

The background of the cover is a photograph of a long, vaulted hallway with a series of arches. The ceiling and walls are illuminated with a vibrant red light, creating a dramatic atmosphere. Several people are visible in the distance, walking through the hallway. The floor appears to be made of stone tiles.

**RAPORT COMPARATIV  
DUPĂ INSTALAREA OBIECTELOR PRETEXT  
BRAȘOV**



Funded by the Horizon 2020 Framework  
Program of the European Union

## CUPRINS

<b>Lista graficelor .....</b>	<b>3</b>
<b>Lista tabelelor .....</b>	<b>6</b>
<b>INTRODUCERE .....</b>	<b>7</b>
<b>REZULTATE .....</b>	<b>8</b>
<b>Date demografice ale participanților la sondaj.....</b>	<b>8</b>
<b>Piața Paul Richter .....</b>	<b>18</b>
Vizitatorii și comportamentul acestora .....	18
Percepții privind piața vizitată .....	20
Motivație.....	23
Aspecte sociale.....	24
Aspecte culturale .....	25
Percepția asupra obiectelor pretext .....	27
<b>Piața Brassai .....</b>	<b>32</b>
Vizitatorii și comportamentul acestora .....	32
Percepții privind piața vizitată .....	34
Motivație.....	37
Aspecte sociale.....	38
Aspecte culturale .....	40
Percepția asupra obiectelor pretext .....	41
<b>Piața Apollonia-Hirscher.....</b>	<b>46</b>
Vizitatorii și comportamentul acestora .....	46
Percepții privind piața vizitată .....	48
Motivație.....	51
Aspecte sociale.....	51
Aspecte culturale .....	52
Percepția asupra obiectelor pretext .....	54
<b>Piața Sfântul Ioan.....</b>	<b>58</b>
Vizitatorii și comportamentul acestora .....	58
Percepții privind piața vizitată .....	60
Motivație.....	62
Aspecte sociale.....	63
Aspecte culturale .....	64
Percepția asupra obiectelor pretext .....	67
<b>Piața George Enescu – locație control .....</b>	<b>71</b>
Vizitatorii și comportamentul acestora .....	71
<b>CONCLUZII GENERALE.....</b>	<b>73</b>
<b>ANEXA 1 – FIȘA DE OBSERVAȚIE.....</b>	<b>77</b>
<b>ANEXA 2 – CHESTIONAR POST-INSTALARE .....</b>	<b>78</b>

## Lista graficelor

<b>Grafic 1.</b> Distribuția respondenților în funcție de sex, vârstă și statut profesional.....	8
<b>Grafic 2.</b> Însoțitorii respondenților în timpul plimbării prin Centrul Istoric al Brașovului, pre- și post- instalare .....	10
<b>Grafic 3.</b> Relația respondenților cu orașul Brașov, pre- și post-instalare .....	11
<b>Grafic 4.</b> Relația respondenților cu orașul Brașov, în fiecare piață vizitată.....	12
<b>Grafic 5.</b> Timpul petrecut în Centrul Istoric în timpul vizitei, pre- și post-instalare .....	13
<b>Grafic 6.</b> Sume cheltuite la vizitarea Centrului Istoric, pre- și post-instalare .....	14
<b>Grafic 7.</b> Sume cheltuite la vizitarea Centrului Istoric, în fiecare piață, pre- și post-instalare .....	15
<b>Grafic 8.</b> Sume cheltuite la vizitarea Centrului Istoric .....	16
<b>Grafic 9.</b> Proporția cheltuielilor destinate organizațiilor/locațiilor creative sau culturale.....	16
<b>Grafic 10.</b> Sumele cheltuite care ar fi rămas în zona istorică .....	17
<b>Grafic 11.</b> Frecvența vizitelor anterioare în Piața Paul Richter.....	21
<b>Grafic 12.</b> Principalele probleme sau neajunsuri ale Pieței Paul Richter, pre- și post-instalare .....	21
<b>Grafic 13.</b> Sentimentele pe care vizitatorii le au când se află în Piața Paul Richter, pre- și post- instalare .....	22
<b>Grafic 14.</b> Motive pentru a vizita Piața Paul Richter, pre- și post-instalare.....	23
<b>Grafic 15.</b> Sentimente de mândrie față de Centrul Istoric în timpul vizitei în Piața Paul Richter, pre- și post-instalare.....	24
<b>Grafic 16.</b> Disponibilitatea de a vorbi cu trecătorii în piața Paul Richter, pre- și post-instalare .....	25
<b>Grafic 17.</b> Creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în piața Paul Richter, pre- și post- instalare .....	26
<b>Grafic 18.</b> Dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Paul Richter, pre- și post- instalare .....	27
<b>Grafic 19.</b> Ați observat noile obiecte de mobilier urban din piațetă? – Piața Paul Richter.....	28
<b>Grafic 20.</b> Cum ați aflat despre aceste obiecte de mobilier urban? – Piața Paul Richter.....	28
<b>Grafic 21.</b> Aproximativ cât timp ați petrecut interacționând cu obiectele de mobilier urban în această piață? .....	29
<b>Grafic 22.</b> Elementele cele mai apreciate la obiectele de mobilier urban .....	30
<b>Grafic 23.</b> Ce credeți că ați putea face diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban? .....	31
<b>Grafic 24.</b> Dacă obiectele pre-text nu ar fi fost aici, ce ați fi făcut astăzi? .....	31
<b>Grafic 25.</b> Frecvența vizitelor anterioare în Piața Brassai.....	35
<b>Grafic 26.</b> Principalele probleme sau neajunsuri ale Pieței Brassai, pre- și post-instalare .....	35
<b>Grafic 27.</b> Sentimente pe care vizitatorii le au când se află în piața Brassai, pre- și post-instalare .....	37

<b>Grafic 28.</b> Motive pentru a vizita Piața Brassai, pre- și post-instalare.....	38
<b>Grafic 29.</b> Sentimente de mândrie față de Centrul Istoric în timpul vizitei în Piața Brassai, pre- și post-instalare .....	39
<b>Grafic 30.</b> Disponibilitatea de a vorbi cu trecătorii în Piața Brassai, pre- și post-instalare .....	39
<b>Grafic 31.</b> Creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în Piața Brassai, pre- și post-instalare .....	40
<b>Grafic 32.</b> Dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Brassai, pre- și post-instalare..	41
<b>Grafic 33.</b> Ați observat noile obiecte de mobilier urban din piațetă? .....	42
<b>Grafic 34.</b> Cum ați aflat despre aceste obiecte de mobilier urban? – Piața Brassai.....	42
<b>Grafic 35.</b> Timp petrecut interacționând cu obiectele de mobilier urban în această piață– Piața Brassai .....	43
<b>Grafic 36.</b> Elementele cele mai apreciate la obiectele de mobilier urban .....	43
<b>Grafic 37.</b> Ce credeți că ați putea face diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban? – Piața Brassai.....	44
<b>Grafic 38.</b> Dacă obiectele pre-text nu ar fi fost aici, ce ați fi făcut astăzi? – Piața Brassai .....	45
<b>Grafic 39.</b> Frecvența vizitelor anterioare în Piața Apollonia-Hirscher .....	48
<b>Grafic 40.</b> Principalele probleme sau neajunsuri ale Pieței Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare	49
<b>Grafic 41.</b> Sentimentele pe care vizitatorii le au când se află în Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare .....	50
<b>Grafic 42.</b> Motive pentru a vizita Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare .....	51
<b>Grafic 43.</b> Sentimente de mândrie față de Centrul Istoric în timpul vizitei în Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare .....	52
<b>Grafic 44.</b> Disponibilitatea de a vorbi cu trecătorii în Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare	52
<b>Grafic 45.</b> Creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare .....	53
<b>Grafic 46.</b> Dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare .....	53
<b>Grafic 47.</b> Ați observat noile obiecte de mobilier urban din piațetă? – Piața Apollonia-Hirscher .....	54
<b>Grafic 48.</b> Cum ați aflat despre aceste obiecte de mobilier urban?– Piața Apollonia-Hirscher .....	55
<b>Grafic 49.</b> Timp petrecut interacționând cu obiectele de mobilier urban – Piața Apollonia-Hirscher.	55
<b>Grafic 50.</b> Elementele cele mai apreciate la obiectele de mobilier urban – Piața Apollonia-Hirscher	56
<b>Grafic 51.</b> Ce credeți că ați putea face diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban? – Piața Apollonia-Hirscher .....	57
<b>Grafic 52.</b> Dacă obiectele pre-text nu ar fi fost aici, ce ați fi făcut astăzi? – Piața Apollonia-Hirscher	57
<b>Grafic 53.</b> Frecvența vizitelor anterioare în Piața Sf. Ioan .....	60
<b>Grafic 54.</b> Principalele probleme sau neajunsuri ale pieței Sf. Ioan, pre- și post-instalare.....	61

<b>Grafic 55.</b> Sentimente pe care vizitatorii le au când se află în Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare ....	62
<b>Grafic 56.</b> Motive pentru a vizita Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare .....	63
<b>Grafic 57.</b> Sentimente de mândrie față de Centrul Istoric în timpul vizitei în Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare .....	64
<b>Grafic 58.</b> Disponibilitatea de a vorbi cu trecătorii în Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare.....	64
<b>Grafic 59.</b> Creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare .....	65
<b>Grafic 60.</b> Măsura în care vizitarea Pieței Sf. Ioan a permis respondenților să se bucure de spectacolele artiștilor locali, pre- și post-instalare .....	65
<b>Grafic 61.</b> Dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Sf. Ioan, pre- și post-instalare .	66
<b>Grafic 62.</b> Ați observat noile obiecte de mobilier urban din piațetă? – Piața Sf. Ioan .....	67
<b>Grafic 63.</b> Cum ați aflat despre aceste obiecte de mobilier urban? – Piața Sf. Ioan .....	67
<b>Grafic 64.</b> Timp petrecut interacționând cu obiectele de mobilier urban – Piața Sf. Ioan.....	68
<b>Grafic 65.</b> Elementele cele mai apreciate la obiectele de mobilier urban – Piața Sf. Ioan.....	68
<b>Grafic 66.</b> Ce credeți că ați putea face diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban? – Piața Sf. Ioan .....	69
<b>Grafic 67.</b> Dacă obiectele pretext nu ar fi fost aici, ce ați fi făcut astăzi? – Piața Sf. Ioan.....	70

## Lista tabelelor

<b>Tabel 1.</b> Sinteza observației efectuate în Piața Paul Richter în timpul unei zile lucrătoare, pre- și post- instalare .....	18
<b>Tabel 2.</b> Sinteza observației efectuate în Piața Paul Richter în weekend, pre- și post-instalare .....	20
<b>Tabel 3.</b> Sinteza observației efectuate în Piața Brassai în timpul unei zile lucrătoare, pre- și post- instalare .....	32
<b>Tabel 4.</b> Sinteza observației efectuate în Piața Brassai în weekend, pre- și post-instalare.....	34
<b>Tabel 5.</b> Sinteza observației efectuate în Piața Apollonia-Hirscher în timpul unei zile lucrătoare, pre- și post-instalare.....	46
<b>Tabel 6.</b> Sinteza observației efectuate în Piața Apollonia Hirscher în weekend, pre- și post-instalare	48
<b>Tabel 7.</b> Sinteza observației efectuate în Piața Sf. Ioan în timpul unei zile lucrătoare, pre- și post- instalare .....	58
<b>Tabel 8.</b> Sinteza observației efectuate în Piața Sf. Ioan în weekend, pre- și post-instalare.....	59
<b>Tabel 9.</b> Sinteza observației realizate în Piața George Enescu (locația de control) în timpul săptămânii, pre- și post-instalare .....	71
<b>Tabel 10.</b> Sinteza observației realizate în Piața George Enescu (locația de control) în weekend, pre- și post-instalare .....	72

## INTRODUCERE

Acest raport prezintă rezultatele studiului realizat după instalarea obiectelor pretext în Braşov, în cadrul proiectului HUB-IN. Studiul vizează comportamentele actuale ale comunităţii în locaţiile unde au fost plasate obiectele pretext: Piaţa Brassai, Piaţa Apollonia Hirscher, Piaţa Richter şi Piaţa Sf. Ioan. Piaţa George Enescu a fost aleasă ca locaţie de control. Datele obţinute prin acest studiu post-instalare sunt comparate cu informaţiile obţinute din studiul pre-instalare realizat în august-septembrie 2023, astfel încât echipa să poată înţelege ce schimbări sociale au avut loc ca rezultat, cine vizitează locurile, motivaţiile, comportamentele şi perspectivele vizitatorilor asupra obiectelor pretext.

Studiul a fost organizat între aprilie şi mai 2024. Munca de teren a fost realizată între 25 şi 27 aprilie 2024 de către un sociolog şi un asistent de cercetare de la SC EXCLUSIVE MINDS SRL, un contractant extern. Operatorii care au efectuat observaţiile şi interviurile scurte cu oamenii (comunitatea, turişti) în cele 4 pieţe au fost Irina Sînziana Niţă, PhD, şi Elena Lupoea-Petrea.

Studiul a inclus două metode diferite de colectare a datelor: observaţie sistematică şi sondaj. Observaţia a avut ca scop evaluarea: 1) Câţi oameni se află în locaţie la momente cheie ale zilei (de exemplu, 9:00, 12:00, 15:00, 18:00), într-o zi lucrătoare şi într-o zi de weekend; 2) Ce proporţie reprezintă comunitatea locală în comparaţie cu turiştii? şi 3) Care sunt comportamentele persoanelor prezente în piaţă - de exemplu, oameni care interacţionează cu străinii, stau singuri, interacţionează cu obiectele pretext etc. În acest scop, a fost completată o fişă de observaţie pentru fiecare dintre cele 4 pieţe şi locaţia de control, pentru o zi lucrătoare şi o zi de weekend. Modelul fişei de observaţie poate fi găsit în Anexe.

Sondajul a constatat într-un chestionar adresat persoanelor prezente în fiecare dintre cele 4 pieţe unde au fost instalate obiectele pretext. În cele 2 zile ale studiului, operatorii au aplicat 200 de chestionare online persoanelor care vizitau sau tranzitau pieţele (50 chestionare/piaţă). Interviurile au vizat subiecte precum: 1) date demografice (grupă de vârstă, gen); 2) cu cine se află (familie, prieteni, cuplu, colegi, singur); 3) motivaţia pentru vizitarea locaţiei; 4) percepţiile asupra locaţiei (aspecte); 5) percepţiile asupra locaţiei (sensul locului, sentimentul de apartenenţă, conştientizarea culturală) şi 6) percepţiile asupra obiectelor pretext. Modelul chestionarului poate fi găsit în Anexe.

