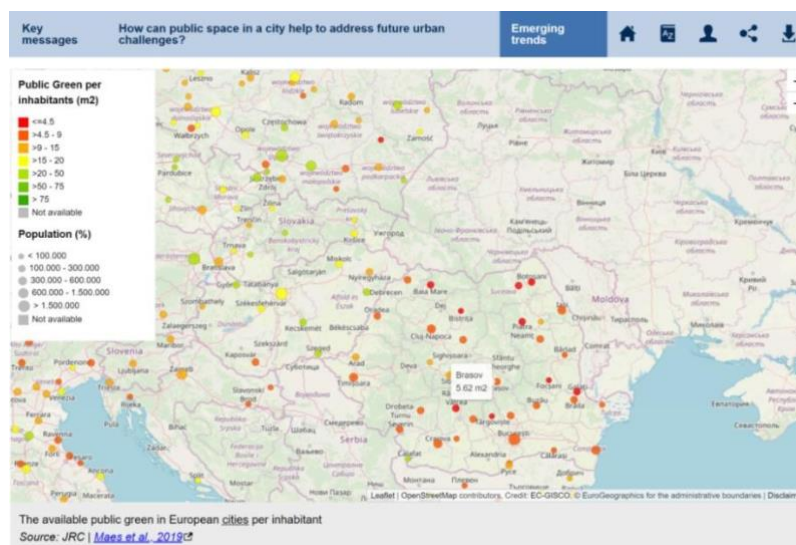


Fig: statistica în timp real a situației spațiilor verzi la nivelul Uniunii Europene

(2) Creșterea numărului de **locuințe** a dus la apariția de noi cartiere în Brașov (Avantgarden 1, 2 și 3, Urban, Coresi, Maurer Tractoru), zone întregi fiind expuse transformărilor și, într-o anumită măsură, proceselor de regenerare urbană și gentrificare.

Din cauza lipsei de transparență totală la nivel instituțional, accesul la datele oficiale privind dezvoltarea imobiliară în Zona Metropolitană Brașov este practic imposibil, astfel că cea mai fiabilă metodă de evaluare a stării actuale rămâne aproximarea statistică bazată pe date secundare. Zona „fierbinte” a dezvoltării imobiliare din interiorul județului, conform tuturor interviurilor pe care le-am realizat cu agenți imobiliari și dezvoltatori imobiliari, este Zona Metropolitană a Brașovului, cumulând peste 90% din întreaga dezvoltare a județului. Acest procent se corelează puternic cu migrația internă a populației și cu dezvoltarea industrială din interiorul județului, așa că îl vom folosi pentru a estima dezvoltarea imobiliară și valoarea pieței din Zona Metropolitană Brașov.

Potrivit Institutului Național de Statistică, noul stoc de locuințe construit după 1989 reprezintă mai puțin de 15% din stocul total. La finele anului 2019, în județul Brașov erau listate 256.319 locuințe, dintre care 35.671 noi (13,9% în totalul stocului). Nu am găsit informații publice despre fondul de locuințe din orașul Brașov, dar am avut acces la informații despre evoluția numărului de locuințe private noi în Brașov între 2011 și 2017.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2011-2017
Proprietăți private	114799	115303	116296	117111	118116	119382	119763	
Locuințe noi		504	993	815	1005	1266	381	4964
% locuințe noi		0.44	0.86	0.70	0.86	1.07	0.32	4.32

Au fost gentrificate suprafețe mari în orașul Brașov, s-au construit cartiere noi.

Caracteristicile Brașovului (frumusețea orașului, istoria sa, multiculturalitatea sa), alături de creșterea economică sunt principalele motive pentru dezvoltarea intensă imobiliară a orașului, transformând orașul într-un pol de atractivitate pentru migrația internă, după cum s-a subliniat de raportul Băncii Mondiale - Migrația și naveta în România”.

Potrivit Institutului Național de Statistică, Direcția de Statistică a Țării Brașov, în perioada 2018 – martie 2021 au fost finalizate 12.840 de locuințe. Se estimează că 11.556 de locuințe se află în zona Metropolitană Brașov în ultimii 3 ani.

Circa 3.700 de locuințe au fost livrate în 2020 în Zona Metropolitană, dintre care 80% sunt estimate a fi în interiorul municipiului Brașov.

