

CUPRINS ANEXA II

1. Introducere	2
2. Elementele de cercetare secundară verificate prin cercetarea primară	3
3. Construcția metodologică	7
4. Prezentarea rezultatelor	13
4.1 Prezentarea lotului de respondenți	13
4.2 Percepții cheie asociate trecutului, prezentului și viitorului economiei timișene	14
5. Prezentarea cantitativă și grafică a rezultatelor	19
6. Verificare ipoteze, atingerea obiectivelor. Concluzii privind rezultatele aplicării chestionarului.	

1. Introducere

În perioada Aprilie – Iunie 2022 echipa RUWATIM SMDP a elaborat studiul sociologic privind percepția comunității interne și externe județului Timiș referitoare la elementele de reputație ale brandului economic timișean, care a avut în vedere următoarele:

Obiectiv general: Identificarea elementelor cheie pentru potențialul economic al județului Timiș ce pot fi valorificate în elaborarea brandului economic județean, fundamentarea și validarea pilonilor de identitate economică a brandului județului Timiș.

Obiectiv specific 1: Identificarea la nivelul comunității interne și externe (județului) a elementelor de valoare (performanța, potențial, tradiție, prestigiu, unicitate, etc) care definesc economia județului Timiș cu focus pe percepția față de situația curentă.

Obiectiv specific 2: Identificarea elementelor de potențial și valoare adăugată mare care vor caracteriza dezvoltarea viitoare a economiei județului Timiș cu focus pe ceea ce ne dorim ca și comunitate să obținem în următorii 10-15 de ani (cu șanse reale de materializare).

Beneficii și rezultate urmărite:

- *Notorietate*
- *Recunoaștere*
- *Internaționalizarea județului*
- *Atragerea și dezvoltarea investițiilor de capital*
- *Proiecția perspectivelor de dezvoltare și locuire a județului Timiș*

2. Elementele de cercetare secundară verificate prin cercetarea primară

Cercetarea secundară a condus la dezvoltarea sintetică a patru matrici de construcție piloni identitate economică, pe care cercetarea primară e chemată să le verifice:

Prima matrice:

Elemente de identitate ale Brandului Economic Timiș – ”substanța” brandului – care trebuie gestionată, măsurată, protejată, echilibrată și intens promovată pe termen lung			
Pilon fundamentare brand propus spre validare	”Județul Timiș angrenat în rețeaua economiei globale”		
Argumentarea pilonului propus spre validare:	Timișul este posesorul unui avantaj strategic - geografic, spațial și infrastructural - ce stimulează constant economia județului, creând contextul favorabil de inițiativă, accesibilitate, conectivitate și distribuție. Timișul joacă un rol stabilizator în ansamblul relațiilor economice și comerciale ale României, generând o creștere economică continuă. Timișul este o zonă de dezvoltare economică și socială ridicată, este un ”agent economic” prestigios și influent. Timișul dispune de resursele umane și naturale (factori productivi rezilienți) pentru asigurarea perpetuării unei vieți economice și sociale calitative.		
Postulatul pilonului propus spre validare	Timișul este un ”agent economic” optim conectat (pol, hub și / sau nod) la rețeaua economiei globale		
Construcția pilonului propus spre validare			
Nr. Crt	Seturi de date (referitoare la) analizate:	Caracteristici (valori) existente ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară	Caracteristici (valori) potențate ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară
	Conectivitatea ansamblului economic timișean (contextul județean strategic - geografic, spațial și infrastructural)	Conectivitate Accesibilitate Deschidere Participație	Competitivitate Dinamism Diversificare Inovare
	Potențialul de creștere al comunităților socio-economice ale județului Timiș	Potențial ridicat de dezvoltare economică și socială	Reziliența sistemică
	Indicatorii macro-economici ai economiei județene	Forță economică	Prestigiu Performanță Excelență
	Componenta mediului de business timișean	Dezvoltare economică dinamică și performantă	Climat favorabil de business
	Balanța comercială a județului Timiș	Stabilitate	Excelență Reziliență
	Reziliența (factorilor direct productivi)	Stabilitate Diversificare Inovare	Reziliența sistemică

Matricea a doua

Elemente de identitate ale Brandului Economic Timiș – ”substanța” brandului – care trebuie gestionată, măsurată, protejată, echilibrată și intens promovată pe termen lung			
Pilon fundamentare brand propus spre validare	”Magnetismul investițional și cultural al județului Timiș”		
Argumentarea pilonului propus spre validare	Mediul de business timișean este unul pragmatic și multicultural, remarcabil în contracarea șocurilor, deschis și internaționalizat. Deschizător de drumuri și punte de legătură continentală, Timișul este un tărâm legendar, multicultural, propice dezvoltării umane, muncii și unui trai bun.		
Postulatul pilonului propus spre validare	Spiritul economic și istoric al Timișului însuflă neconținut magnetism investițional și cultural.		
Construcția pilonului propus spre validare			
Nr. Crt	Seturi de date (referitoare la) analizate	Caracteristici (valori) existente ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară	Caracteristici (valori) potențate ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară
	Agenții economici cu participare străină la capitalul social Înmatricularea societăților cu participare străină la capital Densitatea firmelor cu participare străină la capital la o mie de locuitori Număr de angajați din companiile cu capital străin Fondurile totale investite de străini în companiile românești și direcționarea acestor investiții pe domenii	Deschidere Internaționalizare Magnetism investițional	Climat favorabil de business / Reziliență Sistemică/ Competitivitate/ Calitate / Inovare
	Tradiția cosmopolită, tradiția tehnică și agricolă, patrimoniul cultural, vitalismul și consumul cultural, diversitatea etnică și confesională, civismul, tendințe asociate indicatorului nr. de locuitori, indicatorul dezvoltării umane	Inițiativă Sens istoric Sens economic istoric Tradiție economică Magnetism cultural Magnetism educațional Dezvoltare umană	Climat Favorabil de Business/ Inovare/ Destinație preferențială pentru locuire/ Destinație preferențială pentru ocuparea forței de muncă

Matricea a treia

Elemente de identitate ale Brandului Economic Timiș – ”substanța” brandului – care trebuie gestionată, măsurată, protejată, echilibrată și intens promovată pe termen lung			
Pilon fundamentare brand propus spre validare	” Județul Timiș diversificat și specializat”		
Argumentarea pilonului propus spre validare	Județul Timiș este specializat mai ales în industria calculatoarelor, automotivelor și echipamentelor electrice, cauciuc și mase plastice, servicii informatice, produse textile, produse chimice, telecomunicații, încălțăminte, colectarea și epurarea apelor uzate, agricultură, transporturi aeriene, depozitare, transporturi terestre, băuturi. Un nivel ridicat de concentrare al talentelor (datorită universităților) determină mai departe investiții, mai ales în domenii cu valoare adăugată ridicată, precum IT&C, servicii financiare, activități științifice, profesionale și tehnice, industrii creative. Timișul are de aproape 3 ori mai multe persoane care lucrează în industriile high-tech, care sunt intensive în angajați STEM (science, technology, engineering & math) și de 2 ori mai multe în serviciile intensive în cunoștințe high-tech (servicii de soft, telecom etc.). Județul Timiș se află pe primul loc în ierarhia națională din perspectiva numărului de companii mari. Județul Timiș, cu Timișoara ca hub de tehnologie, este extrem de atractiv pentru investitorii din IT&C, mai ales, pentru forța de muncă numeroasă și calificată.		
Postulatul pilonului propus spre validare	Economia Județului Timiș este definită de un mix autentic de diversificare și specializare, propulsor al competitivității, calității și inovării în activitatea economică.		
Construcția pilonului propus spre validare			
Nr. Crt	Seturi de date (referitoare la) analizate	Caracteristici (valori) existente ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară	Caracteristici (valori) potențate ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară
1.	Indicatorul RCA (avantaje competitive în export), Balanța Comercială (export servicii) Coeficientul de Localizare și Indexul Hachman	Specializare Diversificare	Competitivitate Calitate Inovare
2.	Concentrarea și atragerea talentelor, absolvenții de specializări STEM, numărul angajaților din industriile intensive în tehnologie și mediu-intensive	Specializare Smart Diversificare	Magnet investițional Inovare Reziliență sistemică
3.	Densitatea IMM-urilor la o mie de locuitori, profesioniștii județului, companiile mari, ramurile sectorului terțiar	Diversificare Specializare Specializare Smart	Magnet investițional Inovare Reziliență sistemică
4.	Boom-ul IT& C, tehnologic și trenduri în dezvoltarea competențelor	Specializare Smart	Competitivitate Calitate Inovare

Matricea a patra

Elemente de identitate ale Brandului Economic Timiș – ”substanța” brandului – care trebuie gestionată, măsurată, protejată, echilibrată și intens promovată pe termen lung			
Pilon fundamentare brand propus spre validare	”Exceleța industrială a Județului Timiș”		
Argumentarea pilonului propus spre validare	În istoria lor, Timișul și Timișoara au fost deschizători de drumuri în multe domenii de activitate, mai ales de sorginte tehnică. Județul contribuie cu mai mult de jumătate la producția industrială a regiunii de dezvoltare Vest (57%) și cu 7,37% la cea a României, ceea ce arată faptul că județul Timiș este un important pol industrial, județul care deține toate ingredientele necesare dezvoltării hubului de Industry 4.0 al României, dând dovadă de diversitate și atractivitate, având un potențial de dezvoltare ridicat pentru investițiile autohtone și străine. Timișoara este în prezent al patrulea hub IT (după București, Cluj-Napoca și Iași, din perspectiva numărului de specialiști care lucrează efectiv în domeniu), profitând de cea mai solidă reprezentare a industriei automotive din România, industrie deservită major de companiile de IT&C. La nivelul anului 2019, în județul Timiș funcționau 1.244 de unități locale active cu profil IT&C (locul III la nivel național), care realizau o cifră de afaceri de circa 874 milioane Euro și angajau circa 14.815 de persoane, cei mai mulți dintre aceștia fiind angrenați în activități de servicii informatice (67%).		
Postulatul pilonului propus spre validare	Tradiția tehnică și excelența industriei prelucrătoare, deservită de IT&C, sunt forța motrice a economiei județene, determină consolidarea reputației, dar și îmbunătățirea vieții de zi cu zi a localnicilor.		
Construcția pilonului propus spre validare			
Nr. Crt	Seturi de date (referitoare la) analizate	Caracteristici existente ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară (valori)	Caracteristici (valori) potențate ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară
1.	Companiile Mari	Dezvoltare economică dinamică și performantă	Inovare Competitivitate Performanță Exceleța
2.	Producția Industrială	Forță / Motor Economic	Prestigiu
3.	Specializare Industrială	Tradiție tehnică	Competitivitate
4.	Prelucrare indicatori pe sectoare economice	Dezvoltare economică dinamică și performantă	Climat Favorabil de Business Inovare Performanță Destinație preferențială pentru locuire Destinație preferențială pentru ocuparea forței de muncă

5.	Ranking sectoare economice după metoda internă și metoda utilității globale maxime	Excelența industriei prelucrătoare (automotive), deservită de sectorul IT&C	Reziliență sistemică
----	--	---	----------------------

3. Construcția metodologică

3.1 Stabilirea temei.

Tema a fost stabilită prin contractul încheiat între SC Ruwatim SMDP SRL și Consiliul Județean Timiș și constă în **Crearea, implementarea și promovarea Brandului Economic al Județului Timiș.**

3.2 Fixarea obiectivelor.

Obiectiv general: Identificarea elementelor cheie pentru potențialul economic al județului Timiș ce pot fi valorificate în elaborarea brandului economic județean, fundamentarea și validarea pilonilor de identitate economică a brandului județului Timiș.

Obiectiv specific 1:

Identificarea la nivelul comunității interne și externe (județului) a elementelor de valoare (performanța, potențial, tradiție, prestigiu, unicitate, etc) care definesc economia județului Timiș cu focus pe percepția față de situația curentă.

Obiectiv specific 2:

Identificarea elementelor de potențial și valoare adăugată mare care vor caracteriza dezvoltarea viitoare a economiei județului Timiș cu focus pe ceea ce ne dorim ca și comunitate să obținem în următorii 10-15 de ani (cu șanse reale de materializare).

Beneficii și rezultate urmărite:

- ✓ ***Notorietate***
- ✓ ***Recunoaștere***
- ✓ ***Internaționalizarea județului***
- ✓ ***Atragerea și dezvoltarea investițiilor de capital***
- ✓ ***Proiecția perspectivelor de dezvoltare și locuire a județului Timiș***

3.3 Documentare preliminară:

- identificarea, analiza și sinteza materialelor disponibile pe plan național și internațional în ceea ce privește conceptul de „brand economic” și noțiunile asociate și procesul de elaborare a unui brand economic. Elemente introductive, analiză de modele de branding regional la nivel internațional, european, național
- Analiza documentelor disponibile ce conțin date, analize și sinteze privind economia județului Timiș.

3.4 Delimitarea universului cercetării:

Universul cercetării este format în acest caz din locuitori ai județului Timiș, dar și persoane din afara acestuia (din România/străinătate). O limitare este impusă de modul de culegere a datelor, respectiv utilizarea mijloacelor electronice, ceea ce limitează universul cercetării la persoane cu acces la Internet, interes pentru tema în discuție și respectiv la persoane/reprezentanți a unor instituții/firme/asociații cu interes pentru tema în discuție. Nu există limite de vârstă, sex, profesie, etc.

Univers temporal: trecut (nedefinit, funcție de percepția subiectivă a respondenților); prezent (anul curent); viitor : următorii 15-20 ani.

3.5 Dezvoltarea cadrului teoretic al cercetării:

Prezentarea modelelor de branding regional identificate, conceptul ce se dorește dezvolta la finalul cercetării.

3.6 Definirea unităților de analiză și înregistrare:

Unitățile de analiză și înregistrare sunt persoanele fizice și/sau juridice care participă la studiu.

3.7 Elaborarea ipotezelor:

În baza documentării prealabile realizate (vezi bibliografie), au fost formulate următoarele ipoteze:

Ipoteză generală:

Există anumite elemente care caracterizează/deosebesc economia județului Timiș de celelalte județe din România, și acestea pot fi identificate.

Ipoteză specifică 1:

Având în vedere datele ce rezultă din informațiile statistice disponibile, respectiv:

- număr mare de unități locale active, distribuite pe toate activitățile majore (grupe CAEN) ale economiei naționale.
- Din perspectiva exporturilor, județul Timiș se plasează pe locul 2 la nivel național, după Municipiul București, având și companii exportatoare puternice care reprezintă județul în topul exportatorilor din România, majoritatea dintre acestea având capital străin
- Timișul realizează un volum mare de exporturi de bunuri de complexitate crescută, ceea ce indică că produsele exportate sunt recunoscute la nivel internațional.

A fost formulată următoarea ipoteză:

Valorile ce caracterizează din punct de vedere economic județul Timiș în prezent sunt:

- **Diversitate :**
- **Internaționalizare:**
- **Recunoaștere/prestigiu:**

Ipoteza specifică 2:

Din datele statistice disponibile pentru anul 2019, ponderea industriei prelucrătoare în cifra de afaceri a județului este de aproximativ 42%, iar ponderea comerțului, aproximativ 31%. Agenți economici importanți în ceea ce privește activitatea economică (cifra de afaceri) dar și exportul sunt cei din industria automotive și din ramura industriei alimentare.