Este important de menţionat că obiectele pretext au fost instalate pentru o perioadă scurtă de timp când au fost colectate datele. Astfel, informaţiile colectate şi profilul respondenţilor sunt influenţate de o multitudine de factori externi. Prin urmare, diferenţele de procente observate în faza post-instalare nu pot fi atribuite în totalitate instalării obiectelor pretext, acestea fiind într-o mare măsură circumstanţiale. Timpul de colectare a datelor şi faza de observaţie, precum şi fluxurile turistice, direct influenţate de evenimentele culturale care au loc în oraş, joacă, de asemenea, un rol semnificativ în conturarea concluziilor.

## REZULTATE

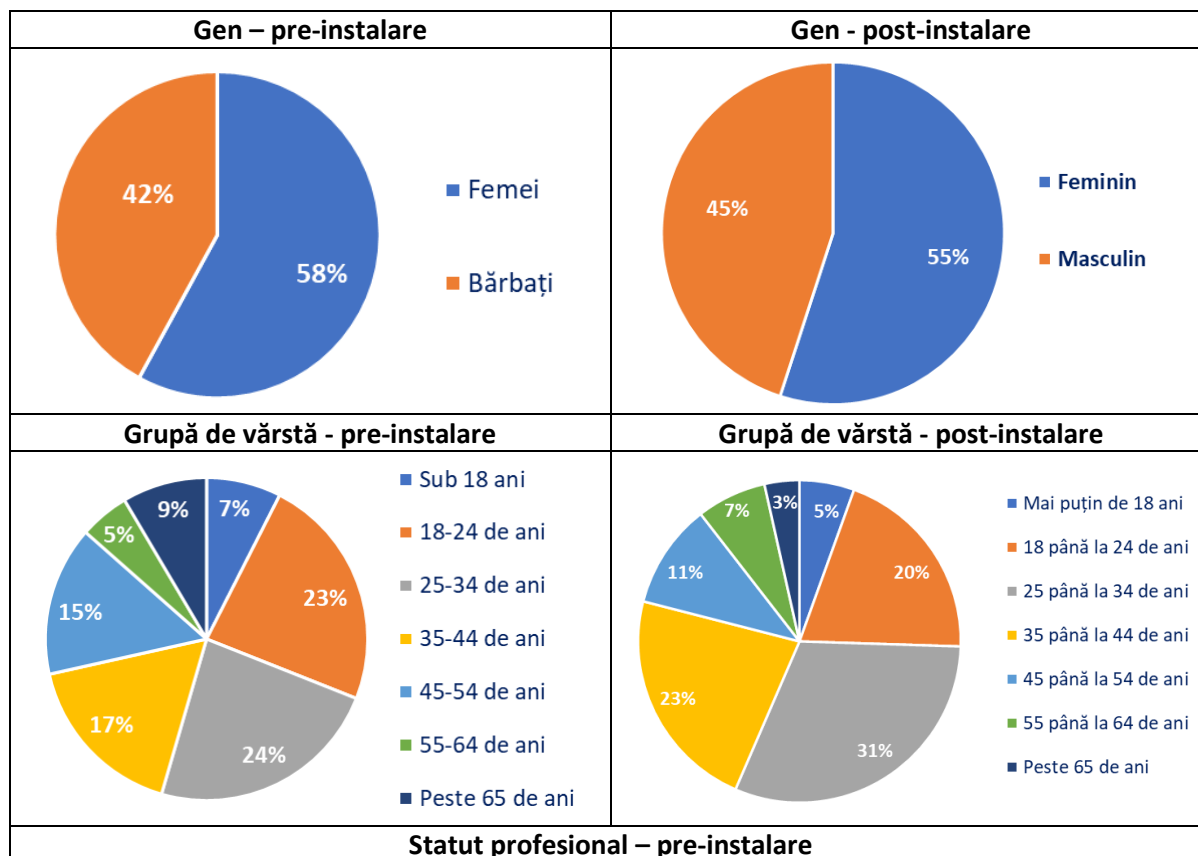
### Date demografice ale participanților la sondaj

Compoziția demografică a eșantionului de respondenți care vizitează cele 4 piețe arată, în ambele faze, pre- și post-instalare, o populație diversă în termeni de vârstă, gen și statut de angajare, prezentată în Grafic 1 de mai jos. În cel de-al doilea sondaj, femeile continuă să reprezinte majoritatea eșantionului. În ceea ce privește distribuția pe vârste, se poate observa, de asemenea, o varietate de grupuri și schimbări minore în reprezentarea acestora în cele două etape ale studiului. Post-instalare, cea mai mare proporție este a celor cu vârste cuprinse între 25 și 34 de ani, reprezentând 31% din total. Următorul grup semnificativ este cel al persoanelor cu vârste între 35 și 44 de ani, reprezentând 23% dintre vizitatori.

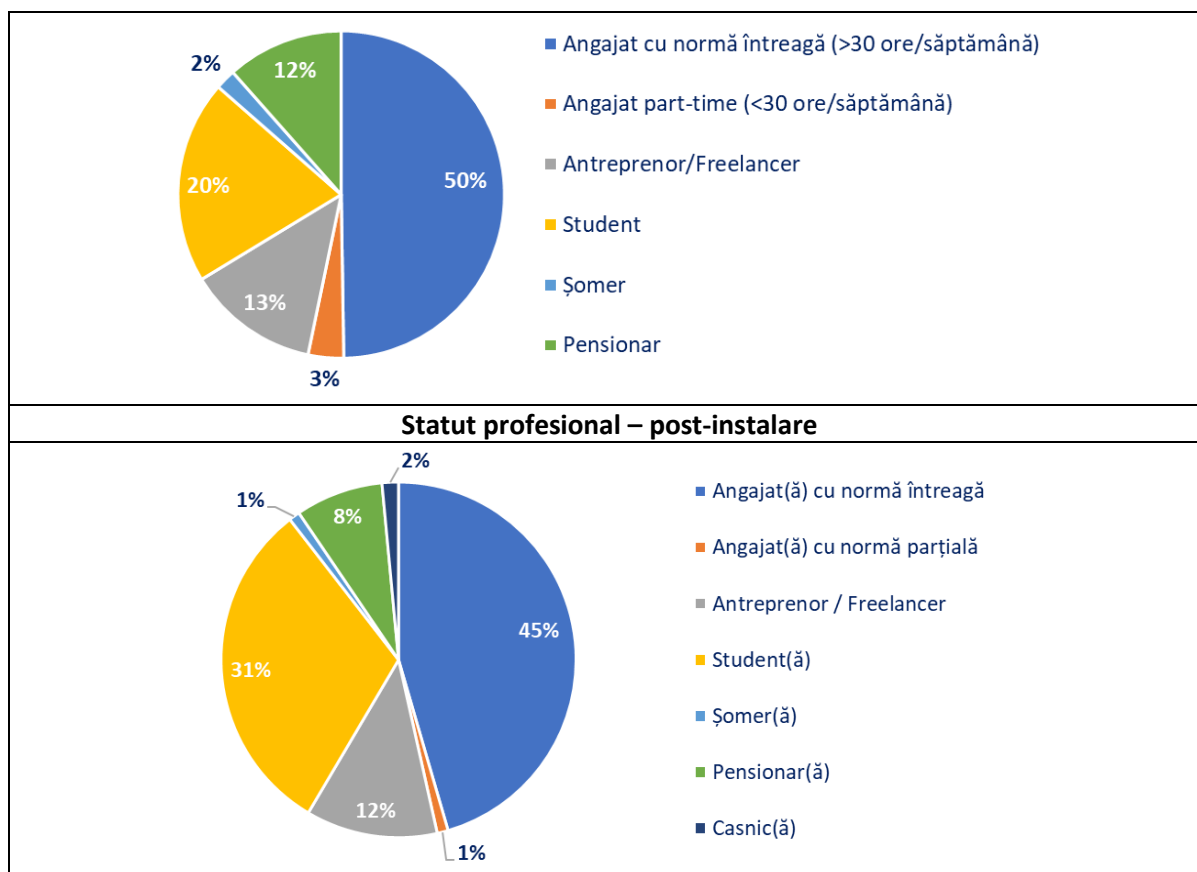
Adulții tineri cu vârste cuprinse între 18 și 24 de ani reprezintă, de asemenea, o parte notabilă, cu 20%. Vizitatorii de vârstă mijlocie, cu vârste între 45 și 54 de ani, constituie 11%, în timp ce cei cu vârste între 55 și 64 de ani și peste 65 de ani reprezintă 7% și, respectiv, 3%. Cel mai mic grup este cel al celor sub 18 ani, care reprezintă 5% dintre vizitatori. Această distribuție indică un spectru larg de grupuri de vârstă prezente în piețe, cu o concentrație vizibilă de adulți tineri și de vârstă mijlocie.

Datele colectate post-instalare relevă că majoritatea vizitatorilor din piețe sunt angajați cu normă întreagă, reprezentând 45% dintre respondenți. Studenții reprezintă al doilea grup ca mărime, reprezentând 31% din total. Antreprenorii și freelancerii constituie 12%, în timp ce persoanele pensionate reprezintă 8%. Alte categorii includ soții/soțiile casnice cu 2%, angajații part-time și șomerii, ambele categorii reprezentând 1%. Această varietate de statuturi de angajare sugerează diversitatea în contextul economic și stilurile de viață din cadrul eșantionului.

**Grafic 1.** Distribuția respondenților în funcție de sex, vârstă și statut profesional







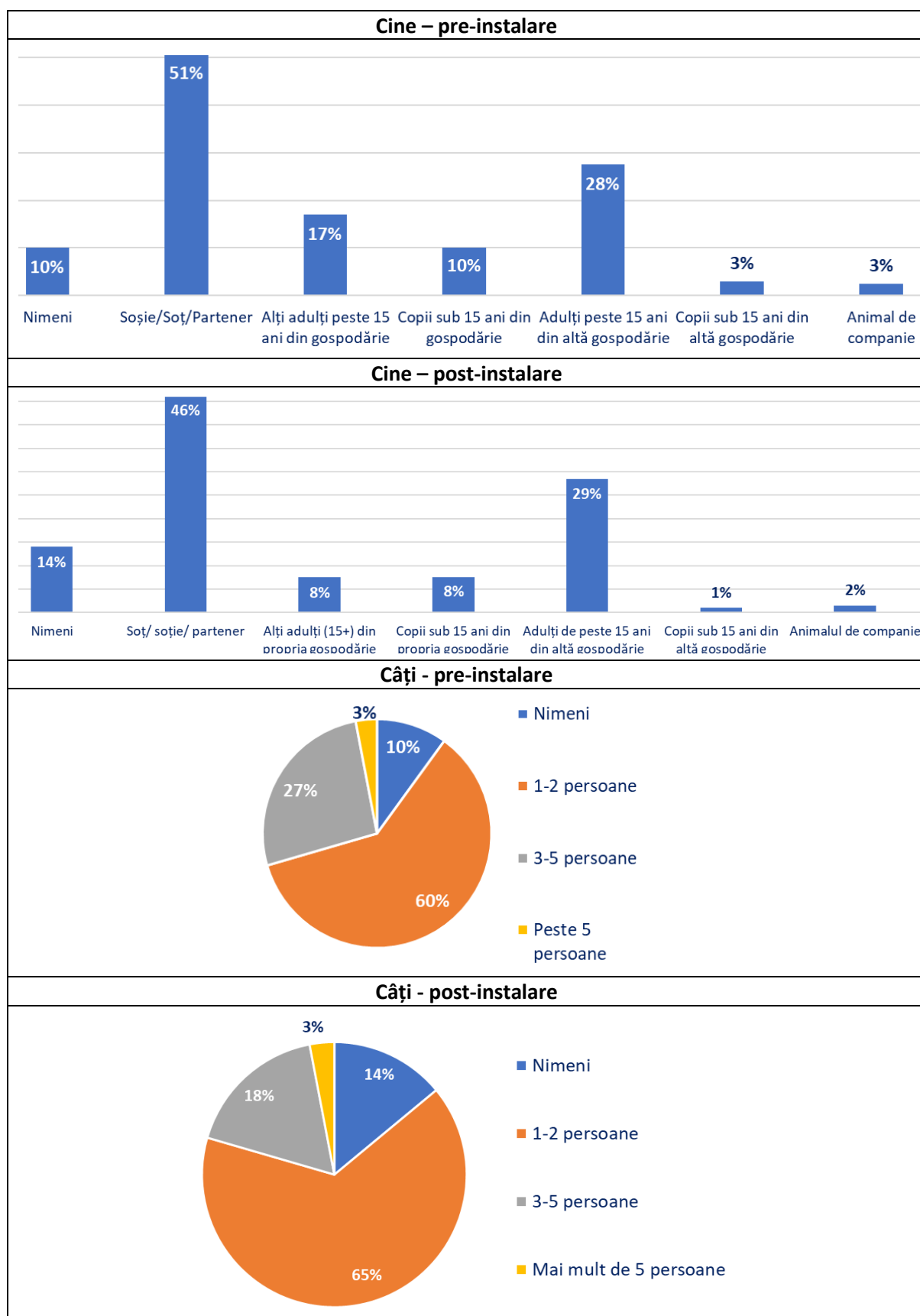
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, toate piețele, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Datele privind persoanele care însoțesc respondenții în timpul plimbărilor lor în centrul istoric al Brașovului reflectă dimensiunea socială a acestor ieșiri, așa cum este ilustrat în Grafic 2. Majoritatea respondenților sunt însoțiți de soț, soție sau partener, indicând faptul că aceste plimbări servesc adesea ca ocazii pentru cupluri de a petrece timp de calitate împreună în decorul pitoresc al Brașovului. Această tendință continuă și post-instalare, cu o variație minoră de la 51% la 46%.

În plus, în timp ce 27% dintre respondenții pre-instalare erau însoțiți de alți adulți și copii sub 15 ani din gospodăria lor, post-instalare acest grup reprezintă 16% din eșantion, sugerând importanța legăturii familiale în timpul acestor plimbări. Datele sondajului post-instalare relevă că adulții peste 15 ani din altă gospodărie constituie 29% dintre persoanele însoțitoare, similar cu eșantionul primului sondaj. Cei care vin singuri constituie 14% dintre respondenți. Un procent mic de vizitatori sunt însoțiți de animale de companie (2%) sau de copii sub 15 ani din altă gospodărie (1%). Această distribuție evidențiază faptul că astfel de plimbări pot servi mai mult ca întâlniri sociale sau ieșiri cu prietenii și cunoștințele din afara cercului familial imediat. În general, datele subliniază dinamica socială diversă în joc în timpul acestor plimbări, unde oamenii pot alege să se bucure de peisajul și ambianța Brașovului fie în singurătate, fie cu membrii apropiați ai familiei sau în compania prietenilor și animalelor de companie, reflectând natura multifacțată a acestei activități în cadrul comunității

În cadrul acestui eșantion, distribuția companiei în timpul plimbărilor în centrul istoric al Brașovului este, de asemenea, similară cu cea din eșantionul pre-instalare. Un procent de 65% sunt însoțiți de una până la două persoane, reflectând atractivitatea piețelor pentru grupuri mici. Vizitatorii fără companie reprezintă 14% din total, în timp ce cei însoțiți de trei până la cinci persoane constituie 18%. Doar o fracțiune mică, 3%, fac parte din grupuri mai mari de peste cinci persoane. Această distribuție sugerează că piețele sunt predominant vizitate de grupuri mici, subliniind rolul lor ca spații sociale și comunitare.