„Majoritatea locuințelor programate pentru livrare în 2020, și anume peste 80%, sunt situate în zona administrativă a orașului, în timp ce zonele adiacente Brașovului atrag anual finalizarea a circa 600-800 de locuințe – cele mai dezvoltate în acest sens fiind localitățile Ghimbav, Târlungeni și Sânpetru.” Răzvan Calița, managing partner SVN România | Brașov (sursa: edezvoltator.ro/blog/imobiliare/piata-rezidentiala-din-brasovsi-imprejuriimi-tranzactii-preturi-de-achizitie-si-livrari-de-locuinte/)

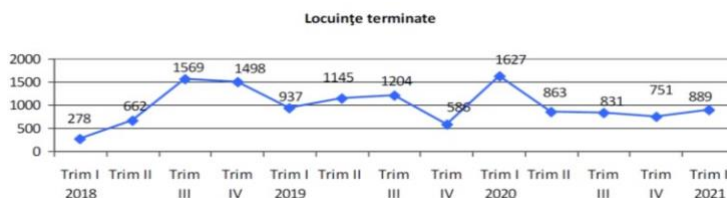


Fig: Clădiri finalizate. (Buletinul statistic lunar al județului Brașov. Numărul 6. Pagina 53. Institutul Național de Statistică, Direcția Județeană de Statistică Brașov)

Din cele 889 de locuințe finalizate în primul trimestru al anului 2021, 403 locuințe au fost cu 2 camere, 217 locuințe cu 1 cameră, 149 locuințe cu 3 camere, 69 locuințe cu 4 camere, 31 locuințe cu 5 camere, 13 locuințe cu 6 camere, 5 locuințe cu 8 camere și peste și 3 locuințe cu 2 camere. În total, cele 889 de locuințe au 2033 de camere. La sfârșitul primului trimestru al anului 2021, 2521 de locuințe private erau în construcție. (sursa:

Buletinul statistic lunar al județului Brașov. Numărul 6. Institutul Național de Statistică, Direcția Județeană de Statistică Brașov)

Luna/An	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ianuarie	1.36 7	1.35 2	1.87 2	1.55 2	1.90 1	1.67 3	1.72 3	1.59 0	963	1.83 7	1.61 2	1.40 1	2.88 4
Februarie	1.55 7	1.72 0	1.70 8	1.80 6	2.04 4	1.84 8	1.97 9	2.25 3	1.99 0	2.12 9	2.30 3	2.45 2	2.78 1
Martie	1.91 7	2.20 7	2.28 0	2.31 1	2.15 0	2.23 2	2.39 6	2.55 3	2.02 4	2.78 4	2.20 5	1.93 7	3.53 2
Aprilie	1.55 1	1.86 8	1.94 3	2.07 6	2.34 5	2.02 5	2.19 7	2.91 9	1.76 1	2.03 7	2.17 4	575	2.74 8
Mai	1.70 0	1.55 9	2.04 3	2.54 9	1.80 5	1.99 7	2.13 2	2.54 2	2.48 6	3.22 3	2.02 3	1.54 3	2.62 2
Iunie	1.71 1	1.96 0	1.86 2	2.07 6	1.92 5	2.23 0	2.30 8	2.52 7	2.61 5	2.49 7	1.99 7	3.30 2	3.23 0
Iulie	1.81 4	2.00 9	1.86 0	2.00 3	2.40 4	2.21 6	2.31 0	2.54 6	2.41 0	2.21 0	2.29 4	2.94 2	2.99 3
August	1.84 4	2.07 9	2.44 6	2.35 2	2.27 4	2.26 9	2.53 8	2.77 8	3.09 2	1.72 8	2.10 6	2.60 5	3.77 2
Septembrie	2.16 6	1.85 7	2.34 2	1.96 6	2.02 2	2.15 5	2.36 7	2.62 2	2.79 3	1.73 5	3.18 4	2.55 7	
Octombrie	2.42 8	1.89 6	1.89 3	2.08 4	2.34 2	2.29 1	2.42 7	1.55 3	3.10 7	3.02 1	2.96 9	3.90 7	
Noiembrie	1.96 6	2.04 1	2.31 3	2.10 5	2.12 2	2.06 2	2.12 4	1.55 3	2.73 8	2.27 7	3.13 6	3.27 9	
Decembrie	2.28 4	2.11 9	2.24 8	1.78 9	2.02 0	2.13 3	2.29 6	1.48 2	2.42 7	1.51 7	3.34 8	4.79 3	24.5 62
Total	22.3 05	22.6 67	24.8 10	24.6 69	25.3 54	25.1 31	26.7 97	26.9 18	28.4 06	26.9 95	29.3 51	31.2 93	
Medie/luna	1.85 9	1.88 9	2.06 8	2.05 6	2.11 3	2.09 4	2.23 3	2.24 3	2.36 7	2.25 0	2.44 6	2.60 8	3.07 0
% growth of average monthly transactions		1,62	9,45	-0,57	2,78	-0,88	6,63	0,45	5,53	-4,97	8,73	6,62	17,74

Fig: Date Agenția Națională de Cadastru și Publicitate Imobiliară despre totalul tranzacțiilor imobiliare din județul Brașov

Datele ANCP (Agenția Națională de Cadastru și Publicitate Imobiliară) despre totalul tranzacțiilor imobiliare din județul Brașov arată o tendință clară de creștere, anul 2021 redresându-se puternic după un început lent în prima jumătate a anului 2020.