A fost formulată următoarea ipoteză:

În prezent principalele trei ramuri/sectoare economice care contribuie în cea mai mare măsură la economia județului Timiș sunt:

- **industria automotive;**
- **industria produselor alimentare;**
- **comerț.**

Ipoteza specifică 3:

Conform celor mai recente statistici publicate de Oficiul Național al Registrului Comerțului (ONRC), județul Timiș ocupă locul 2 din 42 la nivel național, respectiv primul loc la nivel regional din perspectiva numărului de agenți economici cu participare străină la capitalul social, cu aproximativ 16.686 de firme, respectiv locul 3 la valoarea capitalului străin subscris, care se ridică în 2019 la circa 6.2 miliarde lei, ceea ce ar putea să semnifice și investiții mari de tipul construcțiilor sau investițiilor în echipamente, cel mai probabil în domeniul industrial, unde Timișul este dezvoltat.

Județul a atras 3.3% din fondurile totale investite de străini în companiile românești. Timișul și-a menținut în tot intervalul de analiză locul 2 pe podium din perspectiva numărului de societăți, fiind surclasat doar de municipiul București, iar din perspectiva capitalului social, pe locul 3, începând cu anul 2011, după municipiul București și județul Ilfov.

Rata șomajului înregistrată în județul Timiș în anul 2019 era de 0.8%, sub media regională (1.7%) și națională (2.9%).

Timișul înregistrează, următoarele performanțe economice, din perspectiva Valorii Adăugate Brute - Agricultură – locul 1 pe țară. Din perspectiva densității animalelor la 100 de ha de teren agricol, județul Timiș depășește cu mult media națională și regională (plasându-se pe primul loc la nivel național) la porcine.

Județul Timiș înregistrează, în anul 2019, o producție medie de struguri ce-l poziționează pe locul 2 în ierarhia națională, cu o valoare absolută de 8.129 kg/ha, la mică distanță față de județul fruntaș – Alba.

A fost formulată următoarea ipoteză:

Principalele trei elemente distinctive/de unicitate ale economiei județului Timiș sunt:

- **multe investiții străine;**
- **rata redusă a șomajului;**
- **lider în cultura cerealelor, viticultură și producția de carne de porc.**

Ipoteza specifică 4:

Conform INSSE, câștigul mediu lunar în județul Timiș se situează peste media națională la nivelul anului 2019 (3310 lei versus 2986 lei).

Rata de ocupare a forței de muncă din județul Timiș era estimată de INS la 73.5% în anul 2019, peste media regională (72.3%) și cea națională (69.6%). Din perspectiva acestui indicator, județul se plasează pe locul 9 la nivel național.

În intervalul de analiză, numărul mediu de salariați a crescut cu 11%, ceea ce demonstrează o creștere a oportunităților de joburi de la nivel județean

Am formulat următoarea ipoteză:

Județul Timiș este atractiv pentru cei care doresc să lucreze și să muncească aici din cauza: nivelului ridicat al salariilor comparativ cu alte zone din țară și abundenței locurilor de muncă.

Ipoteza specifică 5:

În prezent Economia județului Timiș se bazează, din ce în ce mai mult, pe sectorul terțiar, dar industria are încă un aport semnificativ, de peste 30%, iar ponderi importante în economia județului dețin comerțul, transporturile și hotelurile și restaurantele. Manufactura este un pilon important al structurii economiei județene, contribuind cu peste 30% la VAB-ul județului Timiș.

Pentru următorii 10-15 ani s-a considerat că este probabilă o dezvoltare economică pe aceleași trenduri, respectiv dezvoltarea sectorului IT&C, servicii și automotive.

S-a formulat următoarea ipoteză:

Majoritatea respondenților consideră că în următorii 15-20 ani sectoarele de vârf ale economiei județului Timiș vor fi: automotive; IT&C; servicii.

Ipotezele privind orientarea/direcția dorită de respondenți pentru dezvoltarea viitoare a economiei județului au fost formulate luând în considerare problemele economice, de mediu și sociale actuale și tendințele și obiectivele stabilite pe plan european, național și local.

Ipoteza specifică 6:

Majoritatea respondenților ar dori ca în viitor economia județului Timiș să aibă/să fie: mai puțin poluantă; cu mai multe produse locale/autohtone; mai competitivă

Ipoteza specifică 7:

Majoritatea respondenților ar dori ca pe viitor oamenii să se gândească la județul Timiș ca fiind (din punct de vedere economic: performant; „verde”, calitativ.

Ipoteza specifică 8:

Majoritatea respondenților ar dori ca valorile care să fie asociate pe viitor cu județul Timiș să fie: tradiție; potențial (de dezvoltare); economie „socială (integrare cu nevoile comunității).

3.8. Stabilirea tipului de cercetare: anchetă (cercetare) de opinie; instrumente utilizate: chestionar semi-standardizat, focus-grupuri. Măsurare transversală (se cercetează opiniile existente la momentul aplicării chestionarului, organizării focus-grupurilor). Eșantionul respondenților nu este reprezentativ statistic pentru populația județului Timiș.

3.9. Selectarea surselor de informare: Documente publice conținând date statistice (prelucrate sau nu), documente publice conținând analize, sinteze, interpretări ale datelor statistice ; date colectate prin intermediul chestionarelor și a focus-grupurilor.

3.10 Specificarea unităților (populației) studiate: nu se va realiza o eșantionare statistică. Numărul unităților studiate depinde de responsivitatea populației la tema studiului. Numărul de unități minim studiate se dorește a fi în jur de 30.

3.11. Schema descriptivă a cercetării: Chestionarele se vor trimite prin email la persoane fizice/juridice și se vor posta pe site-uri publice (Consiliul Județean Timiș, mass-media). Datele vor fi colectate, introduse în format electronic și prelucrate utilizând programe specializate. Rezultatele intermediare și finale ale prelucrărilor vor fi discutate în cadrul focus-grupurilor. Se vor organiza 3 focus-grupuri tematice.

3.12. Descrierea instrumentelor de lucru:

a). Prezentarea chestionarului.

A fost creat un chestionar pentru sondarea opiniei respondenților.

Chestionarul a inclus întrebări cu răspunsuri multiple și întrebări cu răspunsuri libere.

Astfel:

- Un număr de 13 întrebări au fost de tipul întrebări cu răspunsuri multiple (maxim trei răspunsuri posibile, cu precizarea ordinii de preferință – de la cel mai preferat la cel mai puțin preferat) și cu posibilitatea unui răspuns liber în cazul în care variantele de răspuns oferite nu corespund cu opinia respondentului.
- Un număr de 6 întrebări cu răspunsuri deschise

Au fost colectate date socio-demografice privind: tipul respondenților (persoane fizice/juridice); sectorul/ramura economică în care activează; statusul ocupațional (angajat/patron sau liber profesionist/ șomer sau fără loc de muncă sau casnic(a); pensionar(a)); vârsta; cetățenia; țară în care locuiește; județul/regiunea în care locuiește; mediul de reședință (urban sau periurban; rural).

Deoarece construirea unui brand presupune analiza elementelor distinctive ale unei locații/sector, iar aceste elemente distinctive presupun o continuitate în timp a acestora, întrebările au fost dezvoltate pentru a acoperi trei orizonturi de timp: trecutul, prezentul și viitorul județului în opinia respondenților.

Deoarece vorbim despre crearea unui brand economic, aspectele abordate au fost în principal cele economice.

Astfel, întrebările au vizat:

- Opinia respondenților privind valorile, sectoarele economice din județ și elementele definitorii ale acestora în momentul actual (prezent);
- Opinia respondenților privind tradiția economică și domeniile performante din trecutul județului.
- Opinia respondenților privind valorile, domeniile și resursele pe care să se bazeze dezvoltarea județului pe viitor.

Variantele de răspuns au fost elaborate în baza informațiilor sintetizate din documentele disponibile privind situația socio-economică a județului Timiș (vezi bibliografie) și a experienței echipei de lucru.

Pentru a nu limita opțiunile de răspuns, pentru fiecare întrebare a fost prevăzută posibilitatea indicării (completării) libere a unui răspuns de către subiecți („altul”....).

Pentru a încerca identificarea unor elemente utile pentru design-ul logu-ului brandului economic, un număr de întrebări deschise a vizat identificarea unor imagini, motto-uri și culori asociate de respondenți județului Timiș.

Chestionarul este atașat prezentului studiu (format Word).

3.13. Descrierea datelor cantitative:

Date utilizate pentru descrierea lotului: date demografice (număr respondenți persoane fizice/juridice, număr respondenți cu sediul/domiciliul/reședința în urban/rural, județ/exterior, România/altă țară; număr de persoane pe sectorul de activitate public/privat, număr persoane funcție de statusul ocupațional – angajat, patron/liber profesionsit, somer, pensionar).

Date colectate prin chestionar: număr răspunsuri din grila de răspunsuri multiple; număr răspunsuri libere (frecvență, frecvență cumulată, ierarhie);

Date colectate prin focus-grupuri: număr acorduri exprimate la tematicile discutate; număr tematici nou introduse;

3.14. Descrierea datelor calitative:

- Date colectate prin chestionar: răspunsuri la întrebările deschise din chestionar, (frecvență, frecvență cumulată, ierarhie);

- Date colectate prin focus-grupuri: idei noi propuse, variabile noi identificate.

3.15. Alegerea metodelor de cercetare:

- Pentru colectarea datelor cantitative și calitative primare a fost elaborat și aplicat un chestionar (descriș la instrumente de lucru). Chestionarul a fost realizat utilizând Google Forms și trimis respondenților prin email, împreună cu o solicitare detaliind scopul acestuia. Cu sprijinul Consiliului Județean Timiș, un link către chestionar a fost postat pe site-ul oficial al Consiliului Județean Timiș. De asemenea, un anunț privind realizarea studiului și un link către chestionar a fost postat și pe site-ul firmei (www.ruwatim.ro).
- Chestionarul a fost completat inițial de un număr redus de persoane (5) pentru a putea analiza ușurința de completare și funcționalitatea sa. Ulterior completării sale de către acești utilizatori (studiu pilot), chestionarul a fost modificat pentru o mai mare ușurință de completare și înțelegere a întrebărilor.
- Au fost trimise mai mult de 300 de emailuri către: primăriile din județul Timiș; instituții publice; oameni de cultură și artă din județul Timiș; reprezentanți ai misiunilor consulare și diplomatice din județul Timiș și din țară; agenți economici; persoane fizice și juridice din țările vecine (Ungaria și Serbia).
- Pentru validarea rezultatelor obținute și a prelucrării și interpretării acestora se vor organiza un număr de 3 focus-grupuri, cu actori locali semnificativi. Discuțiile vor fi conduse de un moderator utilizând ghidul de interviu, și consemnate în minutele întâlnirii.

3.16. Macheta de prelucrare a datelor: format excel, cu posibilitate de prelucrare/transformare în alte formate pentru prelucrare date în programe specializate

- 3.17. Modalități de prelucrare a datelor:** utilizând programe specializate de prelucrare statistică.
- 3.18. Prelucrarea și analiza datelor** (verificarea ipotezelor): rezultatele prelucrării statistice a datelor se interpretează ținând seama de contextul cercetării și se verifică fiecare ipoteză.

4. Prezentarea rezultatelor

4.1 Prezentarea lotului de respondenți

Au fost primite un număr de 75 de răspunsuri, din care 7 răspunsuri (9.3%) de la persoane cu altă cetățenie decât română. 6 din aceste persoane locuiesc în afara țării. Rata de răspuns la chestionar a fost estimativ de 20%.

Din totalul de 75 de respondenți, 54 (72%) s-au identificat ca persoane fizice și 21 (28%) ca persoane juridice. Din cei 21 de subiecți persoane juridice 18 subiecți (24%) au indicat că au activitate în sectorul public și 3 (4%) în sectorul privat.

Respondenții care s-au identificat ca „persoane juridice” (21 subiecți) au indicat în ceea ce privește sectoarele/ramurile economice în care activează: administrație (10 subiecți – 13.3%), educație, turism, cooperare transfrontalieră/fonduri europene (câte 2 subiecți – 2.7%), ordine și siguranță publică, diplomatie, protecția mediului, comerț, energie. (câte un subiect – 1.3%).

Cele mai multe răspunsuri au fost primite de la primăriile din județul Timiș.

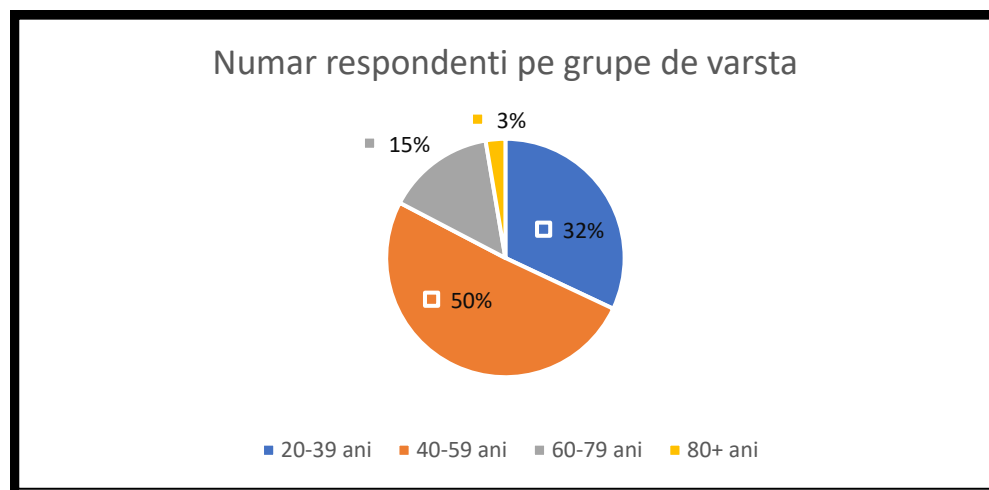
Dintre persoanele fizice care au răspuns la chestionar, 43 (57.3%) au declarat că au statut de angajat, 6 (8%) sunt patroni sau liberi profesioniști, 5 (6.7%) sunt pensionari.

Răspunsurile primite de la persoane cu altă cetățenie decât română (total – 6 persoane), indică: cetățenie sârbă (2 persoane – 2.7% din total respondenți), maghiară (1 persoană – 1.3%), grecească (1 persoană – 1.3%), spaniolă (1 persoană – 1.3%), Peruană (1 persoană – 1.3%).

Din totalul de 75 de respondenți majoritatea (63 persoane – 84%) locuiesc în mediu urban sau periurban și 12 persoane (16%) în mediul rural.

Peste 90% (90.6%) din respondenți locuiesc în județul Timiș. Alte locații indicații de respondenți sunt: Regiunea Vest, Iași, Castilla y Leon, Macedonia, DKMT, Voievodina, Serbia.