**Grafic 2.** Însoțitorii respondenților în timpul plimbării prin Centrul Istoric al Brașovului, pre- și post- instalare

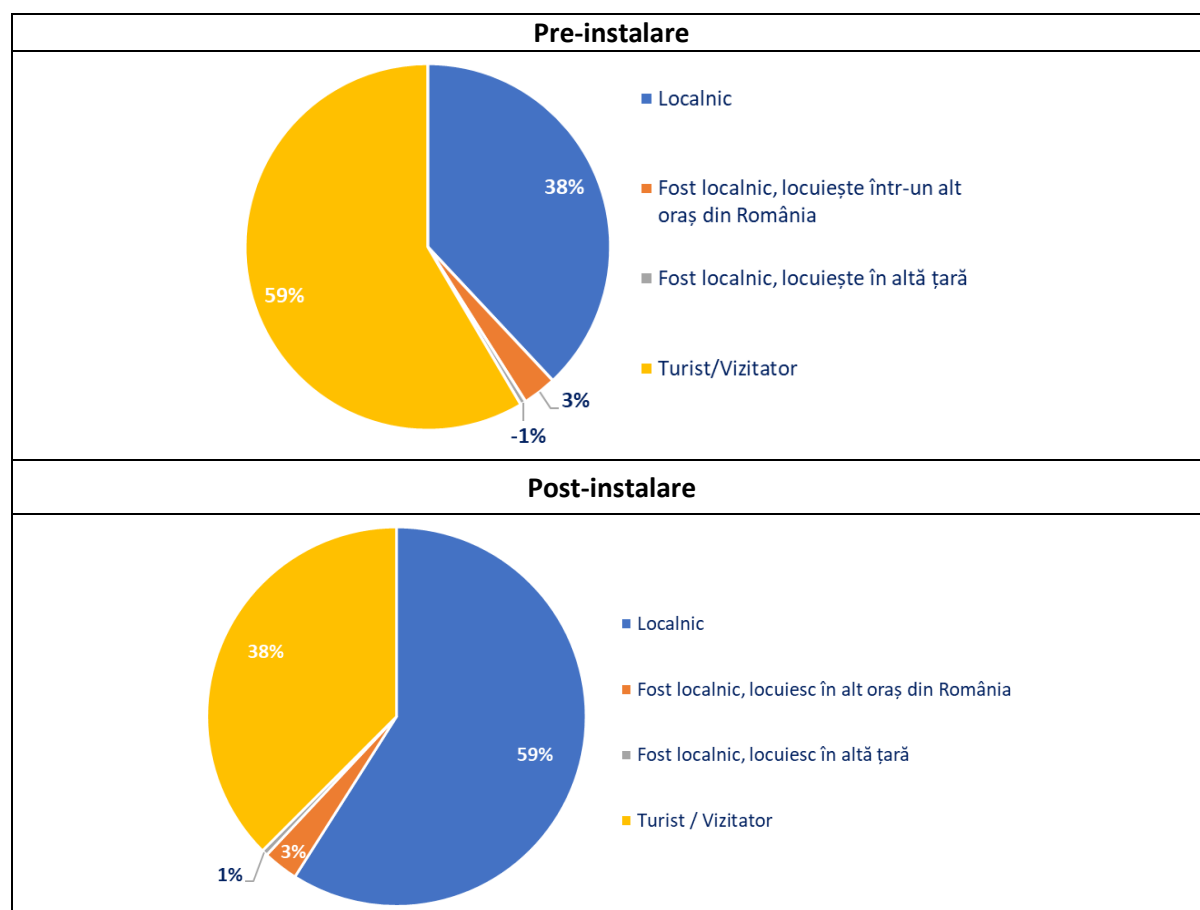


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, toate piațetele, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Relația respondenților cu orașul Brașov oferă o perspectivă asupra diferitelor moduri în care oamenii se conectează cu orașul, atât înainte cât și după instalarea obiectelor pre-text (Grafic 3). Datele pre-instalare arată că 38% dintre respondenți se identificau ca localnici, în timp ce 59% se considerau turiști sau vizitatori. Acest lucru subliniază atractivitatea puternică a Brașovului ca destinație turistică, cu mulți vizitatori probabil atrași de comorile sale istorice și culturale. În eșantionul post-instalare, procentul respondenților care se identifică ca localnici a crescut la 59%, ceea ce poate fi atribuit unei varietăți de factori care nu sunt legați de noile instalări. Dintre localnici, 14% locuiesc în zona Centrului Istoric.

Între timp, proporțiile foștilor localnici care trăiesc în alt oraș din România și a celor care trăiesc în altă țară sunt similare în cele două etape ale studiului, respectiv 3% și 1%. Interesant este faptul că proporția turiștilor sau vizitatorilor diferă de la 59% în eșantionul pre-instalare la 38% în eșantionul post-instalare. Această variație poate fi explicată printr-o multitudine de factori legați de context, cum ar fi tendințele în turism, evenimentele orașului, condițiile meteorologice și așa mai departe. În plus, un procent mai mic de respondenți, 3%, sunt foști localnici care acum trăiesc în alt oraș din România, și 1% sunt foști localnici care locuiesc în altă țară, sugerând că puțini și-au păstrat legăturile emoționale cu Brașovul chiar și după ce s-au mutat. Aceste date colective conturează un portret al Brașovului ca un oraș care aduce împreună rezidenți și vizitatori, cu o bogată paletă de conexiuni și experiențe.

**Grafic 3.** Relația respondenților cu orașul Brașov, pre- și post-instalare



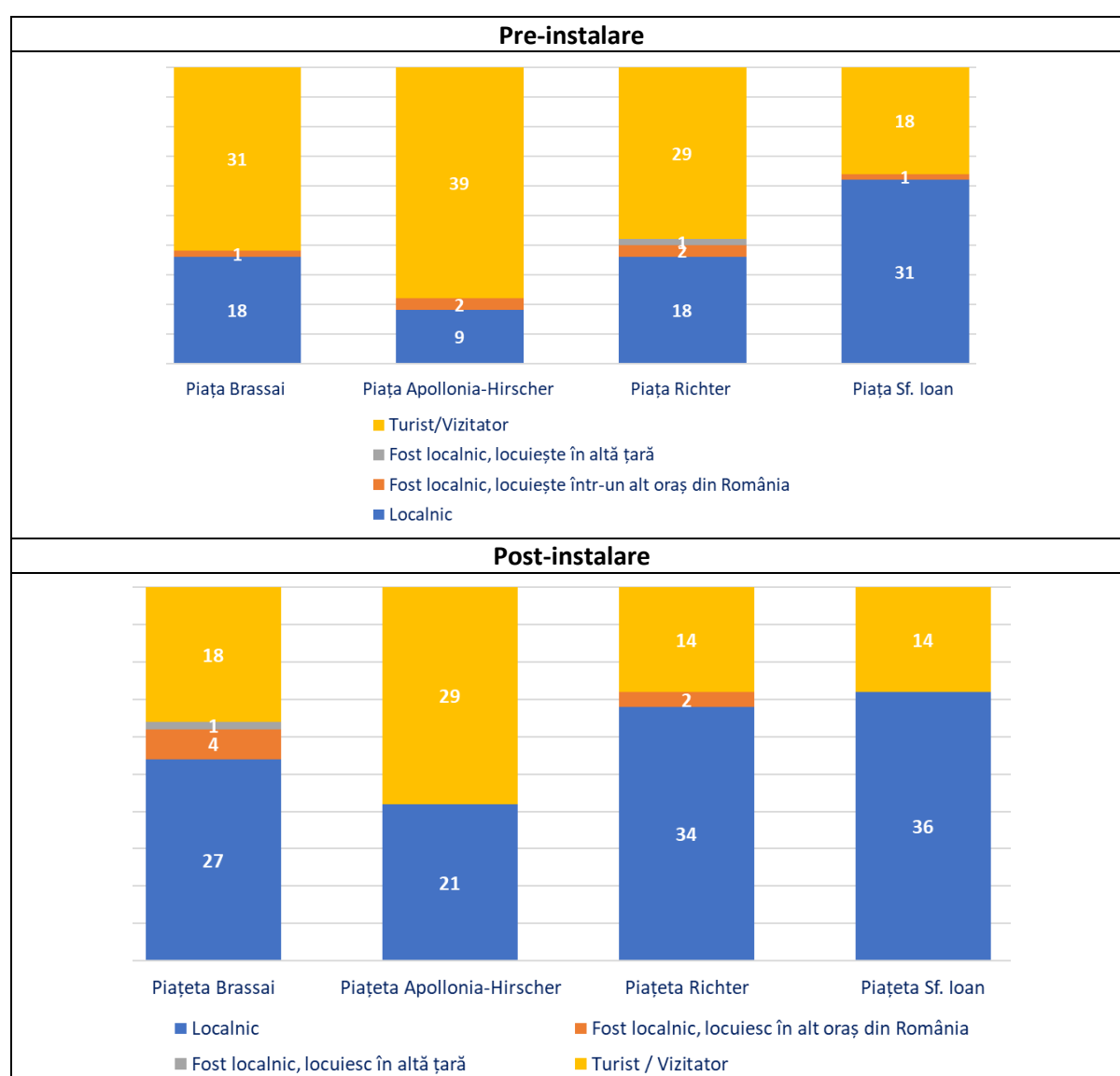
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, toate piețele, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Datele privind relația respondenților cu orașul Brașov în fiecare dintre piețele țintă oferă perspective asupra conexiunilor diverse pe care oamenii le au cu diferite părți ale orașului (Grafic 4). Sondajul post-instalare relevă modele diverse de origine a vizitatorilor în diferite piețe din Brașov. Piața Brassai

găzduiește predominant vizitatori locali, cu 27 de localnici, 4 foști localnici care trăiesc în altă parte din România, 1 fost localnic care trăiește acum în străinătate și 18 turiști sau vizitatori. Piața Apollonia-Hirscher atrage un număr mai mare de turiști, cu 29 de vizitatori în comparație cu 21 de localnici și niciun fost localnic. Piața Richter este vizitată în principal de localnici (34), cu o prezență mai mică a turiștilor (14) și 2 foști localnici care trăiesc în alt oraș din România. Piața Sf. Ioan este vizitată în principal de localnici (36), cu un număr egal de turiști ca în Piața Richter (14) și niciun fost localnic. Aceste informații subliniază faptul că, deși fiecare piață atrage un amestec de localnici și turiști, proporția localnicilor este deosebit de mare în piețele Richter și Sf. Ioan, în timp ce Piața Apollonia-Hirscher are o prezență notabilă a turiștilor.

Pre-instalare, în Piața Brassai și Richter, 18 respondenți se considerau localnici, Piața Apollonia-Hirscher avea o populație locală mai mică, cu 9 persoane identificându-se ca atare, iar Piața Sf. Ioan se evidenția cu cel mai mare număr de localnici, totalizând 31 de respondenți.

**Grafic 4.** Relația respondenților cu orașul Brașov, în fiecare piață vizitată



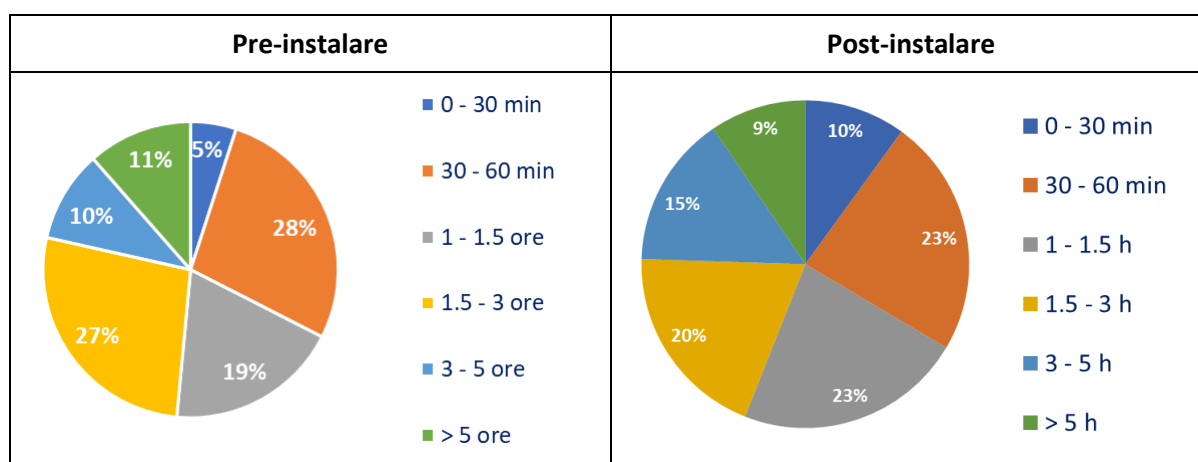
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, toate piațetele, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Timpul petrecut de respondenți în Centrul Istoric în timpul vizitelor lor în Brașov relevă modele interesante în modul în care indivizii interacționează cu zona (Grafic 5). Pre-instalare, o proporție notabilă a eșantionului, 28%, petrece aproximativ 30 până la 60 de minute explorând străzile istorice

și reperatele orașului, 27% își extind vizita la 1,5 până la 3 ore și un alt segment semnificativ, 19%, petrece între 1 și 1,5 ore, aliniindu-se cu cei care caută o experiență echilibrată și moderat imersivă. În mod interesant, 21% aleg să petreacă peste 3 ore, cu 11% chiar depășind 5 ore în Centrul Istoric.

Post-instalare, rezultatele sondajului confirmă că există o gamă largă de timp petrecut de vizitatori în Centrul Istoric. O proporție semnificativă de vizitatori, 23%, petrec între 30 și 60 de minute, indicând o implicare scurtă dar concentrată în zonă. În mod similar, 23% dintre vizitatori petrec 1 până la 1,5 ore, sugerând o vizită mai relaxată. Cei care rămân între 1,5 și 3 ore reprezintă 20% dintre respondenți, reflectând o explorare mai profundă a Centrului Istoric. Între timp, 15% dintre vizitatori petrec între 3 și 5 ore, indicând o vizită de jumătate de zi care permite o experiență cuprinzătoare a zonei. În cele din urmă, atât cele mai scurte cât și cele mai lungi durate, 0-30 de minute și mai mult de 5 ore, sunt alese de câte 10% dintre vizitatori, subliniind modalitățile diverse în care Centrul Istoric este experimentat, de la vizite rapide la explorări extinse.

