

DOCUMENT DE POZIȚIE AL CONFERINȚEI MONDIALE DE INVESTIȚII LA BAULE, ED. 7, PERIOADA: 3-5 IUNIE 2009

Documentul de poziție al Conferinței Mondiale de Investiții, ed. 7 ce se va desfășura în orașul La Baule din Franța în perioada 3-5 iunie 2009, pune accentul pe rolul orașelor ca și puncte de atracție pentru investițiile străine. În cadrul Conferinței se vor discuta teme precum “Funcțiile orașelor”, “Factorii de creștere urbană”, “Orașele ca vectori pentru creștere economică”, “Orașele ca magneți pentru investiții străine”, “Inovare socială și dezvoltare locală”, etc.

Conferința va studia două teme mari:

- I. Orașele ca vectori pentru creștere economică;
- II. Orașele ca magneți pentru investiții străine

În cartea sa “Who’s Your City?” Richard Florida observă 40 de mega-regiuni, fiecare din ele cuprinzând o rețea densă de orașe mari, aceste mega-regiuni răspund împreună pentru peste 75% din valoarea adăugată în economia mondială și pentru nouă din zece inovații. Pentru a-și continua creșterea și menținerea pozițiilor dominante, aceste mega-regiuni trebuie să își optimizeze mediul de afaceri, inovarea, creativitatea, sustenabilitatea și incluziunea socială. Câteva din cele 12 mega-regiuni din Europa menționate de R. Florida sunt:

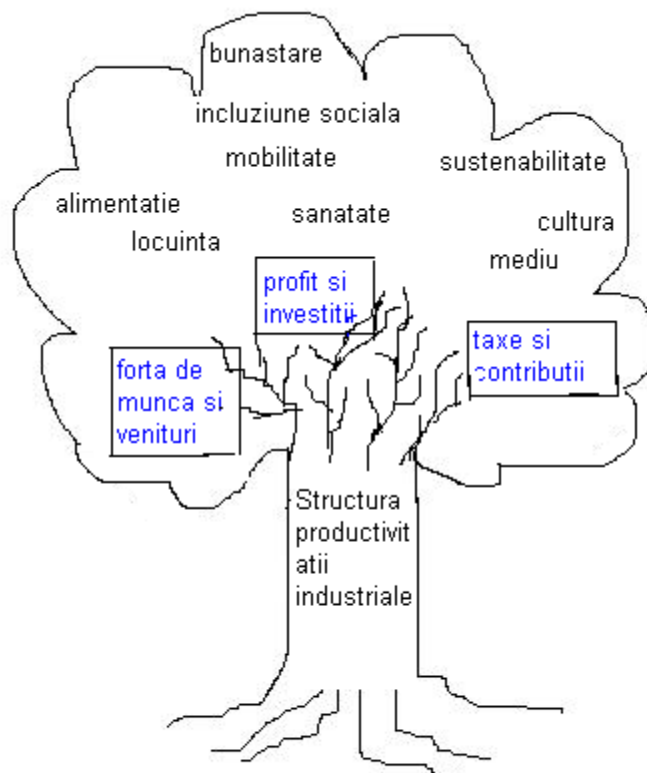
- Am-Bru-Twerp, cuprinzând Amsterdam, Bruxelles, Anvers;
- Lon-Mil-Chester, cuprinzând Londra, Leeds, Manchester, Liverpool;
- Rom-Mil-Tur, cuprinzând Roma, Milano, Torino;
- Frank-Gart, cuprinzând Stuttgart, Frankfurt, Mannheim;
- Barce-Lyon, cuprinzând Barcelona și Lyon;
- Viena-Budapesta;

Factorii de creștere urbană

Orașele atrag șase factori de creștere:

- Resurse financiare endogene (investițiile proprii ale municipalității și capacitatea sa de împrumut) și resurse umane (antreprenori și investitori);
- Investiții străine;
- Populație: creșterea numărului populației este adesea un factor de creștere de vreme ce alimentează cererea de bunuri și servicii în sectoarele privat și public și sporește veniturile din impozite;
- Proprietatea privată și publică incluzând infrastructura creată pentru a promova cercetare publică sau viața culturală (ex: Muzeul Luvru din Franța sau Muzeul Guggenheim din Spania);
- Turismul și convențiile de afaceri;
- Activitățile sportive și evenimentele culturale

În Raportul “Starea orașelor europene” întocmit de Comisia Europeană, factorii de competitivitate urbană sunt prezentați sub forma unui copac:



Copacul competitivitatii: factorii de competitivitate urbana

Același raport clasifică orașele europene în 13 categorii, în funcție de competitivitatea lor. Aceste 13 categorii sunt grupate, la rândul lor, în trei teme mari: Centre Internaționale, Poli Specializați, Poli Regionali. Mai jos sunt enumerate și trei orașe din România care fac parte din această clasificare:

Poli Specializați:

- Centre de servicii naționale: Hanovra, Sevilla, Utrecht, Brno, **Timișoara**

Poli Regionali:

- Orașe de-industrializate: Charleroi, Liege, Ostrava, Miskolc, Bari, Sheffield, **Brăila**
- Centre de servicii publice regionale: Odesa, Badajoz, Umea, Schwerin, Oviedo, **Călărași**

Punctele tari în realizarea strategiilor de marketing ale orașelor includ:

- talent;
- efectul de aglomerație;
- inovare;
- capacitate R&D

Forme de parteneriat economic între orașe și firme:

- parteneriat public-privat
- centre de inovare și clustere
- sponsorizare și asocierea brand-urilor afacerilor cu orașele