Vârsta medie a respondenților este de 47.9 ani (dev.std. = 14.4 ani), cu cel mai tânăr respondent având 24 de ani și cel mai în vârstă 99 ani. În figura de mai jos este prezentată distribuția pe grupe de vârstă.



4.2 Percepții cheie asociate trecutului, prezentului și viitorului economiei timișene

Analiza rezultatelor studiului sociologic derulat pe baza de chestionare adresate comunității județului Timiș, dar și externe acestuia (regiune, nivel național și internațional), a evidențiat următoarele elemente de potențial economic, de unicitate, de sistem de valori tangibile și intangibile atribuite județului Timiș în mentalul colectiv și care, prin comparație cu rezultatele cercetării secundare prezentate anterior, permit prin elementele confirmate, de suprapunere, să consolidăm în etapa următoare pilonii de identitate ai brandului județului Timiș.

În urma prelucrării datelor/răspunsurilor primite de la respondenții chestionarului (cumulând ierarhic și real frecvența răspunsurilor / fiecare solicitare de efectuare a unui clasament din chestionar), rezultatele obținute, pe cele trei intervale de timp studiate, sunt următoarele:

PERCEPȚIA TRECUTULUI ECONOMIC

✓ **În trecut, economia județului Timiș a fost caracterizată de performanță, diversitate și calitate.**

✓ **Cele mai importante/dominante/performante/reprezentative sectoare economice din trecut pentru economia județului Timiș sunt considerate industria prelucrătoare și agricultura.**

PERCEPȚIA PREZENTULUI ECONOMIC

✓ **Valorile care definesc cel mai bine economia actuală a județului Timiș sunt diversitatea, internaționalizarea și inovarea.**

✓ **Principalele 3 sectoare/ramuri economice, care aduc cea mai mare contribuție la economia județului sunt sectorul automotive, urmat de sectorul IT&C și agricultură.**

✓ **Cele mai importante/dominante/performante/reprezentative sectoare economice actuale pentru județul Timiș sunt automotive, IT&C și agricultura.**

✓ **Elementele definitorii pentru sectorul economic „de vârf”, indicate de fiecare respondent, sunt prestigiul (recunoașterea națională și/sau internațională); competitivitatea și calitatea. De observat că primele 2 caracteristici sunt complementare (prestigiul/recunoașterea reprezentând o manifestare a competitivității).**

✓ Pentru completarea liberă la întrebarea „**Economia de astăzi a județului Timiș este caracterizată de (completați cu primele trei cuvinte la care vă gândiți imediat – fără o analiza)**”, respondenții consideră economia județului Timiș ca fiind caracterizată de:

- *Dinamism (Dinamică, dinamism, evoluție, dezvoltare, transformări, în dezvoltare, creștere, accelerare);*
- *Diversitate (Diversitate, diversificare, variată);*
- *Competitivitate (Competitivitate, competiție);*
- *Internaționalizare (Export, relații bune cu țările occidentale, aproape de vest, globalizare, corporații și multinaționale, mentalitate occidentală, investiții din străinătate, corporații);*
- *Stabilitate (Stabilitate, adaptabilitate, perseverență, sustenabilitate, seriozitate, relevanță, stagnare).*

✓ **Elementul** (cel mai clar reperat și clasat) **distinctiv/de unicitate** din prezent al economiei județului Timiș este **climatul favorabil de business**.

✓ În ceea ce privește asocierea **bunăstării personale cu sursele ei de generare** cei mai mulți respondenți au indicat că **sectorul automotive** contribuie cel mai mult la bunăstarea lor, urmat de alți contributori cerți cum ar fi **agricultura, construcțiile, IT & C.**

✓ **Factorii determinanți** în luarea deciziilor de **rezidență și angajare** în județul Timiș sunt **nivelul ridicat al salariilor, urmat de dezvoltarea/dinamica dezvoltării economice și mentalitate/cultură pro-occidentală**.

PERCEPȚIA VIITORULUI ECONOMIC

✓ **Sectoarele economice de vârf timișene, în următorii 10-15 ani, vor fi IT&C, industria automotive și sectorul serviciilor.**

✓ **Investigarea aspirației personale asociate economiei județene** (cum ar trebui să fie economia județului Timiș peste 10-15 ani) relevă dorința respondenților ca economia timișeană să fie **mai puțin poluantă, să prioritizeze producția autohtonă (produse locale mai multe) și să fie mai competitivă**.

✓ Examinarea **idealului personal de reputație asociat economiei județene** (din punct de vedere economic, cum ați dori să fie catalogată economia județului Timiș) arată că oamenii și-ar dori ca economia județului Timiș să fie considerată ca fiind **calitativă și verde**.

✓ Proiectarea personală a **elementelor de identitate asociate economiei județene** (valorile asociate pe viitor cu economia județului Timiș) arată că **mix-ul dintre dezvoltarea inteligentă, economia socială și antreprenoriatul autohton puternic** sunt valori pe care se dorește a fi consolidată economia timișeană.

✓ **Investigarea personală a direcțiilor de dezvoltare economică** a reliefat, pe de o parte, direcțiile (valorile) de dezvoltare viitoare, *cum ar fi ecologie, economie verde* (cele mai multe răspunsuri primite) și, pe de altă parte, sectoarele economice ce ar trebui să fie dezvoltate: **IT&C și agricultură**.

✓ **Resursele** ce vor fundamenta activitatea economică timișeană sunt **resursa umană, educația și spiritul antreprenorial**.

IMAGINEA PREGNANTĂ ÎN MENTALUL COLECTIV PRIVIND ECONOMIA JUDEȚULUI TIMIȘ

Lista de imagini colectate include următoarele combinații vizuale potențiale:

- ✓ **imagini sectoriale performante** (podgorii, combinat procesare produse din carne, produse autohtone recunoscute international, centrele de afaceri/comerciale, harta judetului cu distributia investitiilor de capital majore, potentialul agricol, conturul stilizat al unor intreprinderi alăturat unor universitati, canalul Bega navigabil, anvelopa, Fabrica de bere sau alte fabrici reprezentative, Fabrica automatizată de componente auto, autostrada, aeroport, concurenta in automotive).
- ✓ **lumina** (radiatie solara specifică zonei de câmpie, potențial energetic, dar și atu climatic pentru muncă și locuire); răsăritul soarelui sau un satelit artificial; radiatie solara, câmpia (mlaștina), apă, pasăre, creier, mână.
- ✓ **lider, top, frunte** - istorie si traditie economica, hub economic istoric si actual, lider, ratiune, realism, conectare, sinteza, simbioza, viziune
- ✓ Piata Operei - **Revolutia** din 1989, Oamenii civilizati, Rosul vinului si Verdele campiei, Gandirea orientata spre Vest.
- ✓ **interfață cognitivă** - intre imaginatie, recunoasterea talentului, valorificarea potentialului local și asimilat.
- ✓ **lanțuri și înlănțuiri (rețele și rețete) economice** - mandrie, sens economic istoric, sensul valorii in lume (global value chain).
- ✓ **West / Vest**

- ✓ "something like the universe appearing (from the destroyed region after the dictatorship) as an area known for **best quality of life in this part of Europe**".
- ✓ **elemente naturale** (apa, mlastini, camp, fertilitate) / colinele, istoria, o piata (urbana, nu verde)/ cîmpia, un circuit integrat.
- ✓ **elemente umane** (creier, frunte, mana).
- ✓ **elemente sociale** (retea, retete, sinteza, simbioza)
- ✓ **elemente geometrice, de scris, de creatie** - un varf / forme de baza triunghi, patrat (dinamic si stabil)/ profesioniști eficienți în ambianță propice creativității și inovației / line cod limbaj programare.

Percepții cheie asociate sloganului adecvat al brandului economic
Lista propunerilor de slogan colectate include:

Tymes to enjoy!
Repede si bine, mergem inainte !
Timisul = bunastare si siguranta!
Tăt Banatu-i fruncea !
Economia este intotdeauna frumuset!
Privim si actionam impreuna!
Free spirit of Timiș! (derivat inclusiv de la Revolutia din 1989)
Libertate pe toate planurile!
Timis mereu inainte!
Spre mai bine!
Cu fața la progres!
Verde și smart!
Agricultura, inainte de toate!
Lucreaza cu daruire, abnegatie si avand dragoste de Banat!
Banatu-i fruncea!
Tradiție, seriozitate și bună colaborare!
We are not Transylvania!
Go West!
Inovam, acasa!
In continua dezvoltare!
Oameni educati, viata de calitate!
Dezvoltare continua / invatare continua, intr-un mod smart si sustenabil!
International, sustainable and smart county!
Safe tymes!
Smart economy and educated people!.

Percepții cheie asociate simbolisticii și culorilor adecvate brandului economic

Simbolul pregnant în mentalul colectiv privind economia Județului Timiș.

Lista simbolurilor colectate include:

✓	poarta - deschidere
✓	rotite, roata, roata dintata – munca si dinamism
✓	cetate - trecut prezent viitor
✓	valuri - istorice si economice
✓	campie/deal/munte/ apa/ grâul/ frunza/ cereale/ legume/ stup
albine – natura si agricultura	
✓	"Banatu-i fruncea"
✓	"El Dorado Timiș"
✓	instrument de scris
✓	simbol istoric
✓	magnet
✓	revoluția (89 si economica)
✓	combinatie - economia= o balanta; potentialul= un arbore
✓	leul (animalul)
✓	digital twin
✓	combinatie: soare, holde, angrenaje mecanice, cer deschis, linie
de cod, stringere de mana	
✓	combinatie : spic de grâu + simbol it (semnal de unda)
✓	tractorul / masina
✓	un simbol referitor la tehnologie, un pc, alte elemente it
✓	universitatile, arhitectura orasului si resursa umana
✓	totem posibil: elemente din automotive un pc, încadrate de
elemente din agricultură ,construcții, posibil și din alte industrii, care să transmită potențialul	
✓	combinatie - creierul, sageata, lantul economic (chain si block
chain)	
✓	Bastion
✓	stema Banatului
✓	sageata
✓	de simbolizat legatura istorica cu Viena, capitala a fostului imperiu
(zona unde imperiul pune in opera toate ideile inovatoare gen iluminatul public)	
✓	combinatie - o crenguta de maslin si un soim cu aripile deschise
✓	simbol multiethnic
✓	copacul
✓	a running coin
✓	satisfied and happy families.

Culori reprezentative în mentalul colectiv privind economia Județului Timiș.

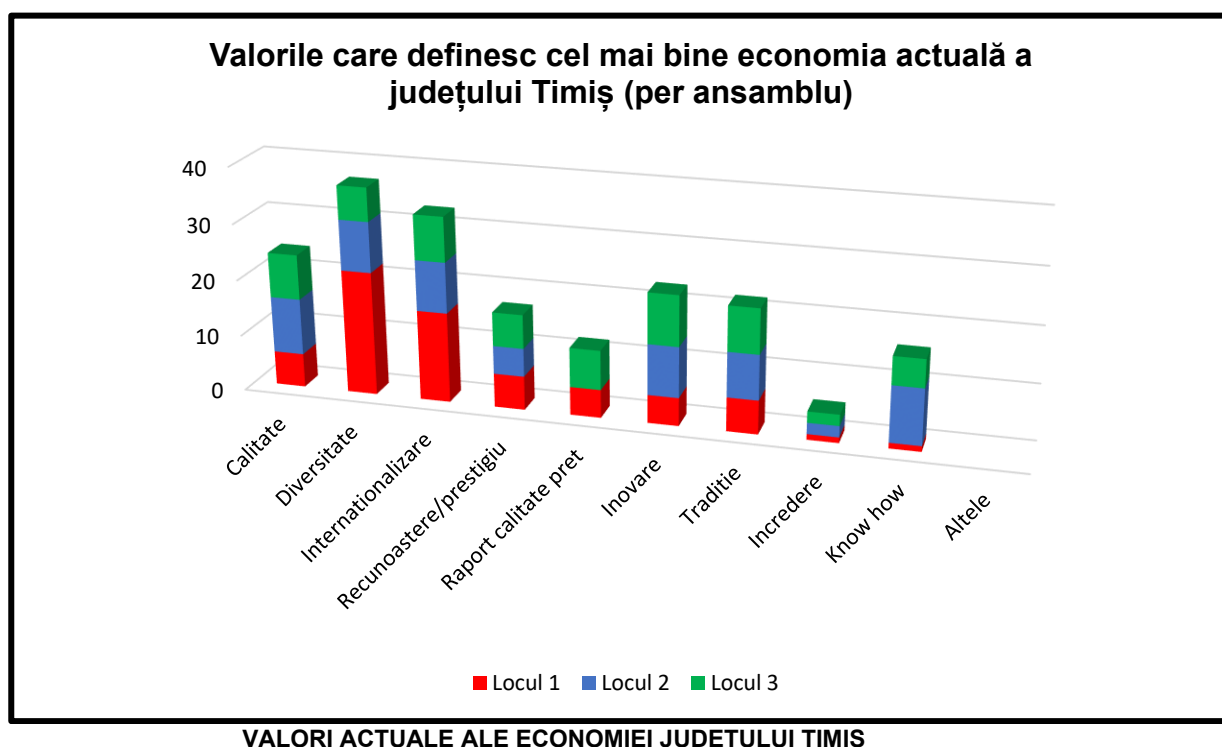
Clasamentul culorilor reprezentative este dominat de:

1)	Verde – 24 răspunsuri;
2)	Galben / Albastru / Violet – câte 12 răspunsuri pentru fiecare culoare;
3)	Portocaliu/ Alb – câte 5 răspunsuri pentru fiecare culoare.

5. Prezentarea cantitativă și grafică a rezultatelor

Conform respondenților (cumulând ierarhic și real frecvența răspunsurilor / fiecare solicitare de efectuare a unui clasament din chestionar), rezultatele obținute sunt următoarele:

- 1) Valorile care definesc cel mai bine economia actuală a județului Timiș sunt diversitatea, internaționalizarea și inovarea.