**Grafic 5.** Timpul petrecut în Centrul Istoric în timpul vizitei, pre- și post-instalare

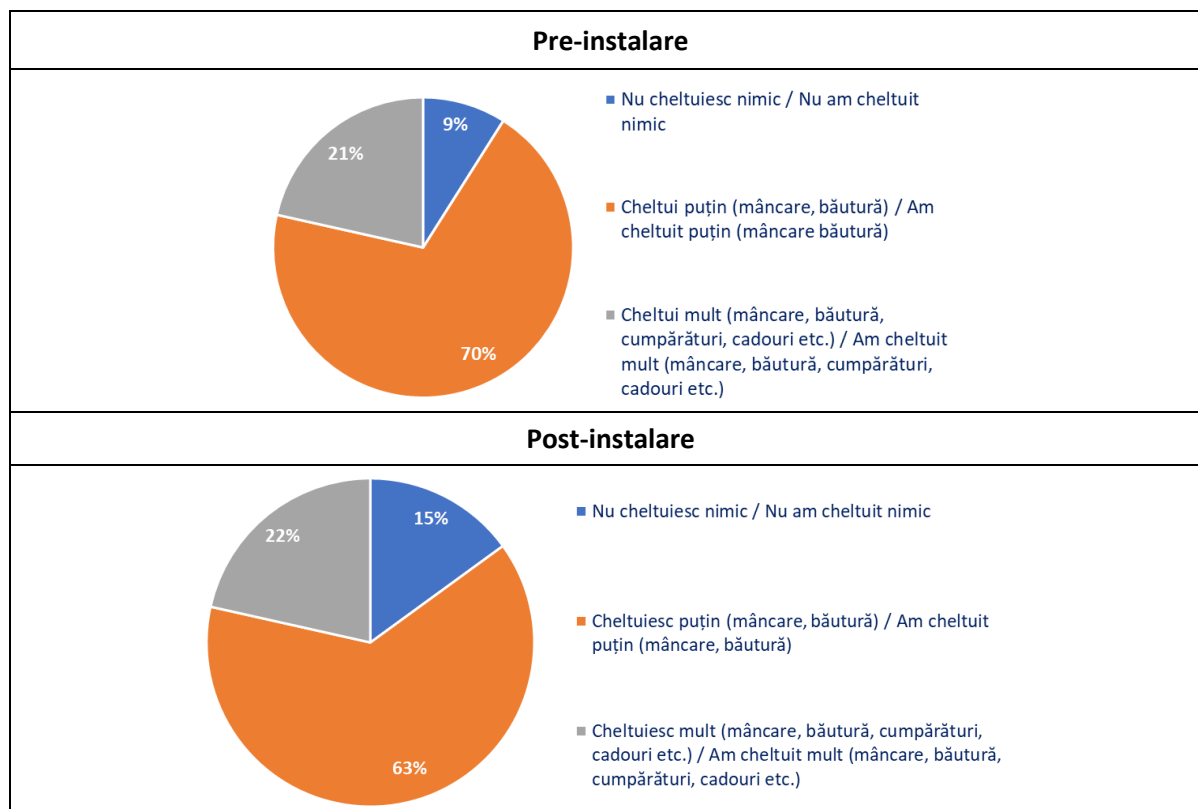


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, toate piațetele, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Suma de bani cheltuită de respondenți în Centrul Istoric subliniază diversitatea comportamentelor de cheltuieli, însă analiza tiparelor de cheltuieli relevă similaritatea obiceiurilor în ambele eșantioane de sondaje (Grafic 6). Pre-instalare, o majoritate semnificativă (70%) dintre vizitatori au raportat cheltuieli modeste, în principal pe mâncare și băuturi, în timp ce 21% au cheltuit mai mult pe diverse cheltuieli, cum ar fi cumpărături și cadouri. Acest lucru indică un segment semnificativ care contribuie substanțial la economia locală. În plus, 9% nu au cheltuit nimic, fiind probabil un mix de turiști și localnici.

Post-instalare, o majoritate de 63% raportează cheltuieli moderate, în principal pe mâncare și băuturi, indicând că majoritatea vizitatorilor optează pentru cheltuieli modeste. Un procent semnificativ de 22% dintre vizitatori cheltuie mult, incluzând mâncare, băuturi, cumpărături și cadouri, demonstrând un segment notabil dispus să facă achiziții substanțiale care beneficiază economia locală. O proporție mai mică, 15%, nu cheltuie nimic în timpul vizitei lor, sugerând fie o concentrare pe vizitare fără consum, fie că acești vizitatori ar putea fi localnici care nu necesită achiziții suplimentare. Datele prezintă Centrul Istoric ca fiind adaptat atât pentru preferințele de cheltuieli modeste, cât și pentru cele mai mari, sprijinind astfel o gamă largă de nevoi ale vizitatorilor și contribuind variabil la economia locală.

**Grafic 6.** Sume cheltuite la vizitarea Centrului Istoric, pre- și post-instalare

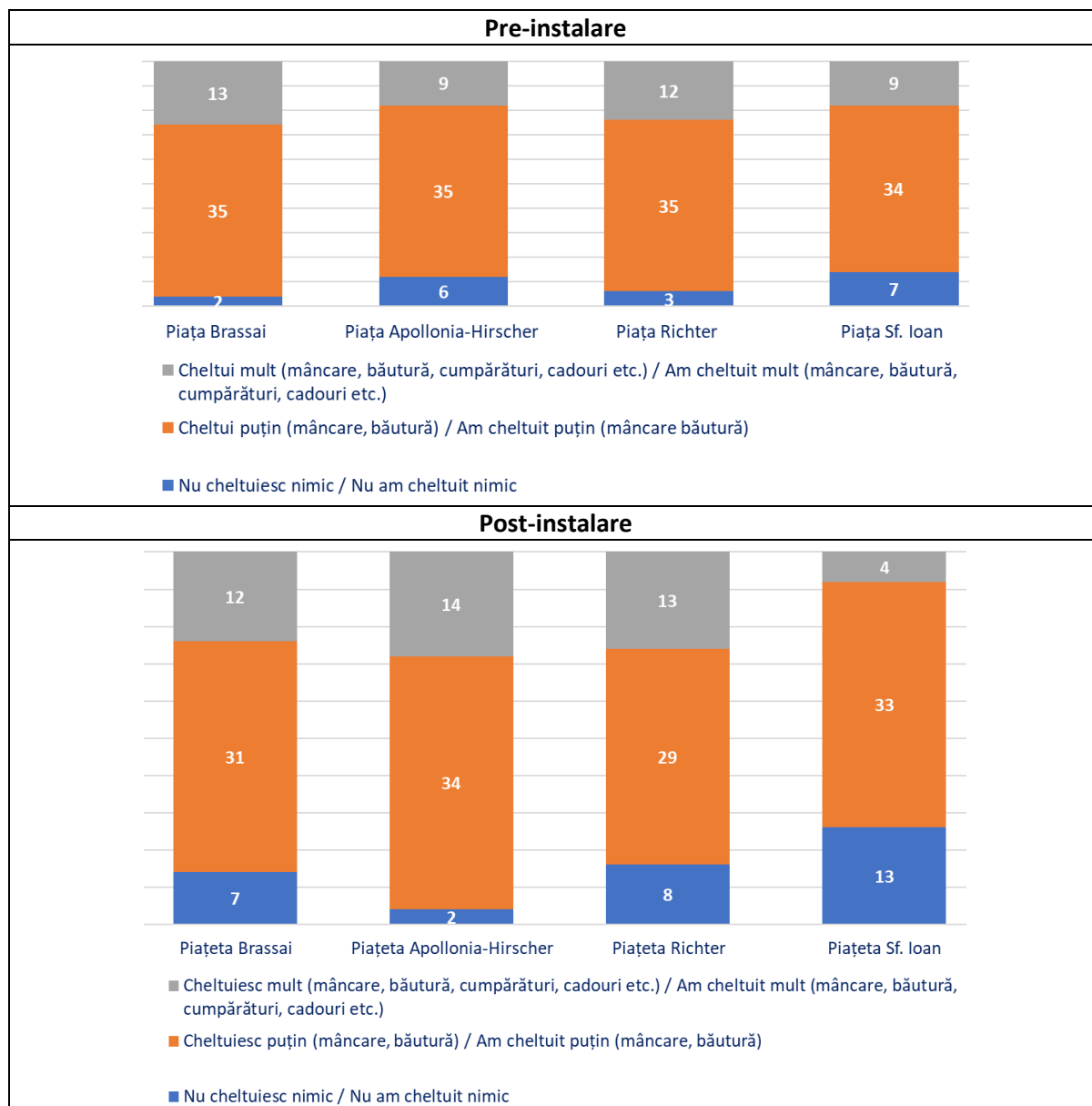


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, toate piețele, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Informațiile privind sumele cheltuite de respondenți în Centrul Istoric în timpul vizitelor, categorisite pe fiecare piață, oferă perspective asupra activității economice și comportamentului consumatorilor în aceste diferite părți ale Centrului Istoric al Brașovului (Grafic 7). Datele pre-instalare arată un tipar constant de cheltuieli moderate în centrul istoric al Brașovului. În Piața Brassai, 35 de respondenți au cheltuit puțin pe mâncare și băuturi, iar 13 au cheltuit mult, incluzând cumpărături și cadouri. Tendințe similare au fost observate în piețele Apollonia-Hirscher și Richter, majoritatea respondenților cheltuiind puțin. Piața Sf. Ioan a avut 34 de respondenți care au cheltuit puțin și 9 care au cheltuit mult. Doar câțiva nu au cheltuit nimic.

Post-instalare, în Piața Brassai, 31 de respondenți au raportat că au cheltuit puțin, în timp ce 12 au cheltuit mult și 7 nu au cheltuit nimic. Piața Apollonia-Hirscher a avut un tipar similar, cu 34 care au cheltuit puțin, 14 care au cheltuit mult și doar 2 care nu au cheltuit nimic. Piața Richter a arătat 29 care au cheltuit puțin, 13 care au cheltuit mult și 8 care nu au cheltuit nimic. Piața Sf. Ioan a diferit ușor, cu 33 care au cheltuit puțin, doar 4 care au cheltuit mult și 13 care nu au cheltuit nimic. În general, majoritatea vizitatorilor din toate piețele au optat pentru cheltuieli moderate, în principal pe mâncare și băuturi, cu o porțiune mai mică angajându-se în cheltuieli mai mari care includ cumpărături și cadouri. Aceste constatări subliniază reziliența centrului istoric al Brașovului ca destinație unde vizitatorii se angajează într-o gamă variată de comportamente de cheltuieli, de la cheltuieli ușoare pe mâncare și băuturi până la investiții mai substanțiale în cumpărături și cadouri, contribuind la vitalitatea economică a zonei.

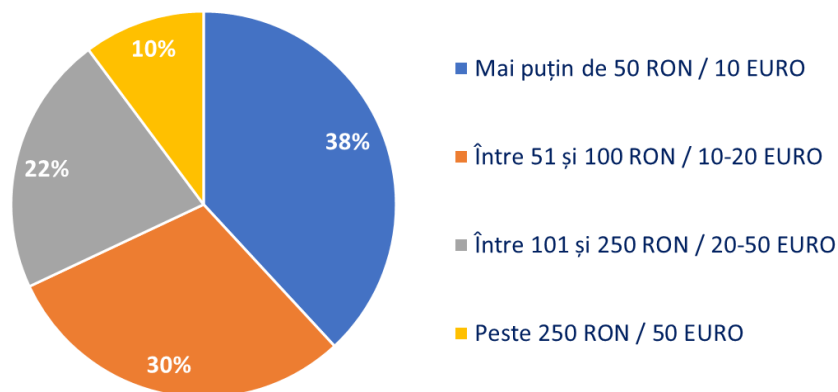
**Grafic 7. Sume cheltuite la vizitarea Centrului Istoric, în fiecare piață, pre- și post-instalare**



Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, toate piațetele, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Sondajul post-instalare a colectat, de asemenea, date privind valoarea cheltuielilor în Centrul Istoric (Grafic 8). 38% dintre respondenți au raportat că au cheltuit mai puțin de 50 RON (10 EURO), indicând o tendință spre cheltuieli modeste. Acest lucru este urmat de 30% dintre respondenți, care au cheltuit între 51 și 100 RON (10-20 EURO), reflectând un model de cheltuieli moderate. În plus, 22% dintre vizitatori au raportat că au cheltuit între 101 și 250 RON (20-50 EURO), arătând o disponibilitate de a cheltui mai mult pe diverse activități și achiziții. În cele din urmă, 10% dintre respondenți au cheltuit peste 250 RON (50 EURO), reprezentând cei mai mari cheltuitori care probabil s-au angajat în cumpărături sau experiențe culinare mai extinse. În general, datele evidențiază o gamă diversă de comportamente de cheltuieli în rândul vizitatorilor, majoritatea înclinând spre cheltuieli mici până la moderate, în timp ce un segment mai mic contribuie semnificativ la economia locală cu cheltuieli mai mari.

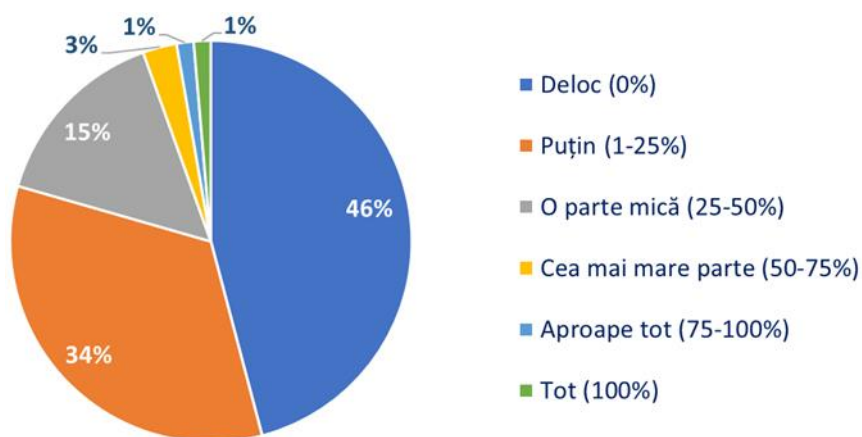
**Grafic 8.** Sume cheltuite la vizitarea Centrului Istoric



Sursa: Sondaj post-instalare, toate piațetele, Brașov, Aprilie 2024

Datele sondajului post-instalare privind cheltuielile în organizații/locații creative sau culturale relevă că aproape jumătate dintre respondenți, 46%, nu au alocat nicio parte din bugetul lor pentru aceste activități (Grafic 9). O parte semnificativă, 34%, a alocat o mică parte (1-25%) din cheltuieli pentru implicarea culturală. Alți 15% au raportat că unele dintre cheltuielile lor (25-50%) au fost direcționate către locații culturale sau creative. Un procent mai mic, 3%, a cheltuit cea mai mare parte a bugetului (50-75%) pe aceste activități, în timp ce câte 1% au raportat că aproape toate (75-100%) sau toate (100%) cheltuielile lor au fost dedicate scopurilor culturale. Această distribuție indică o implicare generală scăzută până la moderată în organizațiile culturale și creative printre vizitatori, majoritatea cheltuind puțin sau nimic în aceste direcții.