Toate aceste tendințe vor duce la creșterea presiunii asupra infrastructurii orașului și asupra zonei centrului vechi al orașului Brașov.

Date secundare calitative privind Brașovul

Din studiile calitative realizate de brandBerry în cadrul altor proiecte cunoaștem că deși Brașovul este considerat a fi unul dintre cele mai „verzi” orașe din România, lipsa spațiilor verzi din proximitatea locuințelor (a blocurilor) reprezintă o mare problemă a orașului.

A fost făcută o clară distincție între zona verde naturală (Tâmpa, Poiana Brașov etc) și zona verde creată voluntar de către administrația orașului iar concluzia unanimă a fost aceea că sunt absolut necesare mai multe spații verzi în interiorul orașului, inclusiv mai multe parcuri mari (nu doar grădini urbane precum Parcul Titulescu).

„Zonele verzi ar trebui să fie mult mai multe, iar tăierea copacilor să fie interzisă.”

„Spații verzi, dar nu cu tuia, între blocuri și pe arterele principale”

„Oprirea defrișărilor și oprirea distrugerii pădurilor pentru a construi blocuri/cartiere.”

Pentru obținerea unor soluții corect documentate se recomandă colaborarea cu specialiști în domeniu, inclusiv cu Facultatea de Silvicultură:

„Spații verzi realizate în colaborare cu cei de la facultatea de Silvicultura, implicarea activă a populației, educație, prevenție”

În zonele ce nu permit amenajarea unor parcuri / grădini publice este sugerată amenajarea unor grădini verticale sau utilizarea jardinierei.

„In zonele pietonale sau pe trotuarele pe care este posibil, să fie jardiniere verticale, pentru a mări numărul de plante.”

„Mai multe grădini publice, amenajări verdeață, jardiniere flori”

O altă propunere ce a vizat marile fabrici din Brașov sau limitrofe Brașovului a fost aceea de a impune asigurarea unei zone-tampon formată din vegetație înaltă, bogată, care să preia din poluarea fonică și/sau chimică.

„fabricile poluante să fie obligate să se ”înconjoare” de vegetație înaltă, pe 2-3 rânduri, plus parcuri în zonele limitrofe, finanțate de ei. Garda de mediu să își facă treaba și faptic, nu doar pe hârtie și în presă. Interzicerea accesului auto în zona centrului istoric la anumite intervale”

Pentru a genera mai mult spațiu pentru amenajarea de zone verzi este recomandată dezvoltarea unor parcuri subterane sau supraetajate:

„parcuri subterane sau supraetajate mai ales în vecinătatea instituțiilor/obiectivelor de interes public dar și în locații de acces în oraș coroborate cu dezvoltarea transportului local electric cu regândirea traseelor astfel încât să fie acoperite direct cât mai multe zone, inclusiv cu zonele suburbane + puncte noi de acces dinspre aceste zone pentru a decongestiona arterele înspre/dinspre zonele rezidențiale suburbane. - pasaje în intersecțiile aglomerate noi norme de construire a blocurilor noi privind regimul de înălțime (max. 6 etaje) și distanțele între imobile”

Tot la capitolul „amenajarea teritoriului” subiecții au inclus și nevoia construirii / dezvoltării mai multor spații de joacă pentru copii, integrate cu spațiul verde din jurul locuințelor.

„Spații de agrement mai multe, tăierea arborilor interzisă (exclus cei care prezintă pericol), plantarea mai multor specii de arbori în zone de agrement, parcuri noi”

Pentru subiectul iluminat public subiecții intervievați nu au avut propuneri diverse, toate soluțiile conturate fiind limitate la alimentarea cu energie alternativă (panouri solare, stații eoliene):

„cât mai multe panouri solare, stații eoliene, tot ce înseamnă energie (neconvențională) nepoluantă.”

„Iluminat public cu alimentare de la panouri solare.”

Subiectul „clădiri / construcții” în municipiul Brașov a suscitat cele mai multe emoții și reacții din partea participanților la studiu, majoritatea largă a subiecților formulând opinii care indică nemulțumiri privind această temă.