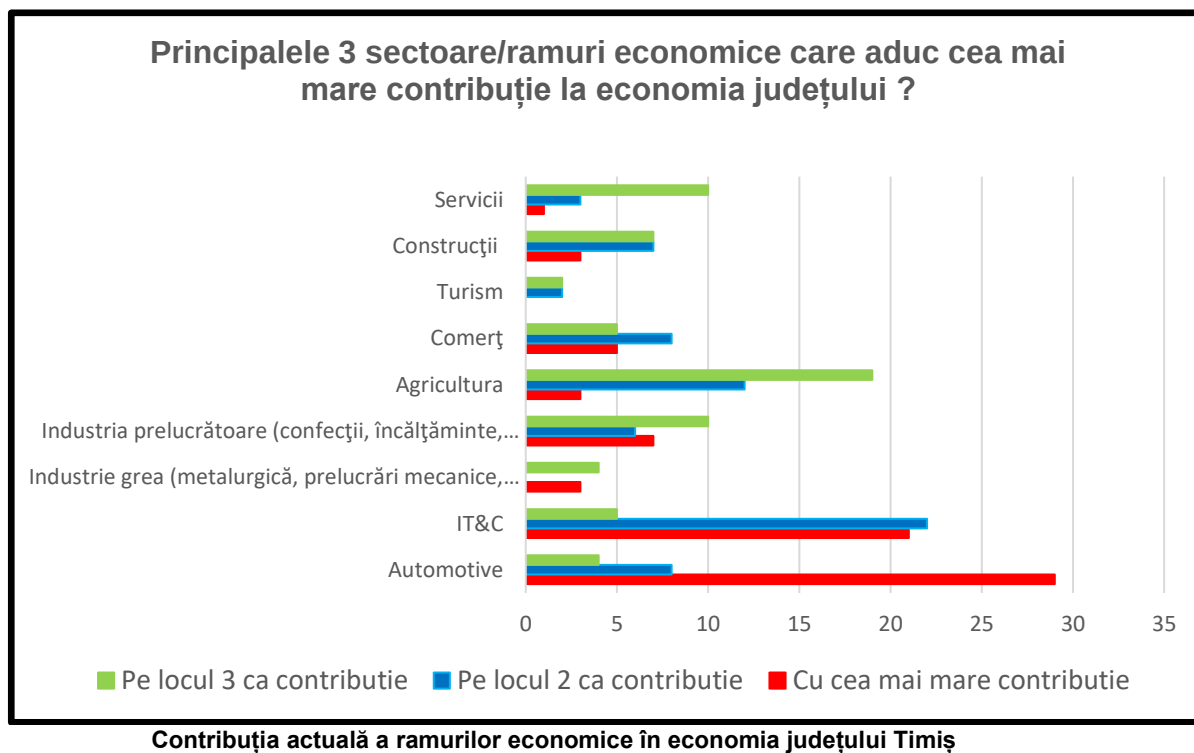
VALORI ACTUALE ALE ECONOMIEI JUDEȚULUI TIMIȘ

Întrebare - Valorile care definesc cel mai bine economia actuală a județului Timiș (per ansamblu)	Nr. răspunsuri		
	Locul 1	Locul 2	Locul 3
Calitate	6	10	8
Diversitate	22	9	6
Internaționalizare	16	9	8
Recunoaștere/prestigiu	6	5	6
Raport preț/calitate;	5	0	7
Inovare	5	9	9
Tradiție	6	8	8
Incredere	1	2	2
Cunoaștere/cunoaștere/know-how	1	10	5
Altul: inteligență, competitivitate, jaf, născare (câte un răspuns)	4	0	0
Total:	72	62	59

Respondenții au plasat pe primul loc (valoarea care definește cel mai bine economia județului Timiș în prezent – Diversitatea (22 răspunsuri din 72 – 94.4%), pe locul 2 calitatea și know-how (câte 10 răspunsuri fiecare din 68 - 14.7% fiecare valoare); pe locul 3 – Inovarea (9 răspunsuri din 59 – 15.25%).

Se poate observa că sunt 16 răspunsuri (22.2%) care plasează pe locul 1 (după „Diversitate”) „Internaționalizarea”. Comparativ, sunt doar 10 răspunsuri (14.7%) care plasează pe locul 2 „calitatea” și „know-how-ul”. De asemenea, pentru „locul 3 ca importanță” avem cel mai mare număr de răspunsuri la „inovare” (9 din 59 – 15.2%). Prin urmare, ținând cont de răspunsurile obținute, ierarhia reală a valorilor ce rezultă din răspunsurile primite ar fi: **diversitatea; internaționalizarea; inovarea.**

2) Principalele 3 sectoare/ramuri economice, care aduc cea mai mare contribuție la economia județului sunt sectorul automotive, urmat de sectorul IT&C și agricultură.

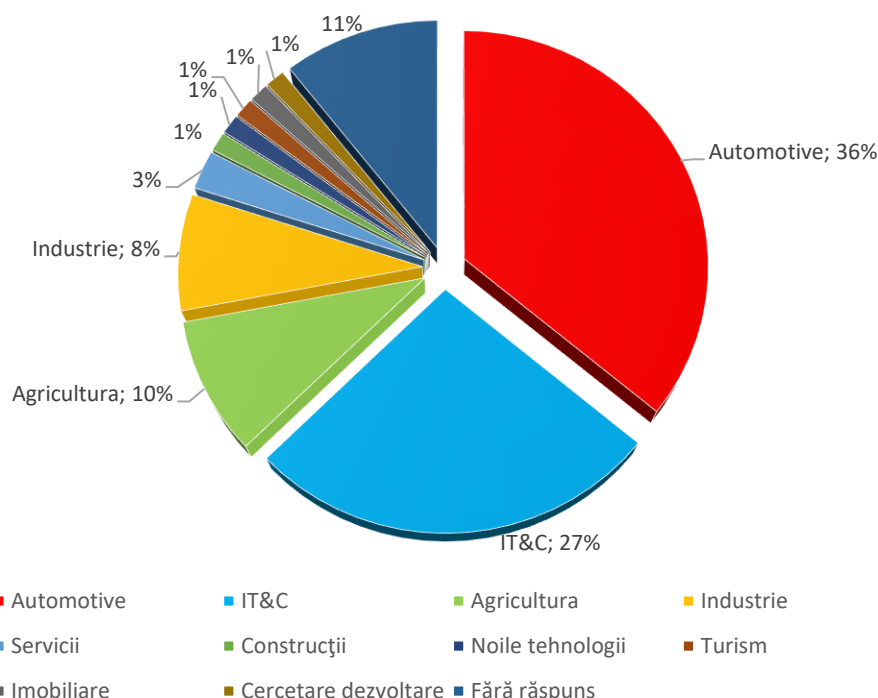


Sectoare economice principale	Cu cea mai mare contribuție	Pe locul 2 ca contribuție	Pe locul 3 ca contribuție
Automotive	29	8	4
IT&C	21	22	5
Industrie grea (metalurgică, prelucrări mecanice, mașini și utilaje)	3	0	4
Industria prelucrătoare (confecții, încălțăminte, alimentară, fabricare calculatoare, etc cu excepția industriei automotive)	7	6	10
Agricultura	3	12	19
Comerț	5	8	5
Turism	0	2	2
Construcții	3	7	7
Servicii	1	3	10
Altul (precizati)			
Total răspunsuri	72	68	66

Cei mai mulți respondenți (29 din 72 – 40.3%) au indicat sectorul automotive ca fiind cel care aduce cea mai mare contribuție la economia județului; 21 de respondenți (29.1%) au indicat ca sector cu cea mai mare contribuție IT&C; urmat de sectorul IT&C pe locul 2 ca contribuție (cu 22 de răspunsuri din 68 – 32.3%) și agricultura pe locul 3 (19 răspunsuri din 66 – 28.8%). Din răspunsurile primite **rezultă că respondenții consideră că principalele trei sectoare economice care aduc cea mai mare contribuție la economia județului sunt: automotive; IT&C; agricultura.**

- 3) Cele mai importante/dominante/performante/reprezentative sectoare economice actuale pentru județul Timiș sunt IT&C, automotive și agricultura.**

Care credeți că este astăzi cel mai important/dominant/performant/reprezentativ sector economic pentru județul Timiș ?

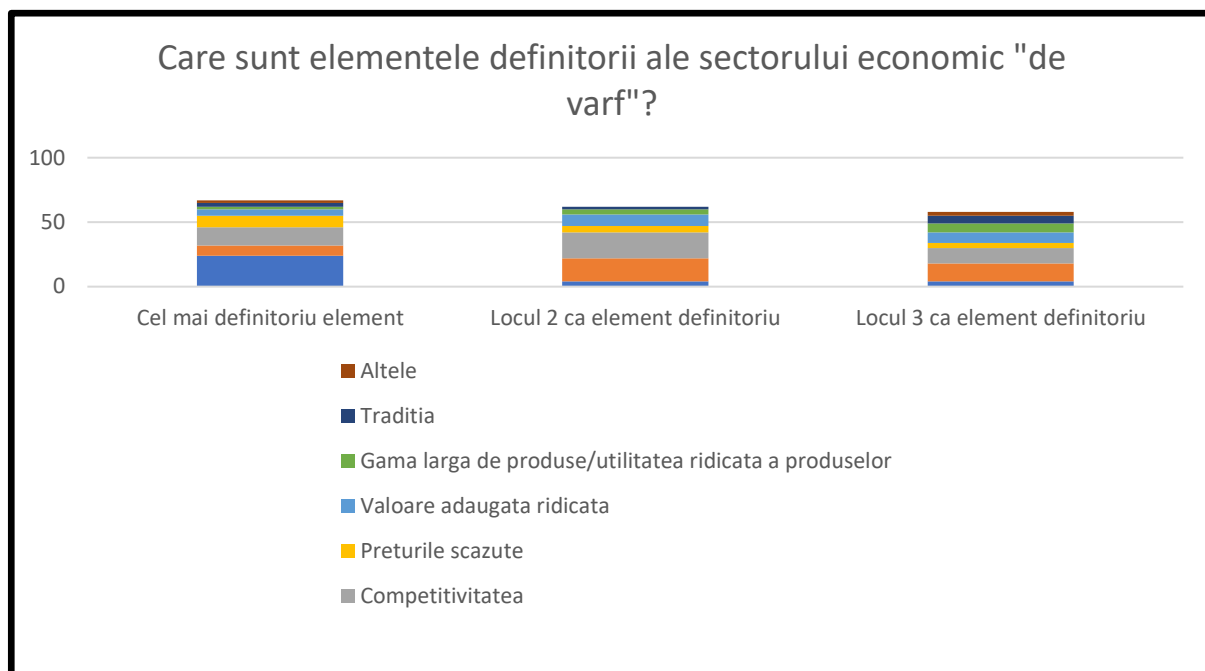


Sectorul actual cel mai important pentru economia județului Timiș

Răspuns	Nr de răspunsuri	% din total răspunsuri primite	Răspunsurile primite (literal)
Automotive	27	36%	„automotive”, Ind. componentelor auto
IT&C	20	25.6%	IT&C, IT
Agricultura	7	8.9%	„Agricultură”, Agricol, sector agroalimentar
Industria	6	7.7%	Industria, industrie prelucrătoare, producție, fabricile,
Servicii	2	2.5%	
Construcții	1	1.3%	
Noile tehnologii	1	1.3%	
Turism	1	1.3%	
Imobiliare	1	1.3%	
Cercetare dezvoltare	1	1.3%	
Fără răspuns	8	10.25%	

De observat că ierarhia obținută din răspunsurile libere corespunde cu răspunsurile la întrebarea precedentă (întrebare de tip răspunsuri multiple), indicând că **în opinia respondenților cele mai importante sectoare economie ale județului Timiș în prezent sunt: automotive, IT&C și agricultura.**

- 4) Elementele definitorii pentru sectorul economic „de vârf”, indicat de fiecare respondent la întrebarea precedentă, sunt prestigiul (recunoașterea națională și/sau internațională); competitivitatea și calitatea. De observat că primele 2 caracteristici sunt complementare (prestigiul/recunoașterea reprezentând o manifestare a competitivității).



Elementele definitorii ale sectorului de vârf identificat

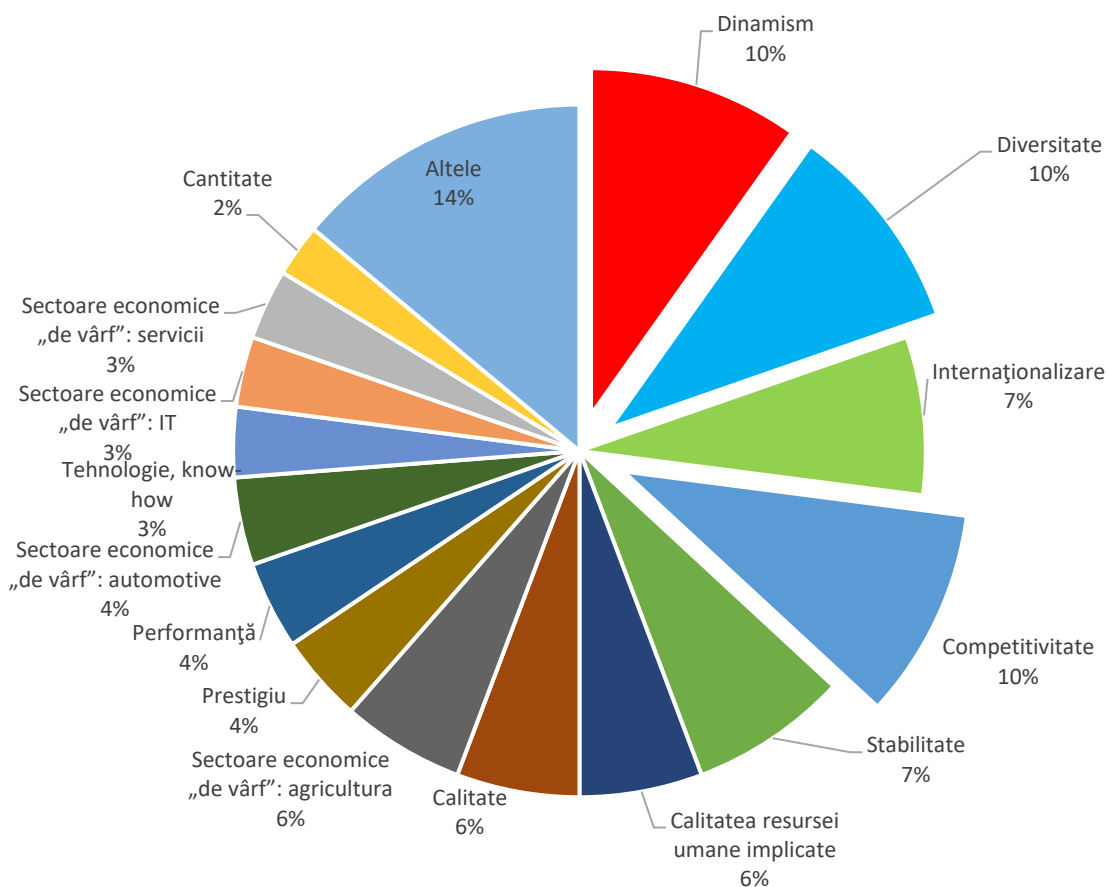
Elemente definitorii pt cel mai reprezentativ sector economic al județului Timiș	Cel mai definitoriu element	Element definitoriu de importanță medie	Element definitoriu de importanță redusă
Prestigiul/recunoașterea națională și/sau internațională;	24	4	4
Calitatea	8	18	14
Competitivitatea	14	20	12
Prețurile scăzute	9	5	4
Valoare adăugată ridicată	5	9	8
Gama largă de produse/servicii oferite sau utilitatea ridicată a acestora	2	4	7
Tradiția	3	2	6
Altele, specificați: nicidecum, nu aduce plus valoare economică județului, fără precizare	2	0	3
Total	67	62	58

Cea mai mare parte din răspunsuri (35.8%) plasează pe primul loc ca element definitoriu pentru sectorul economic „de vârf” prestigiul/recunoașterea și pe locul 2 (32.2%) competitivitatea urmată de calitate (18 răspunsuri din 62 – 29%). Tot calitatea este indicată pe locul 3 cu 14 răspunsuri din 58 (24.1%). Prin urmare, caracteristic pentru sectorul de vârf ale economiei județului Timiș ar fi: prestigiul (recunoașterea națională și/sau internațională); competitivitatea și calitatea. De observat că primele 2 caracteristici sunt complementare (prestigiul/recunoașterea reprezentând o manifestare a competitivității).