**Grafic 9.** Proporția cheltuielilor destinate organizațiilor/locațiilor creative sau culturale

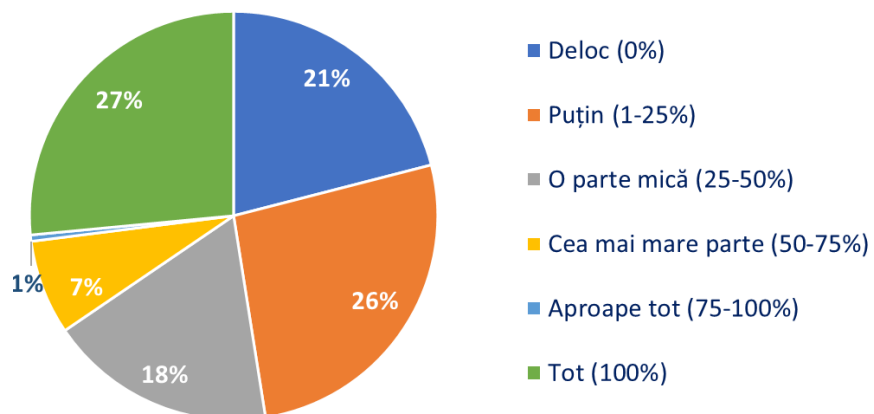


Sursa: Sondaj post-instalare, toate piațetele, Brașov, Aprilie 2024

Răspunsurile sondajului post-instalare cu privire la cât de mult din cheltuielile zilnice ar fi avut loc în zona istorică arată o distribuție variată (Grafic 10). Notabil, 27% dintre respondenți au indicat că toate cheltuielile lor ar fi avut loc în zona istorică, în timp ce o proporție similară de 26% a declarat că o mică parte (1-25%) din cheltuielile lor ar fi rămas în zonă. Un segment mai mic, 18%, a raportat că unele (25-50%) dintre cheltuielile lor ar fi rămas locale. Doar 7% dintre respondenți ar fi păstrat majoritatea (50-75%) cheltuielilor lor în zona istorică, și un minim de 1% au indicat că aproape toate (75-100%) cheltuielile lor ar fi rămas. Pe de altă parte, 21% au raportat că niciuna dintre cheltuielile lor nu ar fi avut loc în zona istorică. Aceste date sugerează o înclinație puternică pentru cheltuielile locale printre o parte semnificativă a vizitatorilor, contribuind pozitiv la economia locală.



**Grafic 10.** Sumele cheltuite care ar fi rămas în zona istorică



Sursa: Sondaj post-instalare, toate piațetele, Brașov, Aprilie 2024

## Piața Paul Richter

### Vizitatorii și comportamentul acestora

Observațiile pre- și post-instalare în Piața Paul Richter pe parcursul săptămânii au relevat tipare dinamice de utilizare (Tabel 1). Pre-instalare, dimineța, activitatea era minimală, în principal cu localnici care treceau prin piață. La prânz, piața devenea mai aglomerată, echilibrând numărul de localnici și turiști, iar interacțiunile sociale erau crescute. Traficul după-amiază scădea, arătând mai puțină implicare, în timp ce seara înregistra un flux moderat, cu puțini oameni care se opreau. Modele similare au fost observate și în perioada post-instalare a obiectelor pretext. În general, piața servește ca un pasaj liniștit dimineța, un centru de socializare la prânz și un spațiu de tranzit după-amiaza și seara, reflectând rolul său variat pentru localnici și turiști. Cu toate acestea, prezența băncii-șarpe a determinat câteva persoane să se oprească.

Post-instalare, în primele ore ale dimineții, 27 de persoane au traversat piața, aproximativ 90% fiind localnici și 10% turiști. Piața era folosită în principal de tineri care mergeau la școală, iar două familii cu copii s-au oprit să citească avizul referitor la obiectele pretext. A fost raportată prezența unei roți rupte pe bancă. La prânz, fluxul de persoane în Piața Richter a rămas constant, la aproximativ 27. Dintre aceștia, 85% erau localnici. Turiștii au fost observați fotografiind în piață, inclusiv la banca-șarpe. Mulți localnici erau în mișcare, părăsind zona centrală. Familiile purtau discuții, iar un angajat al pub-ului din piață era ocupat cu aranjarea terasei.

După-amiaza, numărul de persoane a scăzut la aproximativ 18, cu 70% fiind încă localnici. Piața a văzut două cupluri care părăseau centrul orașului, elevi de la școala din apropiere și diverse alte persoane, cum ar fi pensionari și lucrători din vecinătate. Spre seară, aproximativ 24 de persoane au fost observate trecând prin piață, cu 80% fiind localnici. Majoritatea doar treceau, dar adolescenții interacționau cu banca-șarpe, iar toți copiii care treceau se urcau pe ea. De remarcat că, micile elemente de roată ruptă care erau prezente mai devreme dispăruseră.

Numărul de turiști versus localnici este mai puțin relevant, fiind influențat de factori externi, cum ar fi locația pieței, atracțiile din apropiere și perioadele de vârf turistic ale orașului. Cu toate acestea, este important de menționat că banca-șarpe a atras trecătorii, transformând piața dintr-un simplu traseu într-un punct de oprire pentru unii.

**Tabel 1.** Sinteza observației efectuate în Piața Paul Richter în timpul unei zile lucrătoare, pre- și post-instalare

PRE-INSTALARE			
Oră / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	8	70% vs 30%	Majoritatea în tranzit, nimeni la terase, oameni făcându-și treaba, un localnic hrănind porumbeii.
12.00 – 13.00	38	50% vs 50%	Câteva grupuri de turiști, oameni care lucrează, oameni care beau sau mănâncă ceva la terase.
15.00 – 16.00	17	60% vs 40%	Majoritatea în tranzit, sunt puțini turiști și oameni care beau sau mănâncă ceva la terase.
18.00 – 19.00	25	60% vs 40%	Majoritatea în tranzit, doar câțiva oameni la terase.
POST-INSTALARE			
Oră / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor

<b>09.00 – 10.00</b>	27	90% vs 10%	Mulți tineri mergând la școală. Două familii cu copii s-au oprit să citească anunțul. Banca are o roată ruptă și am semnalat problema mai departe.
<b>12.00 – 13.00</b>	27	85% vs 15%	Mulți localnici trec prin piață, ieșind din zona centrală. Familii discutând despre ce au întâlnit. Angajatul de la pub-ul din piață pregătește terasa. Bunicii își iau nepoții de la grădinițe și/sau școli.
<b>15:00 – 16.00</b>	18	70% vs 30%	Două cupluri părăsind centrul orașului. Elevi de la școală, diverse alte persoane, pensionari sau lucrători din zonă.
<b>18.00 – 19.00</b>	24	80% vs 20%	Majoritatea doar trec prin piață. Adolescenții interacționează cu banca-șarpe. Toți copiii care trec pe lângă bancă se urcă pe ea. Micile elemente de roată ruptă au dispărut.

*Sursa: Observare Pre- și post-instalare, Piața Paul Richter, Septembrie 2023 & April 2024*

Observația realizată în Piața Paul Richter în timpul weekendului, pre- și post-instalare, a relevat o diversitate de activități, tendințe de trafic și tipuri de trecători în dinamica pieței (Tabel 2). Pre-instalare, cea mai aglomerată perioadă era seara între 18:00 și 19:00, cu 60 de vizitatori, dintre care 70% erau turiști. Această perioadă a fost caracterizată de oameni la terase, unii așteptând prieteni și grupuri de tineri care socializau, reflectând un nivel ridicat de interacțiune socială și activitate de tranzit. Congestia din această perioadă poate fi explicată de concertul important care avea loc în acea zi în oraș. La prânz, piața a cunoscut de asemenea o activitate semnificativă cu 25 de vizitatori, în principal turiști (70%) versus localnici (30%), caracterizată prin terase aglomerate și grupuri de turiști ghidați. Aceste observații indică o trecere către o proporție mai mare de localnici care folosesc piața, în special dimineața și la prânz, cu o anumită interacțiune cu noile bănci. Prezența familiilor și copiilor care interacționează cu băncile sugerează că acestea sunt utile pentru aceste categorii de public și că pot contribui la transformarea pieței dintr-un spațiu de tranzit într-un loc de interacțiune socială și agrement.

Observațiile post-instalare din weekend în Piața Paul Richter arată tipare distincte de activitate și o schimbare în proporția de localnici versus turiști pe parcursul zilei, deoarece nu aveau loc evenimente speciale. Dimineața, între 09:00 și 10:00, au fost 8 vizitatori, majoritatea semnificativ fiind localnici (90%) și doar 10% turiști. În această perioadă, o mamă cu un copil s-a oprit să stea pe bănci, o altă mamă și fiica ei au trecut, câteva persoane au trecut cu câinii lor și doi turiști au fost văzuți trecând. La prânz, între 12:00 și 13:00, piața a cunoscut o activitate crescută cu 30 de vizitatori, dintre care 80% erau localnici. Această perioadă a fost marcată de bunici cu nepoți, adolescenți admirând banca și multe familii cu copii trecând prin zonă. Alți copii și adolescenți au fost văzuți stând, urcându-se și încercând să miște banca. Terasese erau aglomerate și toți cei care treceau au studiat banca mobilă.

După-amiaza, între 15:00 și 16:00, au fost 20 de vizitatori, dintre care 70% localnici și 30% turiști și aproape nimeni nu s-a oprit la bănci. Seara, între 18:00 și 19:00, numărul vizitatorilor a crescut la 30, cu o împărțire echilibrată între localnici și turiști (50% fiecare). În acest timp, nimeni nu s-a oprit în piața propriu-zisă, dar erau 5 persoane pe terasă. Un cuplu s-a oprit să facă poze la bancă și un grup mare de persoane s-a adunat pe terasă. De asemenea, a fost observat trecând un copil pe bicicletă împreună cu mama lui.

**Tabel 2.** Sinteza observației efectuate în Piața Paul Richter în weekend, pre- și post-instalare

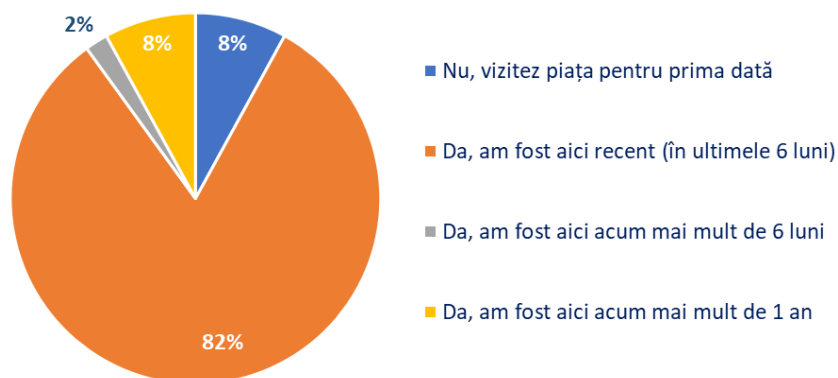
PRE-INSTALARE			
Oră / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	10	50% vs 50%	Majoritatea în tranzit, o persoană la terase, o localnică care hrănește porumbeii.
12.00 – 13.00	25	30% vs 70%	Majoritatea în tranzit, o mulțime de oameni la terase, un grup de tur ghidat de străini.
15.00 – 16.00	25	10% vs 90%	Majoritatea oamenilor sunt la terase, restul sunt în tranzit spre alte zone.
18.00 – 19.00	60	30% vs 70%	Majoritatea oamenilor de la terase, câțiva așteptându-și prietenii, un grup de tineri petrecând și mulți erau în tranzit.
POST-INSTALARE			
Oră / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	8	90% vs 10%	O mamă cu un copil s-a oprit la bănci. O mamă cu fiica ei trec pe acolo. Câțiva oameni își plimbă câinele. Doi turiști traversează zona.
12.00 – 13.00	30	80% vs 20%	2 adolescenți admiră banca, multe familii cu copii trecând pe acolo. Alți copii și adolescenți se așază, se urcă și încearcă să mute obiectul. Mulți oameni la terase. Toți cei care trec studiază banca mobilă.
15.00 – 16.00	20	70% vs 30%	6 persoane la terase, 2 persoane trecând prin zonă, 2 angajați la pub-uri. Un copil pe bicicletă, alți 6 tot pe biciclete, trecând pe acolo. Aproape nimeni nu se oprește la bănci. 2 grupuri de câte 3 persoane, trecând prin zonă.
18.00 – 19.00	30	50% vs 50%	Nimeni nu s-a oprit în piață, dar erau 5 persoane pe terasă. Un cuplu s-a oprit să facă poze la bănci. Un grup mare de persoane la terasa din piață. Un copil pe bicicletă, cu mama lui, trecând pe acolo.

Sursa: Observare Pre- și post-instalare, Piața Paul Richter, Septembrie 2023 & April 2024

### Percepții privind piața vizitată

Așa cum este ilustrat în Grafic 11, datele din sondaj relevă că 82% dintre respondenți au vizitat Piața Paul Richter recent, în ultimele 6 luni, indicând un angajament local și o utilizare frecventă a zonei. În plus, 8% dintre respondenți vizitau piața pentru prima dată, iar alți 8% o vizitaseră cu mai mult de un an în urmă, și doar 2% o vizitaseră cu mai mult de 6 luni în urmă, dar mai puțin de un an. Procentul ridicat de vizitatori recenți sugerează că Piața Paul Richter este o zonă atractivă, populară și frecventată în mod regulat. Prezența atât a vizitatorilor noi, cât și a celor ocazionali subliniază atracția și relevanța continuă a pieței, sugerând că îmbunătățirile sau investițiile în piață pot contribui la atragerea unor grupuri diverse.