Este criticată în mod particular politica mult prea permisivă (în opinia participanților) a autorităților locale, ceea ce a dus la apariția unor zone urbane exagerat de aglomerate, ceea ce afectează în mod vizibil calitatea vieții cetățenilor din acele zone.

„Sunt vecini care nu au parte de soare pentru că blocurile sunt pur și simplu prea aproape”

„Blocurile sunt prea mari iar aglomerările din acele clădiri scad calitatea vieții cetățenilor”

Clădirile din oraș sunt văzute ca poluatori prin faptul că majoritatea apartamentelor dispun de centrală individuală, acestea fiind mai puțin eficiente decât cele de bloc sau de cartier. Implementarea de soluții alternative, inclusiv înlocuirea centralelor individuale acolo unde este tehnic posibil, ar trebui să se facă gradual și cu susținere consistentă din partea autorităților.

„Emisii de carbon sunt și de la centralele de apartament, dar înlocuirea lor trebuie să se facă treptat.”

„Instalarea de panouri fotovoltaice pe blocuri- programe dezvoltate de primărie să ajute asociațiile de proprietari să acceseze fondurile europene pentru acest fel de investiții.”

Pentru scăderea consumului de combustibil utilizat la încălzirea locuințelor a fost propusă izolarea clădirilor cu materiale de bună calitate, precum panouri din lână sau vată bazaltică. Materialul cu care a fost realizată anveloparea clădirilor în anii precedenți, respectiv polistirenul, a fost asociat cu un potențial pericol cu grad ridicat de poluare.

Pe lângă soluția anvelopării/izolării blocurilor a fost propusă și schimbarea comportamentului general și adaptarea la o temperatură interioară cu cel puțin un grad mai mică decât cea menținută în acest moment în locuință. Acest model comportamental presupune o campanie de informare și conștientizare a resurselor utilizate, respectiv a celor economisite în raport cu stilul de viață actual.

Un aspect semnalat în toate discuțiile de grup a fost cel al spațiului verde din jurul / proximitatea blocurilor, mult subdimensionat în raport cu numărul mare de locuitori sau chiar lipsa totală a acestuia.

Soluțiile propuse au fost variate, de la construirea de parcuri subterane / supraetajate pentru a elibera teren în vederea amenajării de spații verzi, până la amenajarea de spații verzi pe acoperișurile blocurilor sau construirea de grădini verticale și garduri vii „pe orice suprafață posibilă”.

CONCLUZII

Centrul istoric al orașului Brașov, în mod similar cu asocierile generale despre oraș, este perceput ca fiind *curat*, propice pentru *turism* și puternic conectat la *munte*, dar și foarte *aglomerat*. Cu toate că este foarte aglomerat, centrul istoric este și *liniștit* și *relaxant*, o parte din participanții la studiu descriind atmosfera din centrul istoric al orașului ca fiind una de *aglomerație plăcută*.

Datele corelează și cu cele rezultate din evaluarea făcută de respondenți diverselor afirmații despre centrul orașului Brașov în raport cu problemele percepute despre acesta. Astfel, deși majoritatea respondenților consideră că „sunt foarte mulți turiști în centrul istoric al Brașovului”, afirmația are o conotație pozitivă pentru că tema „numărul mare al turiștilor” nu este percepută ca o problemă pentru oraș. „Aglomerația” percepută în centrul istoric al orașului este una pozitivă dacă este determinată de pietoni, fie ei turiști sau localnici, dar nu și când aceasta este provocată de mașini, „aglomerația din trafic”, fiind percepută de respondenți ca fiind cea mai mare problemă a centrului istoric al orașului Brașov.

Personalitatea centrului istoric al Brașovului este asociată cu cea a unui bătrân prietenos, calm, vesel, puternic, înțelept, primitiv, impunător și interesant, iar pentru a fi mai atractiv majoritatea largă a respondenților au considerat că centrul istoric la Brașovului are nevoie de mai multe evenimente (festivaluri, concerte, spectacole culturale etc).

Analizând răspunsurile oferite de respondenți am identificat un veritabil semnal de alarmă care indică o foarte slabă dezvoltare a elementelor cu un potențial mare de competitivitate (precum gastronomia locală, oportunitățile de agrement în aer liber, arta/opportunitățile culturale sau evenimentele speciale) în raport cu alte centre istorice din țară sau străinătate. Din referirile teoretice rezumate în capitolul despre date secundare putem înțelege că nevoia de a remedia aspectul expus anterior are un rol practic și pragmatic, de regenerare urbană și dezvoltare a identității locale.

Totodată, centrul istoric al orașului are nevoie de o îngrijire mai atentă, prin renovarea clădirilor, dar și de toalete publice sau de o mai bună promovare.