5) Pentru completarea liberă la întrebarea „Economia de astăzi a județului Timiș este caracterizată de (completați cu primele trei cuvinte la care vă gândiți imediat – fără o analiza)”, răspunsurile sunt ilustrate grafic mai jos:

Răspuns	Nr de răspunsuri	Răspunsurile primite (literal)
Dinamism	12	Dinamică, dinamism, evoluție, dezvoltare, transformări, în dezvoltare, creștere, accelerare
Diversitate	12	Diversitate, diversificare, variată
Internaționalizare	9	Export, relații bune cu țările occidentale, aproape de vest, globalizare, corporații și multinaționale, mentalitate occidentală, investiții din străinătate, corporații
Competitivitate	12	Competitivitate, competiție
Stabilitate	9	Stabilitate, adaptabilitate, perseverență, sustenabilitate, seriozitate, relevanță, stagnare
Calitatea resursei umane implicate	7	Perseverența, încredere, respectarea termenelor, pragmatism, implicare și dăruire, hărnicie, antreprenoriat, optimism
Calitate	7	
Sectoare economice „de vârf”: agricultura	7	
Prestigiu	5	Prestigiu, tradiție,
Performanță	5	Performanță, raport calitate-preț, succes
Sectoare economice „de vârf”: automotive	5	
Tehnologie, know-how	4	Tehnologie, viteză, precizie, specialiști, software engineering, outsourcing, cercetare inovare tehnologică,
Sectoare economice „de vârf”: IT	4	
Sectoare economice „de vârf”: servicii	4	
Cantitate	3	Cantitate, producție
Altele	1 (câte un răspuns)	„Oltenizare”, manelizare, țigăneală, primitivism, birocratie, amatorism, „pretenții”, strategii și programe, HORECA, turism, lipsa forței de muncă, locuri de muncă, valoare adăugată mica, specializare prea mare, criză, imagine proastă, poziție geografică bună

Economia de astăzi a județului Timiș este caracterizată de:

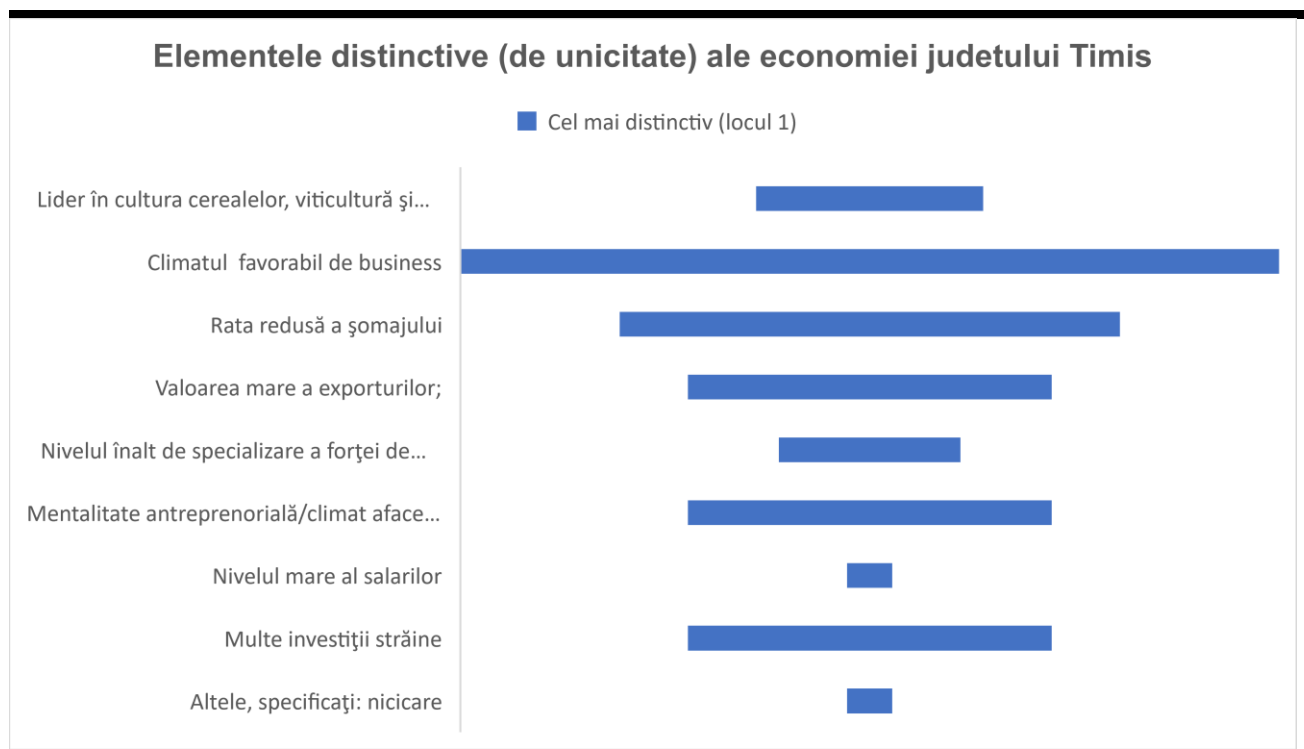


Caracterizare liberă economia actuală a județului Timiș

Respondenții consideră economia județului Timiș ca fiind caracterizată de:

- ✓ **Dinamism** (Dinamică, dinamism, evoluție, dezvoltare, transformări, în dezvoltare, creștere, accelerare);
- ✓ **Diversitate** (Diversitate, diversificare, variată);
- ✓ **Competitivitate** (Competitivitate, competiție);
- ✓ **Internaționalizare** (Export, relații bune cu țările occidentale, aproape de vest, globalizare, corporații și multinaționale, mentalitate occidentală, investiții din străinătate, corporații);
- ✓ **Stabilitate** (Stabilitate, adaptabilitate, perseverență, sustenabilitate, seriozitate, relevanță, stagnare).

6) Elementul (cel mai clar reperat și clasat) distinctiv/de unicitate din prezent al economiei județului Timiș este climatul favorabil de business.

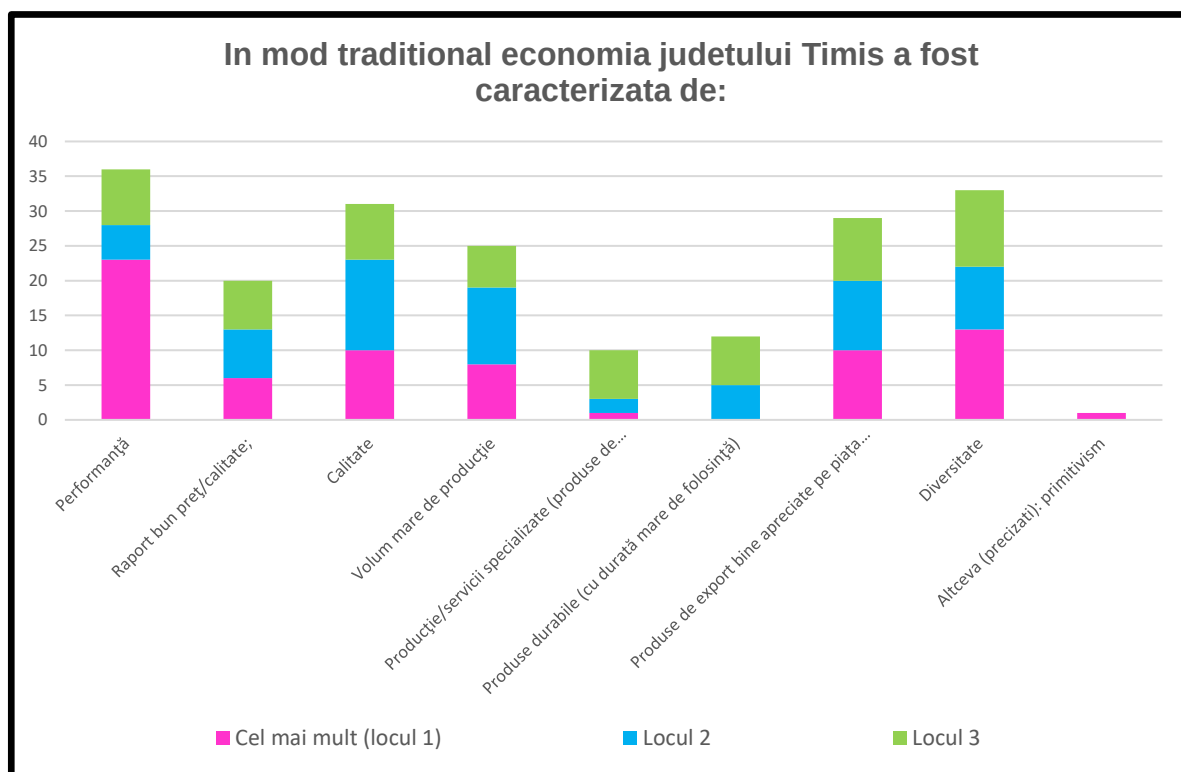


Elemente de unicitate actuale ale economiei județene

Elemente distinctiv (de unicitate) pentru economia județului Timiș	Nr. de răspunsuri		
	Cel mai distinctiv	Mediu	Cel mai puțin distinctiv
Lider în cultura cerealelor, viticultură și producția de carne de porc;	5	1	5
Climatul favorabil de business	18	20	6
Rata redusă a șomajului	11	8	9
Valoarea mare a exporturilor;	8	7	4
Nivelul înalt de specializare a forței de muncă	4	8	11
Mentalitate antreprenorială/climat afaceri pro-occidental(ă)	8	10	8
Nivelul mare al salariilor	1	3	6
Multe investiții străine	8	7	13
Altele, specificați: nicare	1	0	0
Total	64	64	62

Cu 18 răspunsuri din 64 (28.1%), pe primul loc ca element distinctiv al economiei județului Timiș respondenții au plasat Climatul favorabil de business; pe locul 2 cu 20 de răspunsuri din 64 (31.2%) a fost plasat tot climatul favorabil de business, iar pe locul 3 (20.9%, 13 răspunsuri din 62) a fost plasat de repondenți faptul că există multe investiții străine. **Prin urmare, climatul favorabil de business este considerat a fi elementul distinctiv cel mai clar de cei mai mulți respondenți.**

7) În trecut, economia județului Timiș a fost caracterizată de performanță, diversitate și calitate.



Caracterizarea economiei județene în trecut

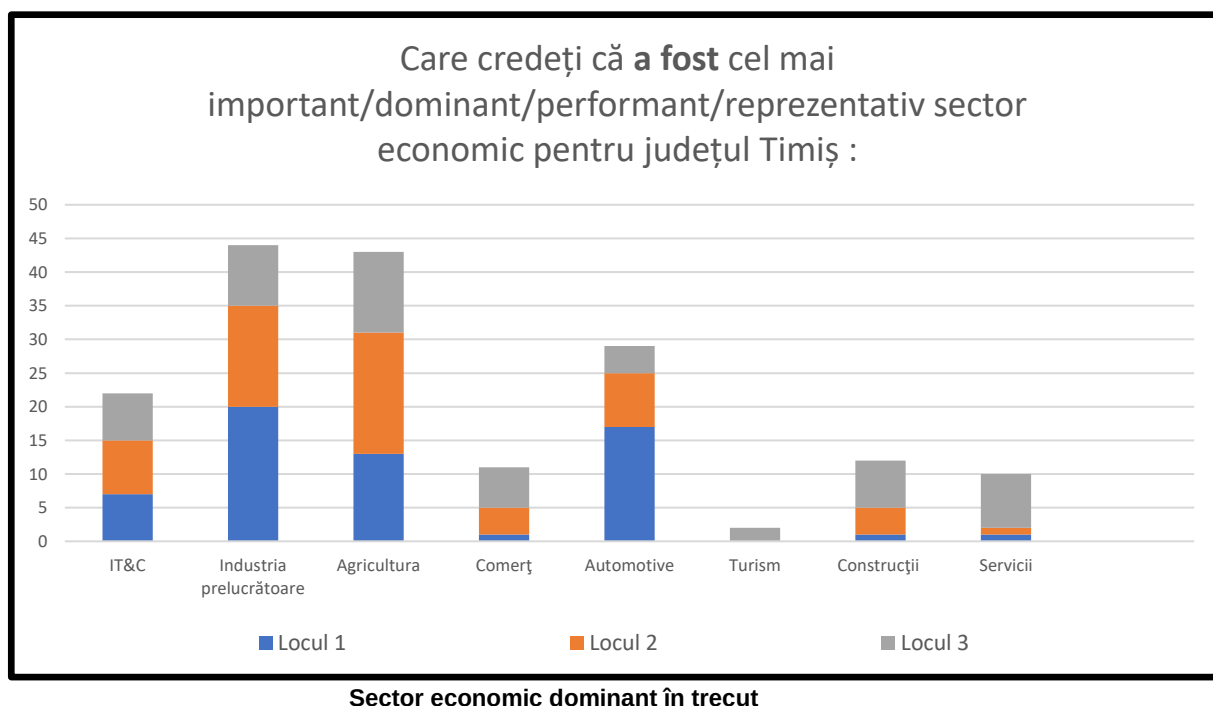
În mod tradițional, economia județului Timiș este (a fost) caracterizată de:

Tradițional, economia județului Timiș este (a fost) caracterizată de:	Nr. răspunsuri		
	Cel mai mult (locul 1)	Locul 2	Locul 3
Performanță	23	5	8
Raport bun preț/calitate;	6	7	7
Calitate	10	13	8
Volum mare de producție	8	11	6
Producție/servicii specializate (produse de lux, produse rare, servicii greu de găsit în altă parte, etc)	1	2	7
Produse durabile (cu durată mare de folosință)	0	5	7
Produse de export bine apreciate pe piața externă	10	10	9
Diversitate	13	9	11
Altceva (precizați): primitivism	1	0	0
Total	72	62	63

Cu 23 de răspunsuri din 72 (31.9%) respondenții au considerat că economia județului Timiș a fost în mod tradițional caracterizată de performanță. Pe locul 2 13 respondenți din 62 (20.9%) au plasat calitatea iar pe locul 3, cu 11 răspunsuri din 63 (17.4%) diversitatea. Și dacă ne raportăm la frecvența răspunsurilor pe ansamblu, observăm că performanța este considerată de cei mai mulți respondenți (36 de răspunsuri din 75 – 45%) ca fiind tradițional

asociată cu economia județului Timiș, urmată de diversitate (33 de răspunsuri din 75 – 44%) și calitate (31 de răspunsuri din 75 – 41.3%).