**Grafic 11.** Frecvența vizitelor anterioare în Piața Paul Richter

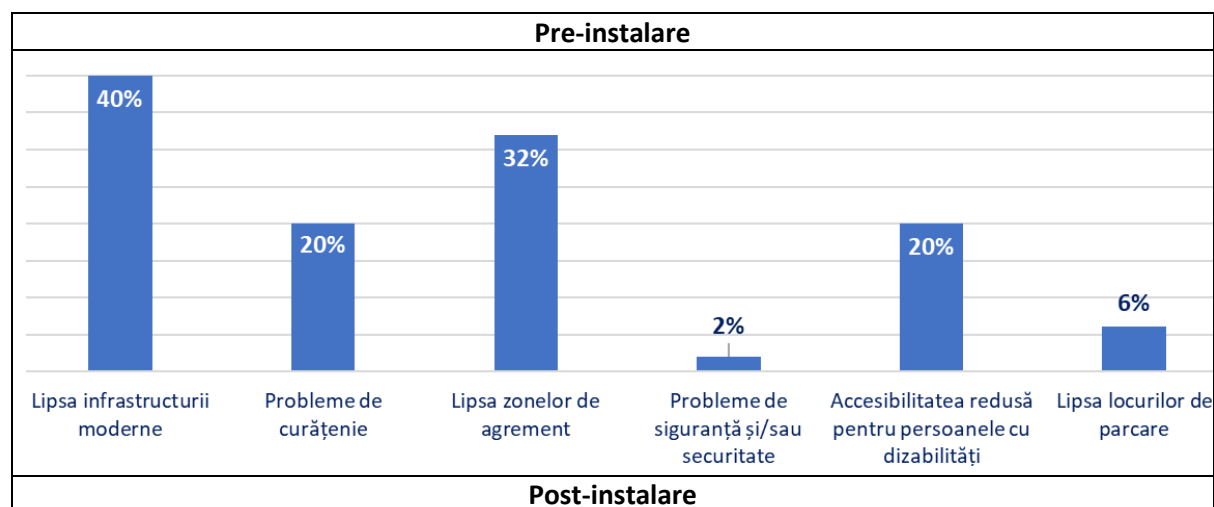


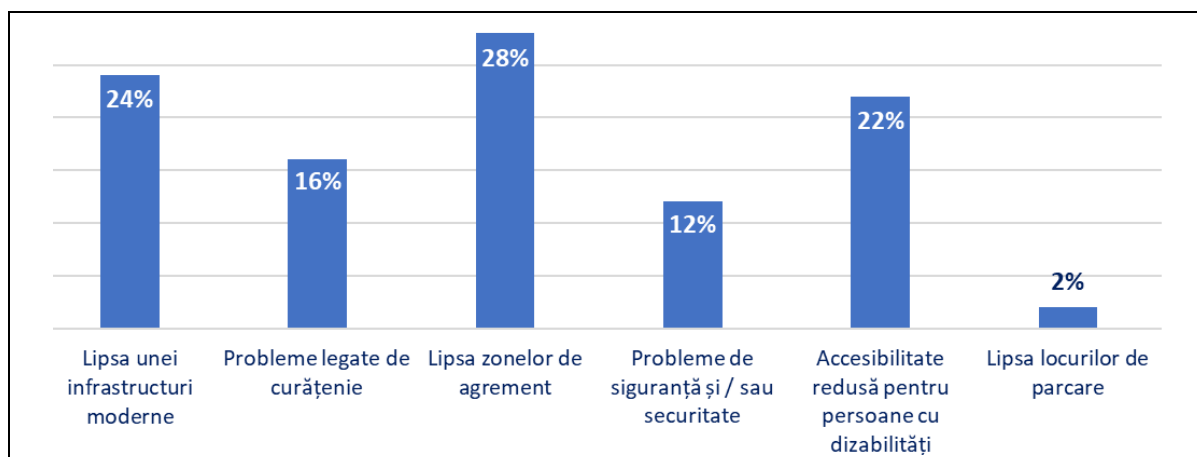
Sursa: Sondaj post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Aprilie 2024

Respondenții au evidențiat mai multe probleme sau neajunsuri în Piața Paul Richter (Grafic 12), atât înainte, cât și după instalare. Principala preocupare identificată înainte de instalare a fost lipsa infrastructurii moderne (40%), urmată de lipsa zonelor de recreere (32%). Problemele legate de curățenie și accesibilitate pentru persoanele cu dizabilități au fost raportate de 20% dintre respondenți. Siguranța și securitatea au fost o preocupare pentru 2%, în timp ce 6% au menționat absența locurilor de parcare. Interesant este că niciun respondent nu a ridicat probleme legate de disponibilitatea toaletelor publice în piață.

Sondajul post-instalare arată o percepție mai temperată a problemelor legate de infrastructura modernă (24%) și curățenie (16%). Cu toate acestea, preocupările legate de siguranță și securitate sunt o prioritate pentru un număr cu 10% mai mare de respondenți din acest grup decât din primul. Problema accesibilității reduse pentru persoanele cu dizabilități reprezintă o problemă pentru 22% dintre respondenți, în timp ce lipsa zonelor de recreere rămâne o preocupare majoră pentru 28% dintre ei. Problema lipsei locurilor de parcare este o problemă pentru doar 2% dintre respondenții acestui grup. Aceste schimbări indică faptul că, deși au fost recunoscute unele îmbunătățiri, în special în ceea ce privește infrastructura modernă și curățenia, au apărut noi preocupări legate de siguranță, iar anumite probleme, cum ar fi accesibilitatea și zonele de recreere, au rămas proeminente. Este important de menționat că răspunsurile pot varia în funcție de o multitudine de factori, cum ar fi momentul sondajului, variațiile sezoniere ale turismului și tipologia respondenților.

**Grafic 12.** Principalele probleme sau neajunsuri ale Pieței Paul Richter, pre- și post-instalare



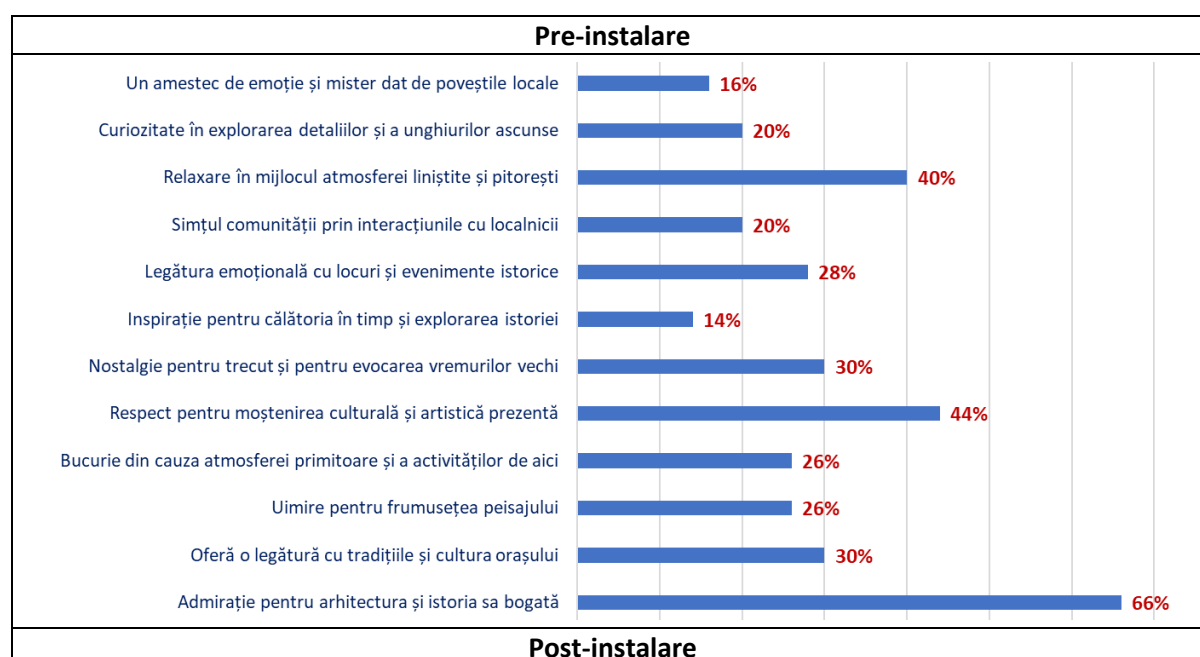


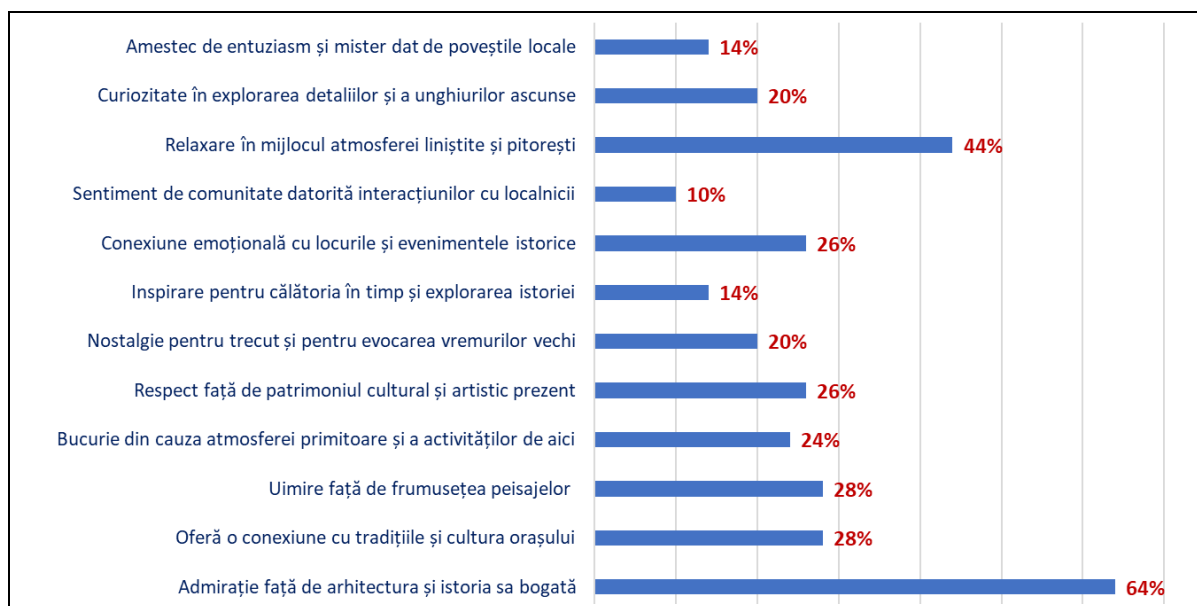
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Paul Richter, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Vizitatorii Pieței Paul Richter experimentează o gamă largă de emoții care reflectă semnificația istorică și culturală bogată a pieței (Grafic 13). Sondajul post-instalare a confirmat majoritatea sentimentelor care au fost de asemenea proeminente în sondajul pre-instalare. Admirația pentru arhitectura și istoria bogată a rămas foarte pronunțată, 64% dintre respondenți indicând o apreciere constantă pentru semnificația arhitecturală și istorică a pieței. Sentimentul de uimire față de frumusețea peisajului a crescut ușor la 28%, arătând că frumusețea peisajului continuă să impresioneze vizitatorii.

Unele sentimente pot fi identificate în ambele grupuri de respondenți, cum ar fi curiozitatea de a explora detalii și colțuri ascunse și inspirația de a călători în timp și a explora istoria. Acest lucru sugerează interesul continuu pentru descoperirea aspectelor unice ale pieței, confirmând că vizitatorii sunt în permanență inspirați de contextul istoric al acesteia. Deși sentimentele de admirație, relaxare și curiozitate au rămas puternice, a existat o diferență minoră în sentimentele legate de respect, nostalgie și interacțiunea comunitară post-instalare. Variațiile în răspunsuri pot fi influențate de o multitudine de factori subiectivi și/sau contextuali. În ansamblu, aceste emoții subliniază capacitatea pieței de a evoca o apreciere profundă pentru istorie, cultură și poveștile vibrante ale orașului, făcându-l o destinație interesantă pentru vizitatori – atât localnici, cât și turiști.

**Grafic 13.** Sentimentele pe care vizitatorii le au când se află în Piața Paul Richter, pre- și post-instalare





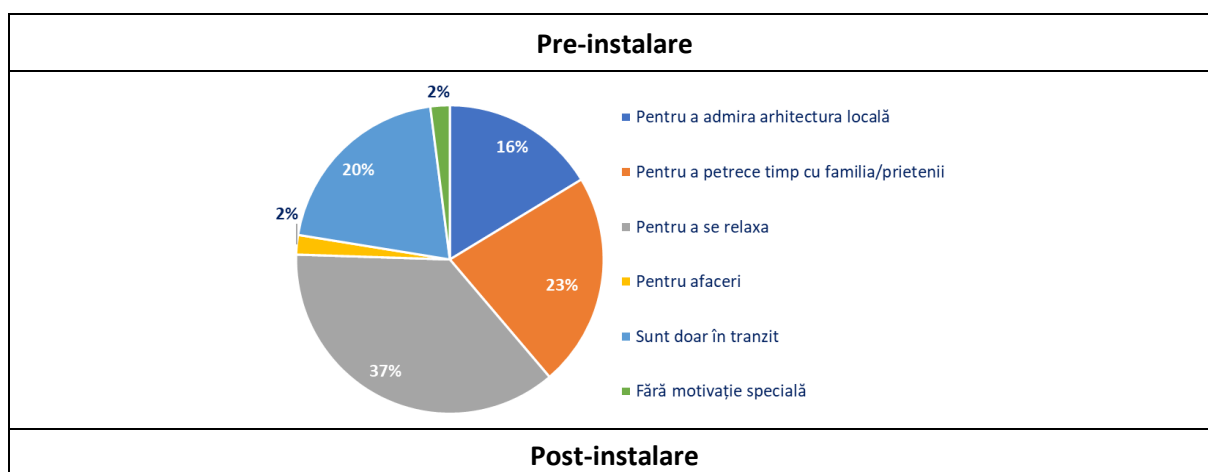
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Paul Richter, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

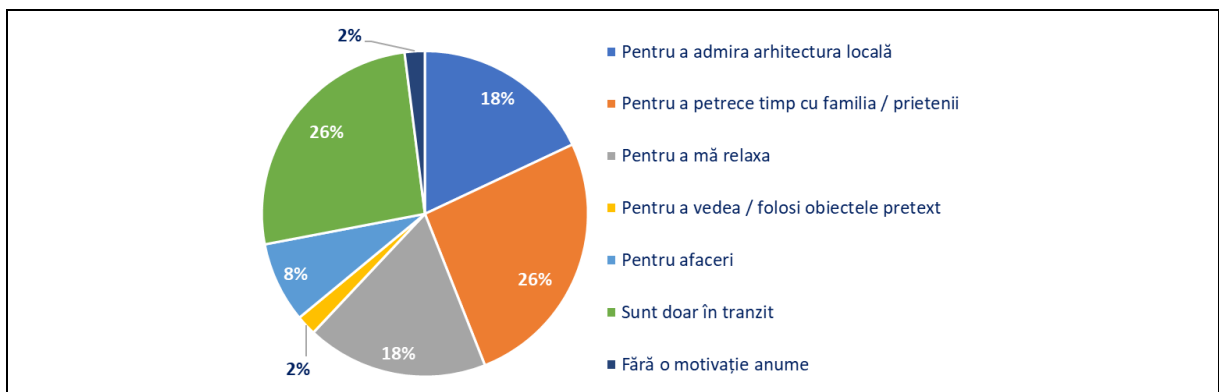
## Motivație

Sondajul post-instalare confirmă varietatea motivelor exprimate în cel anterior privind de ce indivizii aleg să viziteze Piața Paul Richter (Grafic 14). Cele mai comune motive exprimate de respondenți au fost petrecerea timpului cu familia și prietenii și deplasarea către o altă locație (în tranzit), fiecare menționat de 26% dintre respondenți. Acest lucru indică, încă o dată, că piața servește atât ca loc de întâlnire socială, cât și ca pasaj convenabil pentru cei care călătoresc prin zonă. Admirația pentru arhitectura locală și dorința de relaxare au fost, de asemenea, motive semnificative pentru vizitare, fiecare menționat de 18% dintre respondenți. Aceste răspunsuri evidențiază atracția pieței ca loc de apreciere a frumuseții arhitecturale și de găsimă a unui loc liniștit pentru relaxare.