Centrul istoric al orașului Brașov este atractiv mai ales pentru respondenții din grupa de vârstă 18-24 ani, aceștia având atât o percepție semnificativ diferită, mult mai pozitivă, decât a respondenților din grupele de vârstă peste 25 ani, cât și o frecvență mai mare a interacțiunii cu centrul istoric.

Rezultatul sugerează faptul că centrul istoric al orașului Brașov este perceput mai degrabă ca o zonă de distracție, de petrecere, având ca grup țintă în mod special tinerii. În acest context considerăm oportună identificarea unor zone în proximitatea centrului istoric, pentru a fi dezvoltate ca spații alternative de petrecerea timpului liber pentru brașovenii care își doresc un mediu mai liniștit (fie pentru că au copii, fie pentru că nu doresc să participe la „agitația” din centrul istoric).

Chiar dacă centrul istoric al orașului Brașov pare a fi mult mai atractiv pentru tinerii până în 25 de ani, majoritatea largă a participanților la studiu au subliniat faptul că atunci când vizitează / se află în centrul istoric al orașului simt o stare de *relaxare*, de *bucurie*, motivul principal pentru care vizitează centrul istoric fiind dorința de *plimbare* alături de familie/prieteni pentru a se *relaxa*.

Dr. Romulus OPRICA,

Sociolog, Consultant Senior BrandBerry

ANNEX 3 - Towards a balanced and inclusive use of the public domain in Brasov Historic Urban Area

HUB IN – towards a balanced and inclusive use of the public domain in the Historical Urban Area

Unifying the appearance and diversifying the types of furniture and urban accessories available for the functionalization of the public space in the study area

Study developed within "HUB-IN" (Horizon 2020), through the Agency of Brasov for the Management of Energy and Environment

Contents:

1. Topic

- Touristification (to what extent Brasov HUA was affected by this phenomenon and what are the empirical signs according to which it can be recognized?)
 - Non-unitary aspect of furniture elements
 - Imbalance in the use of the street surface on the main pedestrian arteries
 - The appearance of historical-cultural simulations

2. Objectives

Unifying the appearance of the furniture for HoReCa and diversifying the types of furniture and urban accessories available for the functionalization of the public space in the study area, respecting the three clusters of HUB-IN: Cultural and Creative Industries, New Lifestyles, Resilient Places with Human Interconnectivity.

3. Definition of the study area

- Selection criteria
- Historical Urban Area (HUA)
- Commercial Historical Urban Area³ (CHUA)

4. Current situation analysis

- a. The administrative structure and the legislative framework through which the furnishing (use) of the public space in the study area is carried out and managed
 - Responsible structures, methodology, workflow and existing opposable legislation for the placement of urban furniture objects in the study area
- b. Field analysis of the study area
 - General organization of the study area
 - Types of traffic (pedestrian, shared space, road) and existing street profiles
 - Types of streets (mostly residential/ commercial)
 - Circulations, promenades, esplanades, markets/ squares, pockets, *teren vague*
 - Occupying the public domain
 - Situation of tenants/ rental of HUA public domain (CHUA annual income)
 - Situation of building permits for the HUA terraces
 - Existing urban furniture
 - Existing public inventory (owned by Brasov Municipality)
 - Existing private inventory
 - Street commercials
 - Information points
 - Fountains
 - Vegetation
 - Events
- c. Conclusions
Functionalities and malfunctions of the furniture placement in the HUA public space (case studies)

5. Proposal

- a. HUB IN – towards a balanced and inclusive use of the HUA public domain
 - i. Existing regulations at European level
 - ii. Good practices at urban level
 - iii. Incorporating the HUB-IN principles
- b. Matrix for framing street furniture objects (existing categories of urban objects and furniture; from non-discriminatory to critical, from generic to specific site)

³ CHUA refers exclusively to the effect of the commercial activity over the HUA

- c. Proposal for HUA zoning (types of premises)
 - i. HUA plan divided into subareas
 - ii. Detailing HUA subareas
 - 1. Concepts of regulation and equipping the HUA subareas (furniture, urban art, vegetation, events)
 - 2. Principles of use for the proposed types of street furniture/ situations (along the street, sidewalk, corner, pocket, open space, near the wall, under the eaves, end of perspective etc.)
- d. Principles for selecting events' locations
- e. Principles for adjusting the administrative mechanism for the location and management of HUA urban furniture
- f. Mechanism for promoting and managing art projects in the public space
- g. Synthesis of principles for the development of a regulation for the use of public space within the HUA (furniture/ vegetation, urban art, events)