- 8) **Cele mai importante/dominante/performante/reprezentative sectoare economice din trecut pentru economia județului Timiș sunt considerate industria prelucrătoare și agricultura.**

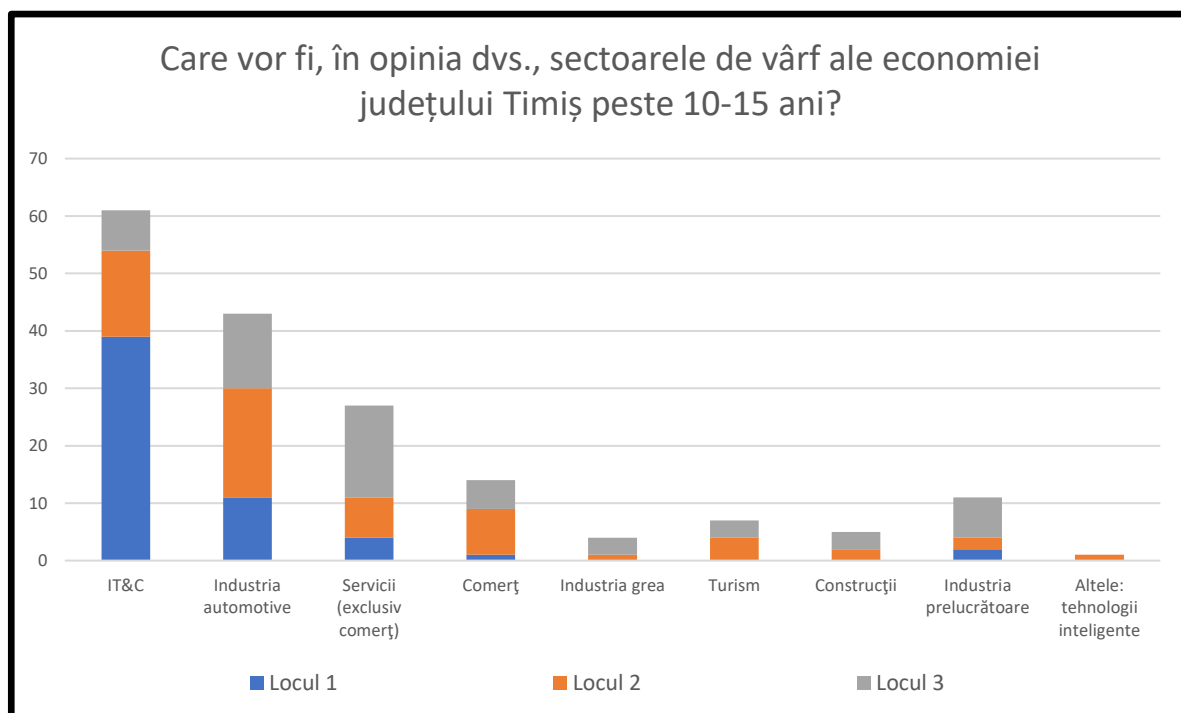


Sector economic reprezentativ pentru județul Timiș în trecut	Nr. răspunsuri		
	Cel mai reprezentativ	Pe locul 2 ca reprezentativitate	Pe locul trei ca reprezentativitate
Industrie grea (metalurgică, prelucrări mecanice, mașini și utilaje)	11	6	5
IT&C	7	8	7
Industria prelucrătoare (confecții, încălțăminte, alimentară, fabricare calculatoare, etc cu excepția industriei automotive)	20	15	9
Agricultura (inclusiv creșterea animalelor)	13	18	12
Comerț	1	4	6
Automotive	17	8	4
Turism	0	0	2
Construcții	1	4	7
Servicii	1	1	8
Total	71	64	60

Cei mai mulți respondenți (28.1%) au considerat că cel mai reprezentativ sector economic a fost industria prelucrătoare; pe locul 2 18 respondenți (28.1%) au plasat agricultura iar pe locul 3 tot agricultura a fost selectată de 12 respondenți (20%). Dacă luăm în considerare frecvența răspunsurilor, observăm că sectorul cu cele mai multe menționări între primele trei locuri este cel al industriei prelucrătoare (44 răspunsuri din 75 – 58.6%) , urmat de agricultură (43 răspunsuri din 75 – 57.3%). Prin urmare, cei mai mulți respondenți au

considerat că industria prelucrătoare și agricultura au fost cele mai importante/reprezentative sectoare economice ale județului.

9) Sectoarele economice de vârf timișene, în următorii 10-15 ani, vor fi IT&C, industria automotive și sectorul serviciilor.

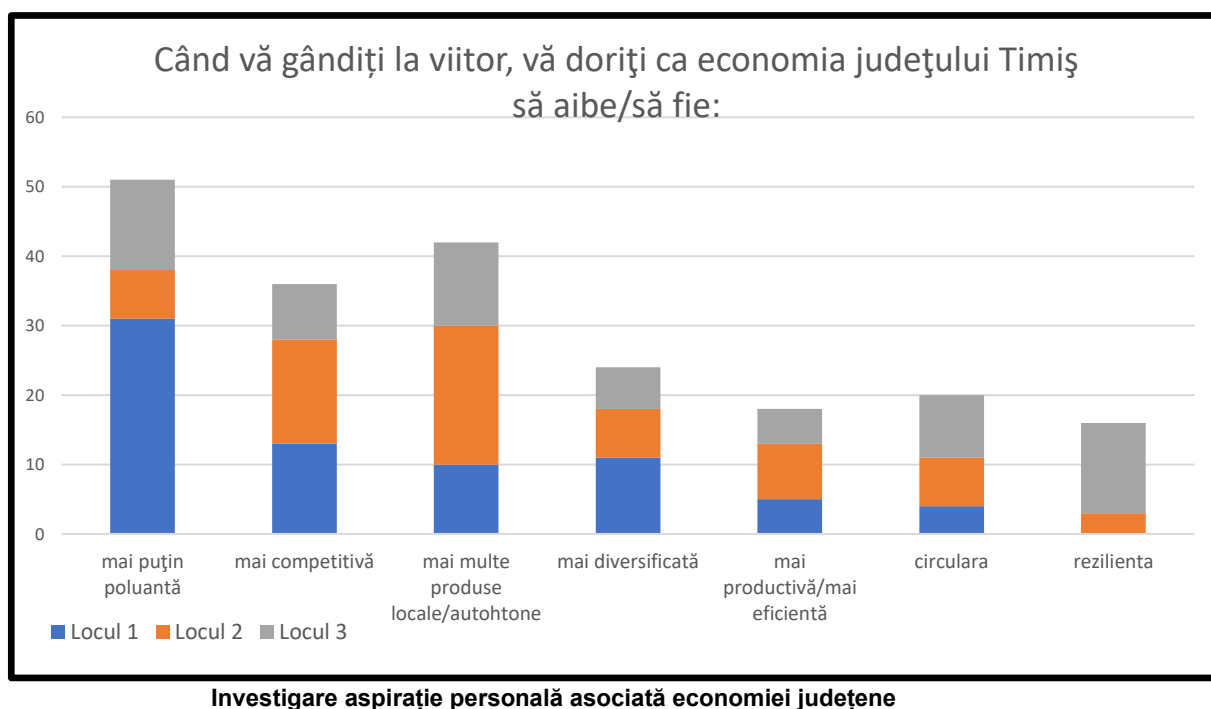


Sectorul economic dominant peste 15 ani

Sectoare de vârf ale economiei județului peste 10-15 ani	Nr. răspunsuri		
	Pe locul 1	Pe locul 2	Pe locul 3
Agricultura	15	11	9
IT&C	39	15	7
Industria automotive	11	19	13
Servicii (exclusiv comerț)	4	7	16
Comerț	1	8	5
Industria grea	0	1	3
Turism	0	4	3
Construcții	0	2	3
Industria prelucrătoare	2	2	7
Altele: tehnologii inteligente	0	1	0
Total:	72	70	66

Majoritatea respondenților (54.2%) consideră că cel mai important sector al economiei județului Timiș în următorii 10-15 ani va fi sectorul IT&C, urmat de industria automotive (27.1%), și sectorul serviciilor (24.2%).

10) Investigarea aspirației personale asociate economiei județene (cum ar trebui să fie economia județului Timiș peste 10-15 ani) relevă dorința respondenților ca economia timișeană să fie mai puțin poluantă, să prioritizeze producția autohtonă (produse locale mai multe) și să fie mai competitivă.



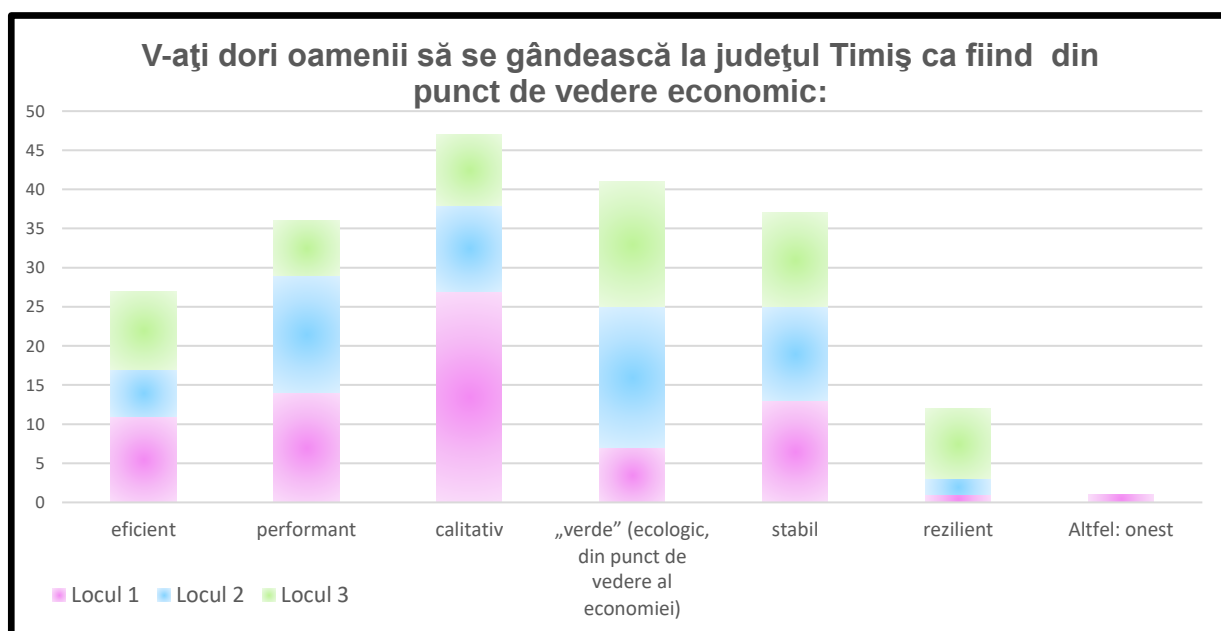
Pe viitor ați dori ca economia județului Timiș să aibe/fie:	Nr. răspunsuri		
	Pe locul 1	Pe locul 2	Pe locul 3
mai puțin poluantă	31	7	13
mai competitivă	13	15	8
mai multe produse locale/autohtone	10	20	12
mai diversificată	11	7	6
mai productivă/mai eficientă	5	8	5
circulara	4	7	9
rezilienta	0	3	13
Total	74	67	66

Pe primul loc în ceea ce privește modul în care ar dori să fie economia județului pe viitor, respondenții au menționat „mai puțin poluantă”, răspuns care a întrunit și cel mai mare număr general de preferințe (total răspunsuri), respectiv 68% dintre respondenți.

Pe locul 2 respondenții au menționat dorința ca pe viitor economia Timișului să aibe mai multe produse locale/autohtone (20 de răspunsuri din 67 – 29.8%), iar pe locul trei ca economia Timișului să fie mai rezilientă (19.7%). Dacă luăm în considerare însă numărul total de răspunsuri, pe locul trei ca frecvență în răspunsuri se plasează dorința ca economia județului să fie mai competitivă (36 de răspunsuri din 75 – 48%)

Prin urmare, respondenții ar dori ca pe viitor economia județului să fie **mai puțin poluantă, cu mai multe produse locale și mai competitivă**.

11) Examinarea idealului personal de reputație asociat economiei județene (din punct de vedere economic, cum ați dori să fie catalogată economia județului Timiș) arată că oamenii și-ar dori ca economia județului Timiș să fie considerată ca fiind calitativă și verde.

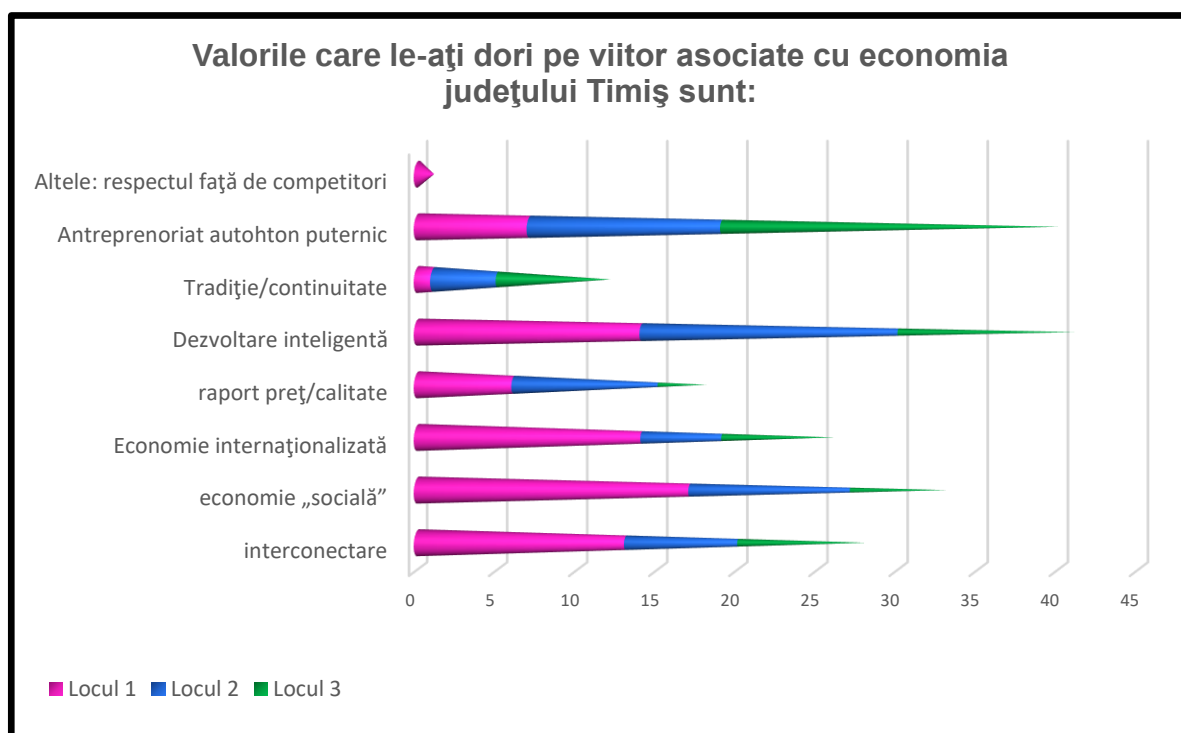


Examinare ideal personal de reputație asociat economiei județene

V-ați dori ca oamenii să se gândească la județul Timiș ca fiind dpdv economic:	Nr. răspunsuri		
	In primul rând	In al doilea rând	In al treilea rând
eficient	11	6	10
performant	14	15	7
calitativ	27	11	9
„verde” (ecologic, din punct de vedere al economiei)	7	18	16
stabil	13	12	12
rezilient	1	2	9
Altfel: onest	1	0	0
total	74	64	63

Din răspunsurile obținute se observă menținerea aceluiași atribuite dorite pentru economia viitoare a județului ca la răspunsul precedent, cu o ordine de precedență puțin modificată. Oamenii ar dori ca economia județului Timiș să fie considerată ca fiind calitativă (36.5%) și verde (53.5%).