Un procent mai mic dintre respondenți, 8%, au vizitat piața pentru scopuri de afaceri, sugerând că aceasta funcționează și ca un loc practic pentru activități legate de muncă. Doar 2% dintre respondenți au vizitat fără un motiv anume, reflectând rolul pieței ca destinație obișnuită, de zi cu zi. De asemenea, același procent de 2% dintre respondenți a menționat că au venit special pentru a vedea sau folosi obiectele pretext, indicând că, deși acestea ar putea îmbunătăți experiența generală, la momentul sondajului, ele nu constituiau un motiv principal de atracție pentru vizitatori.

**Grafic 14.** Motive pentru a vizita Piața Paul Richter, pre- și post-instalare



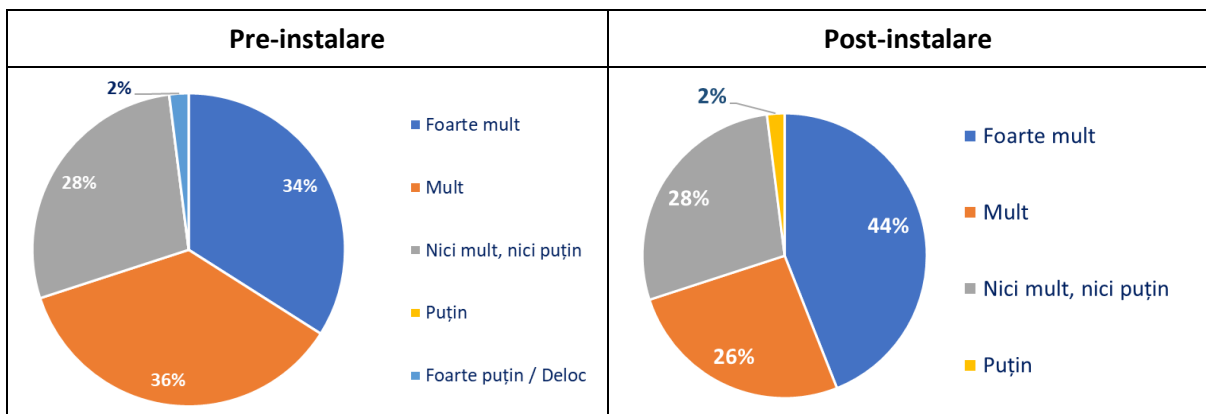


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

## Aspecte sociale

Când vizitează Piața Paul Richter, vizitatorii manifestă un profund sentiment de mândrie față de împrejurimile lor (Grafic 15). Un procent semnificativ, de până la 70% dintre respondenți în ambele sondaje, pre- și post-instalare, și-au evaluat mândria în categoriile „Foarte mult” și „Mult”. Acest lucru reflectă o legătură emoțională puternică și o admirație pentru istoria bogată, patrimoniul cultural și frumusețea arhitecturală a pieței. În schimb, doar un procent minor al respondenților la sondajul post-instalare, 2%, au raportat că simt foarte puțină mândrie, indicând că vasta majoritate a vizitatorilor apreciază cu adevărat importanța istorică și culturală a locului. Numărul respondenților care nu sunt nici foarte mândri, nici puțin mândri de zona istorică rămâne, de asemenea, constant în sondajul post-instalare (28%).

**Grafic 15.** Sentimente de mândrie față de Centrul Istoric în timpul vizitei în Piața Paul Richter, pre- și post-instalare



Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

În Piața Paul Richter, respondenții exprimă un nivel mixt de disponibilitate de interacțiune cu trecătorii (Grafic 16). Înainte de instalarea obiectelor pretext, 44% dintre respondenți (combinând răspunsurile „Foarte mult” și „Mult”) se simțeau semnificativ încurajați să vorbească cu trecătorii. Alți 30% erau neutri, în timp ce 26% simțeau puțină sau nicio disponibilitate. Această gamă diversă de sentimente privind interacțiunea socială reflectă capacitatea pieței de a răspunde diferitelor preferințe, fie că este vorba despre încurajarea conversațiilor vii sau oferirea unui spațiu liniștit pentru contemplație și solitudine.

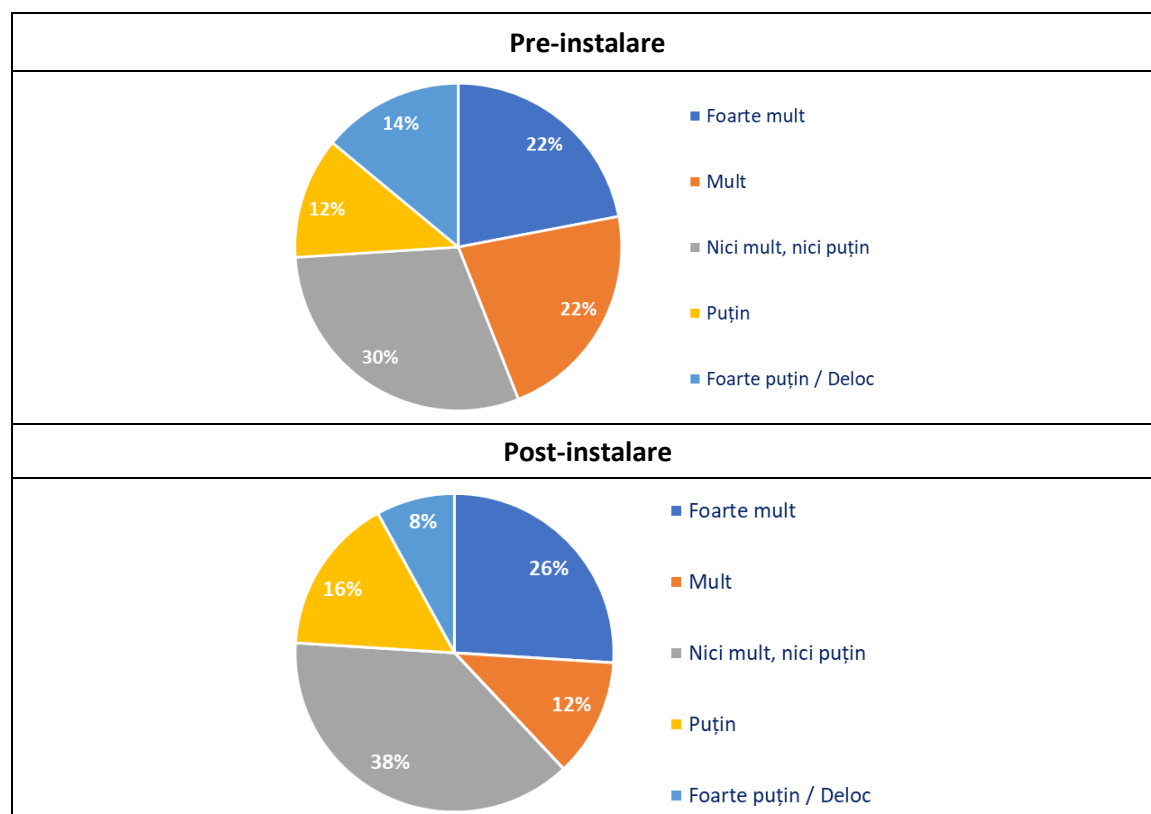
Post-instalare, procentul respondenților care s-au simțit „Foarte mult” disponibili să vorbească cu trecătorii a crescut ușor de la 22% pre-instalare la 26% post-instalare, ceea ce poate sugera o ușoară îmbunătățire a capacității oamenilor de a favoriza interacțiunile sociale. Cu toate acestea, procentul



respondenților care s-au simțit „Mult” disponibili să vorbească cu trecătorii a scăzut cu 10%. Aceasta indică o scădere a nivelurilor puternice de angajament pentru respondenți. Mai mult, procentul respondenților care s-au simțit „Nici mult, nici puțin” a crescut de la 30% la 38%. Aceasta arată o creștere a sentimentelor neutre față de inițierea conversațiilor.

Astfel, există o diferență ușoară în cel mai înalt nivel de angajament („Foarte mult”) precum și un număr redus de răspunsuri în categoria de angajament puternic („Mult”). Nivelurile neutre și de angajament ușor au crescut, iar dezangajarea completă a scăzut în comparație cu sondajul anterior. Este din nou important de menționat că aceste diferențe nu pot fi atribuite exclusiv instalării obiectelor pretext, deoarece diverși factori externi și contextuali care afectează direct respondenții ar fi putut influența aceste rezultate.

**Grafic 16.** Disponibilitatea de a vorbi cu trecătorii în piața Paul Richter, pre- și post-instalare



Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

### Aspecte culturale

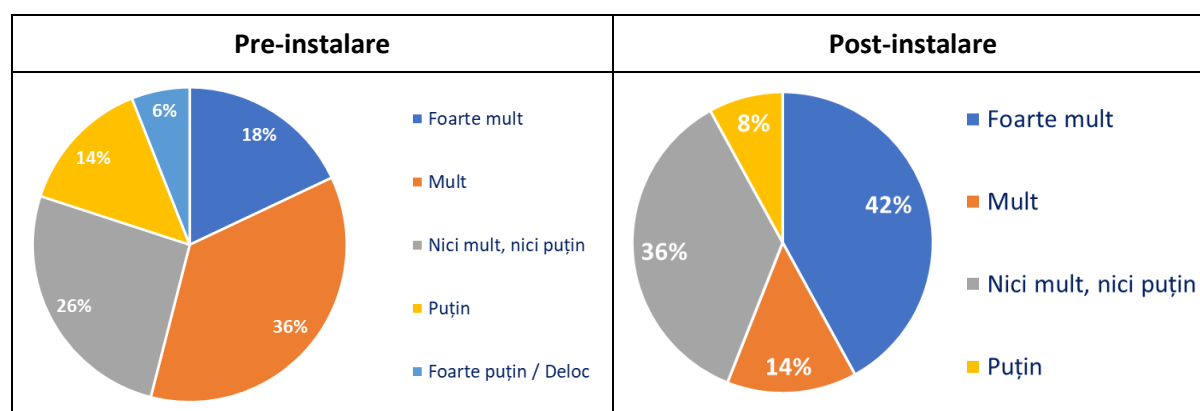
Vizitatorii din Piața Paul Richter au arătat o creștere considerabilă a gradului de conștientizare a arhitecturii locale atât înainte, cât și după instalarea obiectelor pretext (Grafic 17). Înainte de instalare, o proporție substanțială de 54% dintre respondenți a raportat o îmbunătățire a înțelegerii și aprecierii elementelor arhitecturale din piață, încadrându-se în categoriile "Foarte mult" (42%) și "Mult" (14%). De asemenea, 26% dintre respondenți au raportat o creștere moderată, indicând că chiar și cei cu o conștientizare mai echilibrată au considerat vizita lor benefică în ceea ce privește cunoștințele arhitecturale. Între timp, 14% au raportat o creștere ușoară, iar doar o minoritate, 6%, au afirmat că au avut foarte puțin sau deloc o creștere a conștientizării.

Rezultatele sondajului post-instalare arată un model similar, cu 56% dintre respondenți indicând o îmbunătățire semnificativă a conștientizării arhitecturii locale, de asemenea în categoriile "Foarte

mult" (42%) și "Mult" (14%). Proportia respondenților care au raportat o creștere moderată este ușor mai mare, de 36%, sugerând că și mai mulți vizitatori au considerat că vizita lor le-a influențat pozitiv conștientizarea arhitecturală. Procentul celor care au raportat o creștere ușoară ("Puțin") a scăzut la 8%, iar, în mod notabil, niciun respondent nu a raportat o conștientizare foarte mică sau deloc post-instalare.

Datele din cele două sondaje sugerează că vizitarea Pieței Paul Richter îmbunătățește constant conștientizarea și aprecierea arhitecturii locale de către vizitatori. Deși există variații ușoare în proporții, tendința generală rămâne similară, indicând că piața servește ca o platformă eficientă pentru educația și îmbogățirea arhitecturală. Datele post-instalare arată o ușoară îmbunătățire a nivelurilor de conștientizare moderată. Cu toate acestea, este important de menționat că aceste schimbări nu pot fi legate exclusiv de instalarea obiectelor pretext.