12)Proiectarea personală a elementelor de identitate asociate economiei județene (Valorile asociate pe viitor cu economia județului Timiș) arată că mix-ul dintre dezvoltarea inteligentă, economia socială și antreprenoriatul autohton puternic sunt valori pe care se dorește a fi consolidată economia timișeană.

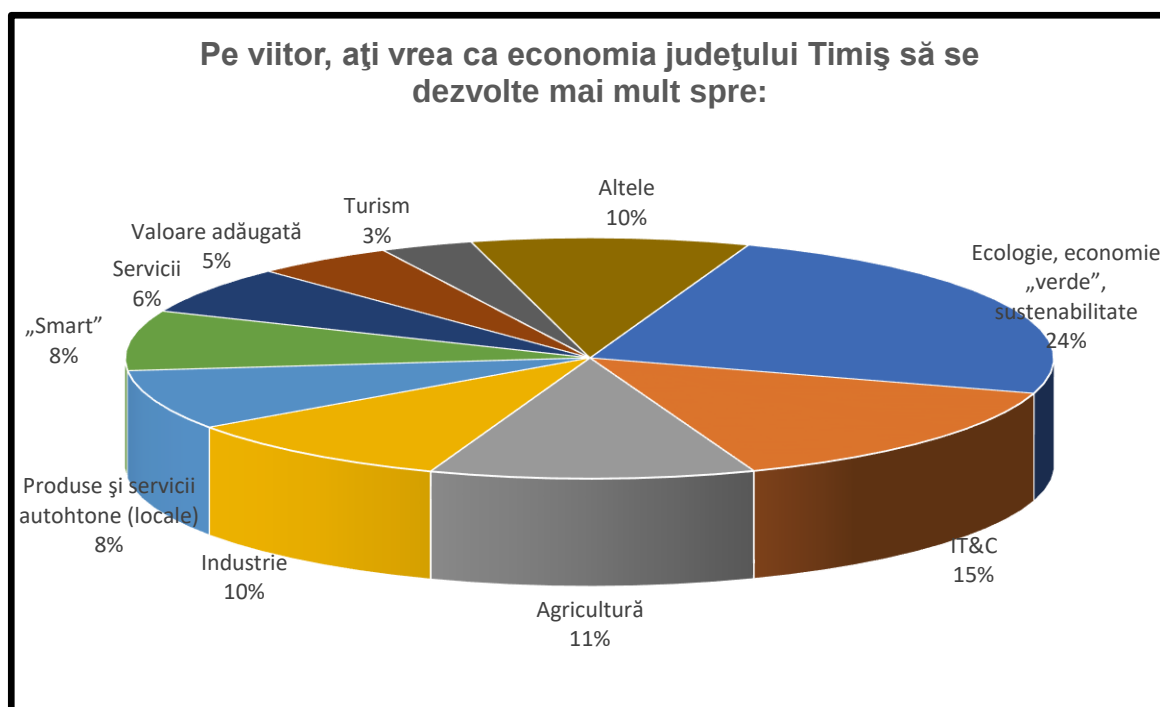


Proiectarea personală a viitoarelor elemente de identitate ale economiei județene

Valorile pe care le-ați dori pe viitor asociate cu economia județului Timiș sunt:	Nr. răspunsuri		
	In primul rând	In al doilea rând	In al treilea rând
interconectare	13	7	8
economie „socială” (cu accent pe integrarea cu comunitatea/nevoile comunității)	17	10	6
Economie internaționalizată	14	5	7
raport preț/calitate	6	9	3
Dezvoltare inteligentă („smart county”)	14	16	11
Tradiție/continuitate	1	4	7
Antreprenoriat autohton puternic	7	12	21
Altele: respectul față de competitori	1	0	0
Total:	73	63	63

Deși economia socială (economie integrată cu nevoile comunității) a fost plasată de 23.3% din respondenți pe primul loc ca valoare dorită a fi asociată pe viitor cu județul Timiș, iar dezvoltarea inteligentă pe locul 2 (25.4%), se poate observa că dezvoltarea inteligentă („smart county”) a fost valoarea aleasă de cei mai mulți respondenți (54.7% din total respondenți). Pe locul trei s-a plasat ca valoare dorită a fi asociată cu județul Timiș „antreprenoriat autohton puternic” (33.3%).

13) Investigarea personală a direcțiilor de dezvoltare economică a reliefat, pe de o parte, direcțiile (valorile) de dezvoltare viitoare, cum ar fi ecologie, economie verde (cele mai multe răspunsuri primite) și, pe de altă parte, sectoarele economice ce ar trebui să fie dezvoltate: IT&C și agricultură.



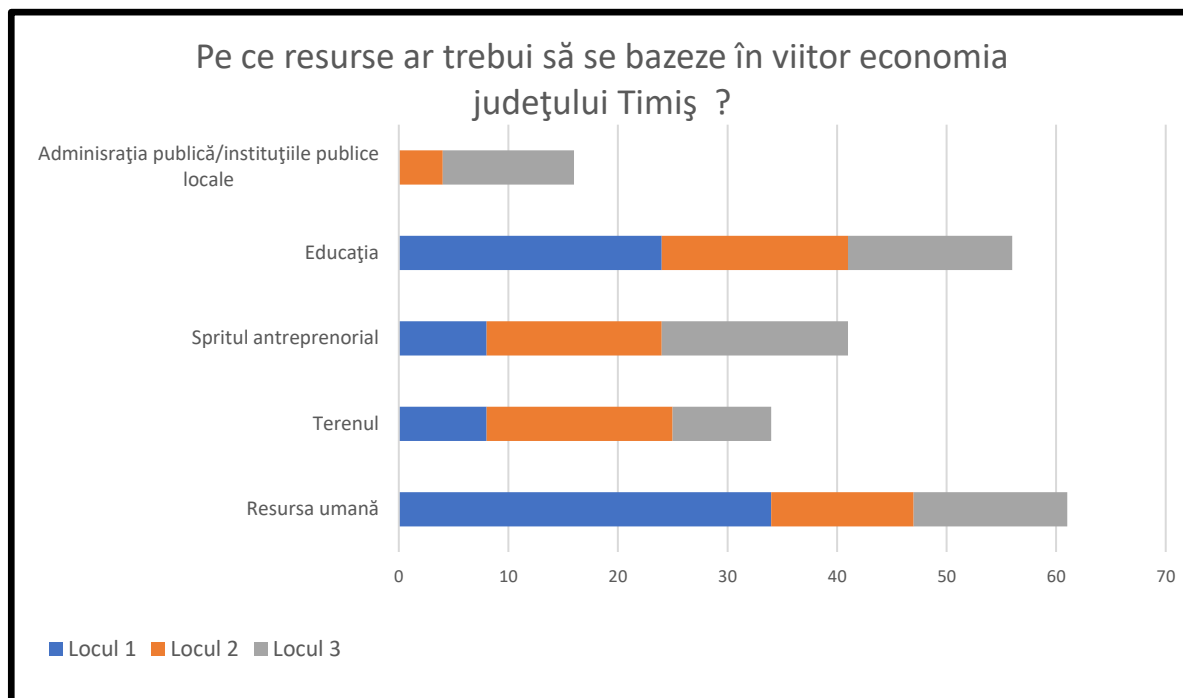
Investigare personală direcții de dezvoltare economică

Răspuns	Nr de răspunsuri	Răspunsurile primite (cuvinte incluse)
Ecologie, economie „verde”, sustenabilitate	15	Ecologic, verde, economie circulară, protejarea mediului, circularitate, eficiență energetică
IT&C	9	IT&C, digitalizare, IT
Agricultură	7	Valorificare potențial agricol, agricultură, agricultură curată, valoare adăugată la produsele agricole
Industrie	6	Industrie, industrie alimentară, producție
Produse și servicii autohtone (locale)	5	Producție autohtonă (în special agricultură); produse locale; firme locale; antreprenoriat autohton puternic; orientat spre Banat;
„Smart”	5	Smart, dezvoltare inteligentă, tehnologizare, specializare inteligentă, dezvoltare inteligentă, tehnologii de vârf,
Servicii	4	Servicii
Valoare adăugată	3	Produse cu valoare adăugată mai mare, creșterea valorii adăugate,
Turism	2	
Altele	6	(câte un răspuns): Comerț, afaceri mici cu reziliență ridicată, cultura lucrului bine făcut, colaborări cu Europa de Vest și țările asiatice pro-occidentale, diversificare sectoare, puternic

Răspunsurile libere primite la această întrebare se adresează pe de o parte direcțiilor (valorilor) de dezvoltare viitoare, cum ar fi ecologie, economie verde (cele mai multe răspunsuri primite) și pe de altă parte sectoarelor economice ce ar trebui să fie dezvoltate: IT&C, agricultură.

De remarcat predominanța răspunsurilor ce vizează economia „verde”, cu indicarea dorinței de scădere a poluării, încurajării dezvoltării ecologice și a sectoarelor „soft” dar și menționarea agriculturii ca direcție de dezvoltare dorită pe viitor.

14)Resursele ce vor fundamenta activitatea economică timișeană sunt resursa umană, educația și spiritul antreprenorial.

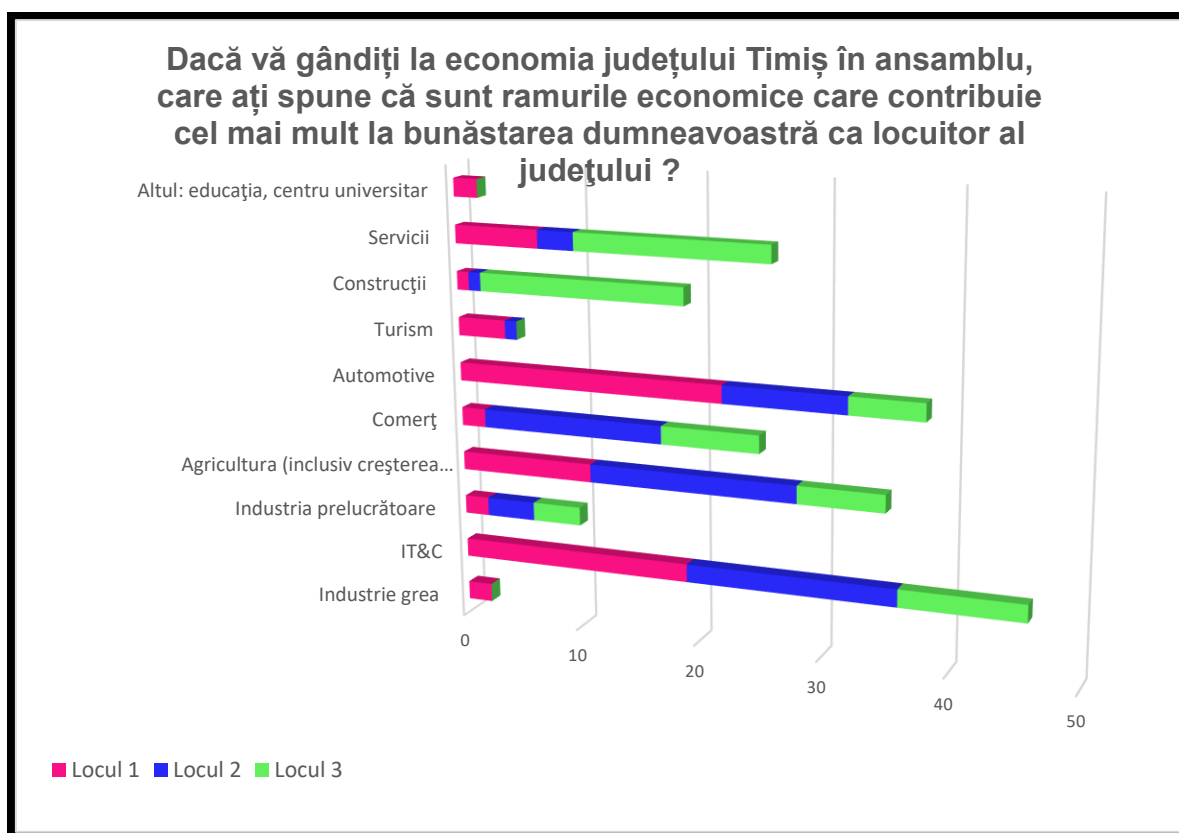


Resursele pe care se va fundamenta dezvoltarea economică

Pe ce resurse ar trebui să se bazeze în viitor economia județului Timiș ?	Nr. răspunsuri		
	In primul rând	In al doilea rând	In al treilea rând
Resursa umană	34	13	14
Terenul	8	17	9
Spiritul antreprenorial	8	16	17
Educația	24	17	15
Administrația publică/instituțiile publice locale	0	4	12
Total	74	67	67

Resursa umană este plasată de cei mai mulți respondenți (45%) pe locul 1 între resurse, urmată de **educație** (25.4%), și **spiritul antreprenorial** (25.4%).

15)În ceea ce privește asocierea bunăstării personale cu sursele ei de generare cei mai mulți respondenți au indicat că sectorul automotive contribuie cel mai mult la bunăstarea lor, urmat de alți contributory cerți cum ar fi agricultura, construcțiile, IT&C.



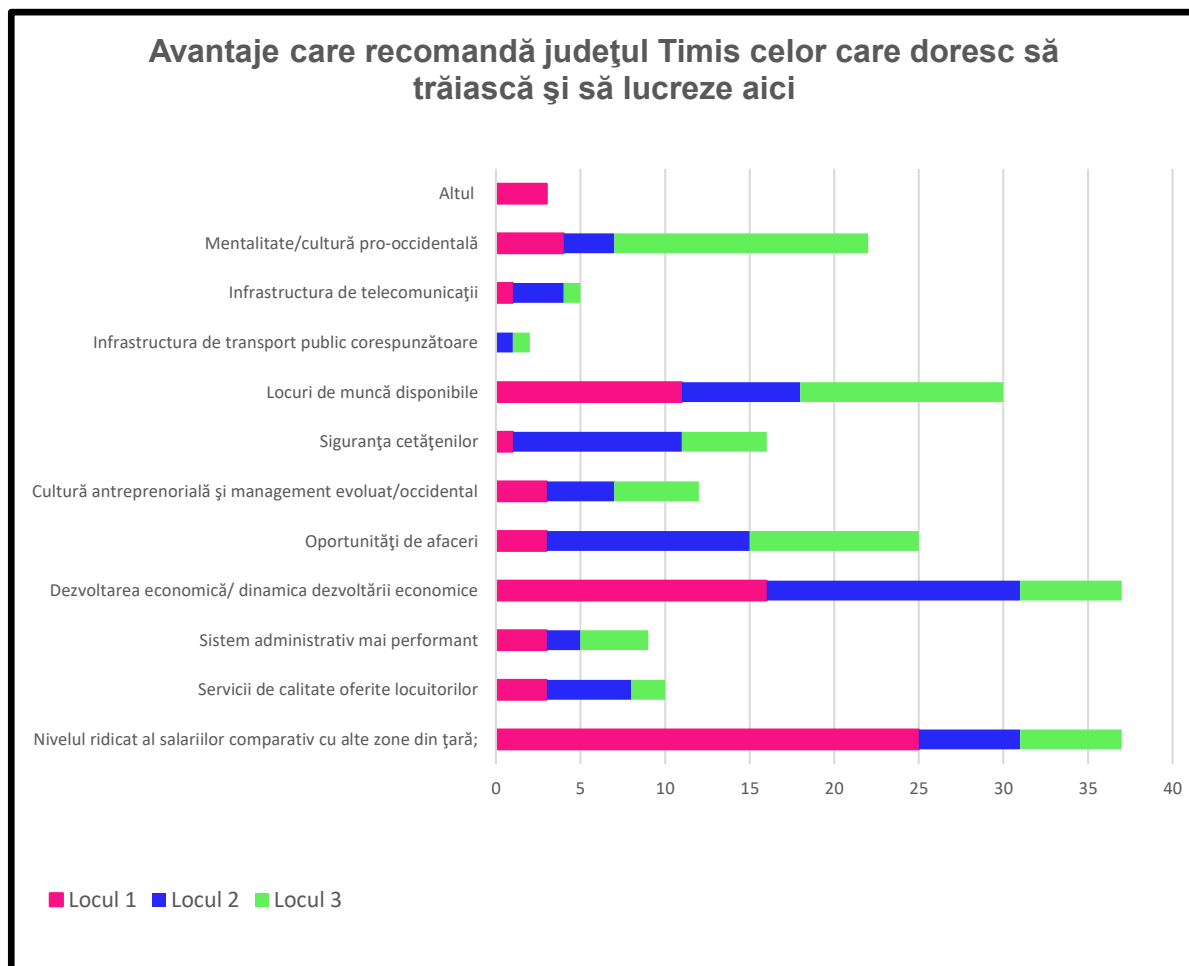
Asocierea bunăstării personale cu sectorul economic cel mai important în generarea ei

Ramuri/sectoare economice care contribuie la bunăstarea locuitorilor județului Timiș	Pe locul 1 (cel mai mult) ca contribuție la bunăstarea locuitorilor	Pe locul 2 ca contribuție la bunăstarea locuitorilor	Pe locul 3 ca contribuție la bunăstarea locuitorilor
Industrie grea (metalurgică, prelucrări mecanice, mașini și utilaje)	2	0	0
IT&C	19	17	10
Industria prelucrătoare (confecții, încălțăminte, alimentară, fabricare calculatoare, etc cu excepția industriei automotive)	2	4	4
Agricultura (inclusiv creșterea animalelor)	11	17	7
Comerț	2	15	8
Automotive	22	10	6
Turism	4	1	0
Construcții	1	1	17
Servicii	7	3	16
Altul: educația, centru universitar	2	0	0
Total	72	68	68

În ceea ce privește impactul (resimțit) de fiecare respondent din perspectiva economiei județului, cei mai mulți respondenți (35%) au indicat sectorul automotive contribuie cel mai mult la bunăstarea locuitorilor, urmat de agricultură (25%), construcții (25%).

Dacă luăm însă în considerare frecvența răspunsurilor, se poate observa că sectorul IT&C este indicat de cei mai mulți respondenți ca contribuind la bunăstarea locuitorilor, urmat de sectorul automotive.

16)Factorii determinanți în luarea deciziilor de rezidență și angajare în județul Timiș sunt nivelul ridicat al salariilor, urmat de dezvoltarea/dinamica dezvoltării economice și mentalitate/cultură pro-occidentală.



Avantajele percepute pentru alegerea Timișului ca destinație de muncă și locuire

Avantaje care recomandă județul Timis celor care doresc să trăiască și să lucreze aici	Pe locul 1 (cel mai important avantaj)	Pe locul 2 ca avantaj	Pe locul 3 ca avantaj
Nivelul ridicat al salariilor comparativ cu alte zone din țară;	25	6	6
Servicii de calitate oferite locuitorilor	3	5	2
Sistem administrativ mai performant	3	2	4
Dezvoltarea economică/dinamica dezvoltării economice	16	15	6
Oportunități de afaceri	3	12	10
Cultură antreprenorială și management evoluat/occidental	3	4	5
Siguranța cetățenilor	1	10	5
Locuri de muncă disponibile	11	7	12
Infrastructura de transport public corespunzătoare	0	1	1

Avantaje care recomandă județul Timis celor care doresc să trăiască și să lucreze aici	Pe locul 1 (cel mai important avantaj)	Pe locul 2 ca avantaj	Pe locul 3 ca avantaj
Infrastructura de telecomunicații	1	3	1
Mentalitate/cultură pro-occidentală	4	3	15
Altul: niciunul, centru univeristar, acces la conținut cultural	3	0	0
Total	73	68	67

34.2% dintre respondenți consideră că cel mai important avantaj care recomandă județul Timis celor ce doresc să trăiască și să lucreze aici este nivelul ridicat al salariilor, urmat de dezvoltarea/dinamica dezvoltării economice (22 %), mentalitate/cultură pro-occidentală (22.4%).

Luând în considerare frecvența răspunsurilor, **pe primul loc ca avantaj menționat (frecvența răspunsurilor) sunt: nivelul ridicat al salariilor (49.3% din total respondenți) și dezvoltarea/dinamica dezvoltării economice (tot 49.3%).**

6. Verificare ipoteze, atingerea obiectivelor. Concluzii privind rezultatele aplicării chestionarului.

Ipoteză specifică 1:

Valorile ce caracterizează din punct de vedere economic județul Timiș în prezent sunt:

- Diversitate :
- Internaționalizare:
- Recunoaștere/prestigiu:

Rezultatele au indicat că valorile considerate de respondenți că caracterizează dpdv economic județul Timiș în prezent sunt: diversitatea; internaționalizarea; inovarea. Ipoteza s-a confirmat.

Respondenții consideră că, per ansamblu, economia județului Timiș este caracterizată de: Dinamism; Diversitate; Competitivitate; Internaționalizare și stabilitate. Acestea sunt răspunsuri primite la o întrebare deschisă și confirmă răspunsurile primite la întrebarea cu răspunsuri multiple.

Ipoteza specifică 2:

În prezent principalele trei ramuri/sectoare economice care contribuie în cea mai mare măsură la economia județului Timiș sunt:

- industria automotive;
- industria produselor alimentare;
- comerț.

Respondenții consideră că principalele trei sectoare economice care aduc cea mai mare contribuție la economia județului sunt: automotive; IT&C; agricultura. Ipoteza s-a confirmat doar parțial

Caracteristic pentru sectorul de vârf ale economiei județului Timiș ar fi: prestigiul (recunoașterea națională și/sau internațională); competitivitatea și calitatea. De observat că primele 2 caracteristici sunt complementare (prestigiul/recunoașterea reprezentând o manifestare a competitivității).

Ipoteza specifică 3:

Principalele trei elemente distinctive/de unicitate ale economiei județului Timiș sunt:

- multe investiții străine;
- rata redusă a șomajului; l
- lider în cultura cerealelor, viticultură și producția de carne de porc.

Climatul favorabil de business este considerat a fi elementul distinctiv cel mai clar de cei mai mulți respondenți. Pe locul 3 a fost plasată „multe investiții străine”. Ipoteza s-a confirmat doar parțial.

Ipoteza specifică 4:

Județul Timiș este atractiv pentru cei care doresc să lucreze și să muncească aici din cauza: nivelului ridicat al salariilor comparativ cu alte zone din țară și abundenței locurilor de muncă.

Pe primul loc ca avantaj menționat (după frecvența răspunsurilor) sunt: nivelul ridicat al salariilor (49.3% din total respondenți) și dezvoltarea/dinamica dezvoltării economice (tot 49.3%). Ipoteza s-a confirmat parțial.

Ipoteza specifică 5:

Majoritatea respondenților consideră că în următorii 15-20 ani sectoarele de vârf ale economiei județului Timiș vor fi: automotive; IT&C; servicii.

Majoritatea respondenților (54.2%) consideră că cel mai important sector al economiei județului Timiș în următorii 10-15 ani va fi sectorul IT&C, urmat de industria automotive (27.1%), și sectorul serviciilor (24.2%). Ipoteza s-a confirmat parțial.

Ipoteza specifică 6:

Majoritatea respondenților ar dori ca în viitor economia județului Timiș să aibe/să fie: mai puțin poluantă; cu mai multe produse locale/autohtone; mai competitivă

Pe primul loc în ceea ce privește modul în care ar dori să fie economia județului pe viitor, respondenții au menționat „mai puțin poluantă”, răspuns care a întrunit și cel mai mare număr general de preferințe (total răspunsuri), respectiv 68% dintre respondenți. Ipoteza s-a confirmat.

Pe locul 2 respondenții au menționat dorința ca pe viitor economia Timișului să aibe mai multe produse locale/autohtone (20 de răspunsuri din 67 – 29.8%), iar pe locul trei ca economia Timișului să fie mai rezilientă (19.7%). Dacă luăm în considerare însă numărul total de răspunsuri, pe locul trei ca frecvență în răspunsuri se plasează dorința ca economia județului să fie mai competitivă (36 de răspunsuri din 75 – 48%) caracteristica inclusă în/contribuie la reziliența

Ipoteza specifică 7:

Majoritatea respondenților ar dori ca pe viitor oamenii să se gândească la județul Timiș ca fiind (din punct de vedere economic: performant; „verde”, calitativ.

Oamenii ar dori ca economia județului Timiș să fie considerată ca fiind calitativă (36.5%) și verde (53.5%). Ipoteza s-a confirmat parțial.

Ipoteza specifică 8:

Majoritatea respondenților ar dori ca valorile care să fie asociate pe viitor cu județul Timiș să fie: tradiție; potențial (de dezvoltare); economie „socială” (integrare cu nevoile comunității).

Dezvoltarea inteligentă („smart county”) a fost valoarea aleasă de cei mai mulți respondenți (54.7% din total respondenți). Pe locul trei s-a plasat ca valoare dorită a fi asociată cu județul Timiș „antreprenoriat autohton puternic” (33.3%). Ipoteza s-a confirmat parțial.

Ipoteză generală:

Există anumite elemente care caracterizează/deosebesc economia județului Timiș de celelalte județe din România, și acestea pot fi identificate.

Ipoteza s-a confirmat

Următorul pas a fost compararea rezultatelor obținute prin aplicarea chestionarului cu concluziile desprinse din analiza datelor statistice, care este prezentată în tabelul de mai jos.

Pornind de la matricile de dezvoltare ale fiecărui pilon de identitate propus spre validare, prezentăm mai jos, în oglindă, ”substanța” (realitatea) și ”reputația” (percepția) asupra elementelor cheie ce fundamentează brandul economic al Județului Timiș.

Spectrul valoric al ”Reputației”		Spectrul valoric al ”substanței”	
Caracteristici (valori) percepute ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de sondarea prin chestionar		Caracteristici (valori) existente ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară	Caracteristici (valori) potențate ale economiei județene care rezultă din / sunt surprinse de analiza secundară
Angrenarea în rețeaua economiei globale			
Diversitatea Internaționalizarea Inovarea Performanța Calitatea		Conectivitate Accesibilitate Deschidere Participație Potențial ridicat de dezvoltare economică și socială Forță economică Dezvoltare economică dinamică și performantă Stabilitate Diversificare Inovare	Competitivitate Dinamism Diversificare Inovare Reziliența sistemică Prestigiu Climat favorabil de business Excelență
Magnetism investițional și cultural			
Climatul favorabil de business Dinamism (Dinamică, dinamism, evoluție, dezvoltare, transformări, în dezvoltare, creștere, accelerare) Diversitate (Diversitate, diversificare, variată)		Deschidere Internaționalizare Magnetism investițional Inițiativă Sens istoric Sens economic istoric Tradiție economică Magnetism cultural	Climat favorabil de business Reziliență sistemică Competitivitate Calitate Inovare Destinație preferențială pentru locuire

Competitivitate (Competitivitate, competiție) Internaționalizare (Export, relații bune cu țările occidentale, aproape de vest, globalizare, corporații și multinaționale, mentalitate occidentală, investiții din străinătate, corporații) Stabilitate (Stabilitate, adaptabilitate, perseverență, sustenabilitate, seriozitate, relevanță, stagnare)	Magnetism educațional Dezvoltare umană	Destinație preferențială pentru ocuparea forței de muncă
Diversificare și specializare		
Ramuri și specializări economice tradiționale: industria prelucrătoare și agricultura. Specializări de viitor: mix-ul dintre specializarea și dezvoltarea inteligentă, economia socială și antreprenoriatul autohton puternic. Diversificarea economică în viitor trebuie să prioritizeze producția autohtonă (produse locale mai multe), astfel încât ansamblul economic să devină mai competitiv, mai calitativ și mai verde (ecologic).	Specializare Diversificare Specializare Smart	Competitivitate Calitate Inovare Magnet investițional Reziliență sistemică
Excelența Industrială		
Performanța economică este generată, în proporție covârșitoare, de industria prelucrătoare (greutatea subsectorială pe automotive), IT&C și agricultura. Prestigiul (recunoașterea națională și/sau internațională) Competitivitatea Calitatea Sectorul automotive contribuie cel mai mult la bunăstarea lor și a comunității în care trăiesc, urmat de alți contributori certți cum ar fi agricultura, construcțiile, IT&C. Factorii determinanți în luarea deciziilor de rezidență și angajare în județul Timiș sunt nivelul ridicat al salariilor, urmat de dezvoltarea/dinamica dezvoltării economice și mentalitate/cultură pro-occidentală.	Dezvoltare economică dinamică și performantă Forță / Motor Economic Tradiție tehnică Excelența industriei prelucrătoare (cu centru greutate "automotive"), deservite de sectorul IT&C.	Inovare Competitivitate Performanță Excelență Prestigiu Climat Favorabil de Business Destinație preferențială pentru locuire Destinație preferențială pentru ocuparea forței de muncă Reziliență sistemică

Prezentarea în oglindă arată că valorile intrinseci ale economiei timișene (specificate în matricea fiecărui pilon de identitate economică propus spre validare) sunt percepute pe scară largă de către respondenți.

Demersul metodic de construire a pilonilor de identitate economică ai brandului economic Timiș este validat și consolidat de spectrul de valori și de conținutul răspunsurilor primite la chestionare.

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI:

Proiecțiile personale ale respondenților legate de trecutul, prezentul și viitorul caracteristicilor esențiale ale economiei județene trebuie considerate ca fiind definitorii pentru modul în care va fi dezvoltată imaginea brandului economic timișean.

Respondenții (percepțiile lor) sunt profund conectați la realitățile ansamblului economic timișean.

Elementele de identitate ale Brandului Economic Timiș – ”substanța” brandului – vor trebui gestionate, măsurate, protejate, echilibrate și intens promovate pe termen mediu și lung.

”Substanța” locului este patrimoniul brandului economic al Județului Timiș, profund oglindită în percepțiile publicului larg, în ”reputația” locului.