**Grafic 17.** Creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în piața Paul Richter, pre- și post-instalare

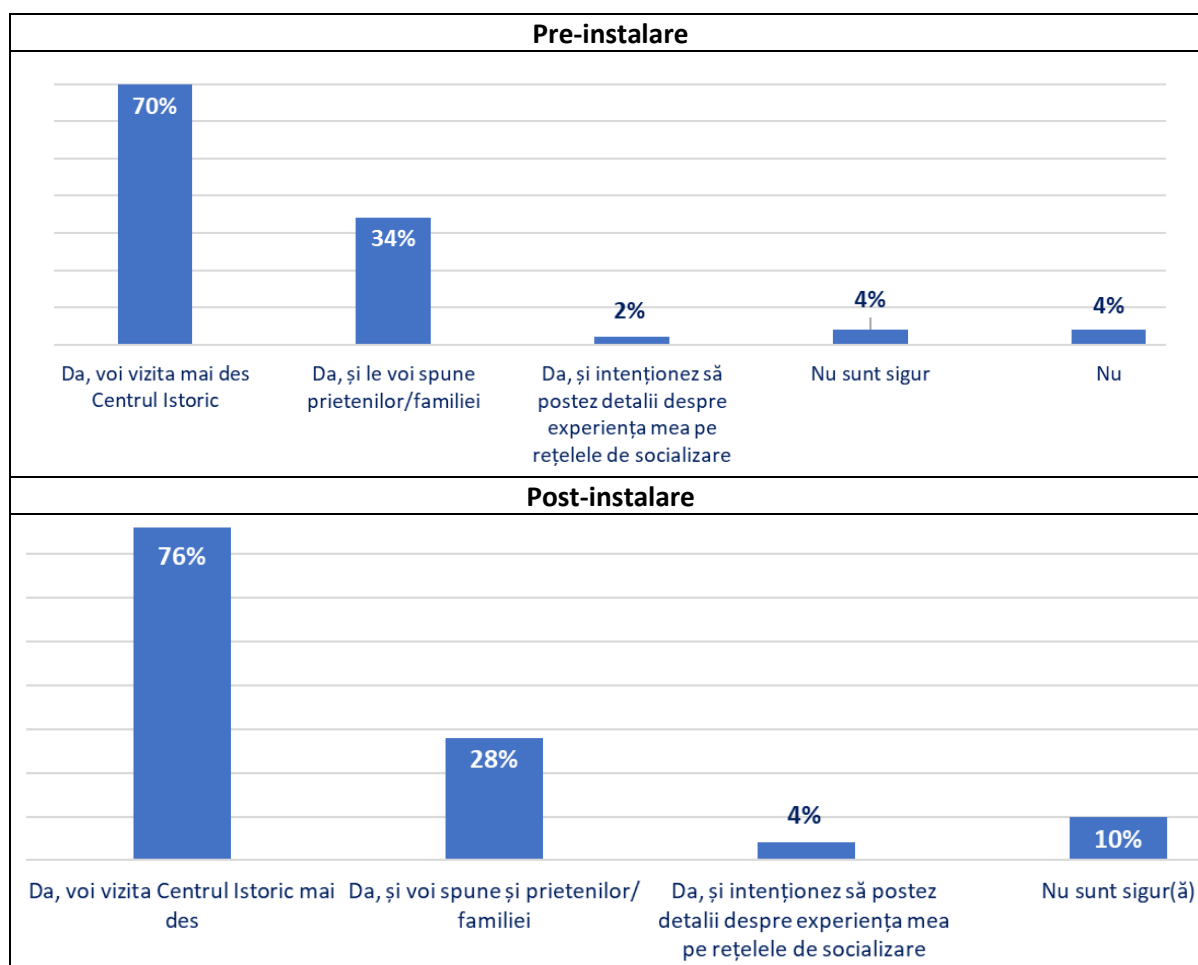


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Datele sondajului pre-instalare indică o puternică înclinație a respondenților de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Paul Richter, 70% exprimându-și intenția de a face acest lucru (Grafic 18). Acest lucru sugerează o dorință profundă de a explora mai des zona istorică mai largă. În plus, 34% dintre respondenți au indicat că își vor împărtăși experiențele pozitive cu prietenii și familia, subliniind potențialul pieței de a deveni o atracție răspândită prin cuvântul din gură. Un procent mai mic, 2%, planifica să documenteze experiența pe rețelele de socializare, ceea ce ar putea crește vizibilitatea pieței. Cu toate acestea, 4% dintre respondenți erau nesiguri cu privire la revenirea lor, iar alți 4% nu și-au exprimat intenția de a reveni, reflectând o diversitate de perspective ale vizitatorilor.

Rezultatele sondajului post-instalare reflectă o continuare a puternicei înclinații a vizitatorilor de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Paul Richter, cu o ușoară creștere la 76% dintre respondenți exprimându-și intenția de a vizita mai des. Intenția de a împărtăși experiențele cu prietenii și familia a scăzut de la 34% la 28%, în timp ce planurile de a posta pe rețelele de socializare au rămas stabile la 4%. Creșterea respondenților care erau nesiguri cu privire la revenirea lor (de la 4% la 10%) reflectă unele sentimente mixte ale respondenților. Aceste constatări sugerează că impactul general este moderat de diferiți factori, reflectând natura complexă a angajamentului și satisfacției vizitatorilor.

**Grafic 18.** Dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Paul Richter, pre- și post- instalare



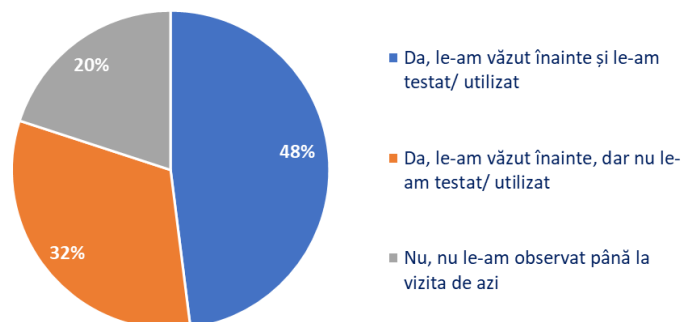
Sursa: Sondaje pre- și post- instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

### Percepția asupra obiectelor pretext

Datele sondajului post- instalare oferă informații valoroase despre gradul de conștientizare și utilizare a noilor elemente de mobilier urban din Piața Paul Richter (Grafic 19). Majoritatea covârșitoare a vizitatorilor au observat noile instalații. Mai exact, 48% dintre respondenți au raportat că nu doar au observat noul mobilier urban, ci l-au și testat sau utilizat. Acest procent sugerează că aproape jumătate dintre vizitatori interacționează activ cu noile instalații, indicând atractivitatea și utilitatea lor. În plus, 32% dintre respondenți au observat noul mobilier urban, dar nu l-au testat sau utilizat. Acest grup este conștient de instalații, dar nu a interacționat cu ele, ceea ce ar putea fi din diverse motive, cum ar fi lipsa de interes sau constrângerile de timp. Pe de altă parte, 20% dintre respondenți nu au observat noul mobilier urban până la vizita lor actuală. Acest lucru poate indica faptul că există încă o parte a vizitatorilor care fie nu sunt atenți la adăugiri, fie obiectele pretext nu sunt amplasate convenabil, cu suficientă vizibilitate.

În general, majoritatea vizitatorilor sunt conștienți de noul mobilier urban din Piața Paul Richter, cu un segment semnificativ care l-a testat sau utilizat. Cu toate acestea, există încă un grup notabil de vizitatori care fie nu interacționează cu instalațiile, fie nu le-au observat încă. Aceste constatări sugerează că, deși noul mobilier urban a reușit să atragă atenția și implicarea multor vizitatori, există încă loc pentru creșterea gradului de conștientizare și încurajarea interacțiunii în rândul celorlalți vizitatori.

**Grafic 19.** Ați observat noile obiecte de mobilier urban din piațetă? – Piața Paul Richter

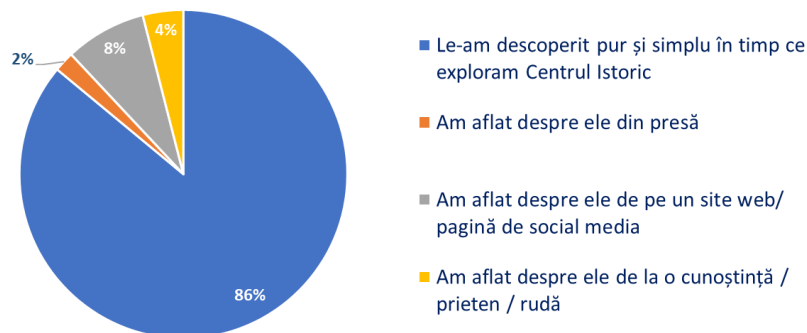


Sursa: Sondaj post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Aprilie 2024

Sondajul post-instalare oferă de asemenea informații despre cum au aflat vizitatorii de existența noilor elemente de mobilier urban din Piața Paul Richter (Grafic 20). Majoritatea respondenților, 86%, au descoperit noile instalații în timp ce explorau Centrul Istoric. Acest lucru sugerează că mobilierul urban este suficient de bine poziționat și vizibil pentru a atrage atenția trecătorilor care sunt deja familiarizați cu sau explorează zona. Un procent mai mic de respondenți, 8%, au aflat despre noul mobilier urban de pe un site web sau o pagină de social media. Acest lucru indică faptul că platformele online au jucat un rol, deși limitat, în răspândirea știrii despre instalații.

Doar 4% dintre respondenți afirmă că au aflat despre mobilierul urban prin intermediul cunoștințelor, prietenilor sau rudelor. Acest aspect subliniază că transmiterea pe cale orală are o influență minoră în comparație cu descoperirea directă și sursele online. În plus, doar 2% dintre respondenți au aflat despre mobilierul urban din presă, ceea ce indică faptul că acoperirea mediatică tradițională a avut un impact minim în creșterea conștientizării despre aceste instalații. Aceste constatări subliniază importanța plasării strategice și a vizibilității mobilierului urban pentru a asigura că vizitatorii observă și interacționează cu aceste noi adăugiri.

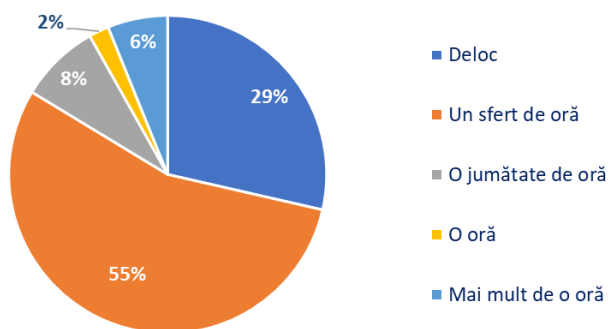
**Grafic 20.** Cum ați aflat despre aceste obiecte de mobilier urban? – Piața Paul Richter



Sursa: Sondaj post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Aprilie 2024

Sondajul post-instalare arată niveluri variate de angajament cu noul mobilier urban din Piața Paul Richter (Grafic 21). Majoritatea respondenților, 55%, au petrecut aproximativ un sfert de oră interacționând cu mobilierul. Acest lucru sugerează că, deși mulți vizitatori interacționează cu instalațiile, interacțiunile sunt în general scurte. Un procent mai mic, 8%, au petrecut o jumătate de oră cu mobilierul, indicând un nivel moderat de angajament. Doar 2% dintre respondenți au petrecut o oră interacționând cu instalațiile, în timp ce 6% au interacționat cu mobilierul pentru mai mult de o oră. Un procent notabil de 29% dintre respondenți au indicat că nu au petrecut deloc timp interacționând cu mobilierul. Acest grup fie nu a observat mobilierul, fie a ales să nu interacționeze cu acesta în timpul vizitei lor.

**Grafic 21.** Aproximativ cât timp ați petrecut interacționând cu obiectele de mobilier urban în această piață?



Sursa: Sondaj post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Aprilie 2024

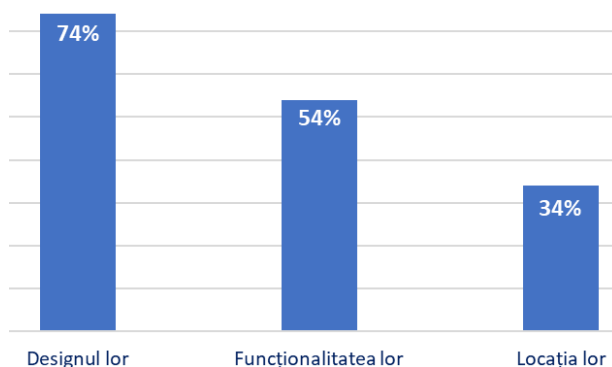
Răspunsurile vizitatorilor în Piața Paul Richter relevă, în sondajul post-instalare, o gamă largă de interacțiuni cu noul mobilier urban. Mulți respondenți au folosit activ mobilierul, stând frecvent pe el pentru a se relaxa sau a socializa cu prietenii. Afirmatii precum „Am stat pe ele”, „Am stat pe bancă cu prietenii” și „Ne-am așezat pe ele” ilustrează această utilizare comună. Unii vizitatori au încercat, de asemenea, să mute sau să ajusteze mobilierul, după cum reiese din răspunsuri precum „Am vrut să mut banca, dar a fost dificil” și „Am stat și am încercat să le schimb poziția”. Interacțiunea socială este o temă cheie, mobilierul servind ca punct de întâlnire pentru conversații și activități de agrement. Respondenții au menționat că au petrecut timp cu colegii, au purtat dialoguri și au citit în timp ce foloseau mobilierul, subliniind rolul său de punct de socializare. Acest lucru este evidențiat în comentarii precum „Am petrecut timp cu câțiva colegi și le-am testat” și „Petrecând timp cu cineva, citind.”

Observarea și explorarea au fost, de asemenea, aspecte semnificative ale interacțiunii. Unii respondenți s-au bucurat pur și simplu să observe mobilierul și utilizarea acestuia, în timp ce alții, în special copiii, erau dornici să exploreze și să se joace cu noile adăugiri. Comentarii precum „Le-am observat, sunt necesare pentru grupuri mai mari” și „Copiii au fost primii care le-au observat” reflectă această angajare. În plus, răspunsuri precum „Lăsând copilul să le exploreze” și „Copilul se joacă” subliniază atractivitatea pentru vizitatorii mai tineri. Testarea și experimentarea mobilierului au fost menționate de mai mulți respondenți, care și-au descris experiențele cu fraze precum „Le-am testat” și „M-am jucat cu roata.” Cu toate acestea, au fost menționate și provocări, în special în ceea ce privește dificultatea de a muta mobilierul, după cum a remarcat un respondent: „Am vrut să mut banca, dar a fost dificil” și altul a remarcat: „Nu am reușit încă să le folosesc.” În ciuda acestor provocări, mulți respondenți și-au exprimat plăcerea și aprecierea pentru noul mobilier. Fraze precum „Bucurându-ne de ele”, „Foarte bine” și „Am petrecut puțin timp cu nepotul meu” transmit o recepție pozitivă.

Sondajul post-instalare aduce, de asemenea, informații despre aspectele cele mai apreciate de vizitatori la noul mobilier urban din Piața Paul Richter (Grafic 22). Designul mobilierului este cel mai apreciat aspect, 74% dintre respondenți citându-l ca fiind cea mai importantă apreciere. Acest rezultat indică faptul că atractivitatea estetică a mobilierului joacă un rol important în îmbunătățirea experienței vizitatorilor în piață. Funcționalitatea este, de asemenea, un factor major, apreciat de 54% dintre respondenți. Acest lucru poate sugera că aspectele practice ale mobilierului, cum ar fi ușurința în folosire și confortul pe care îl oferă, sunt esențiale pentru mulți vizitatori. Locația mobilierului urban este apreciată de 34% dintre respondenți. Acest lucru indică faptul că, deși amplasarea mobilierului este mai puțin importantă decât designul și funcționalitatea sa, aceasta contribuie totuși pozitiv la

experiența generală în piață. Aceste constatări confirmă importanța atractivității vizuale, cât și a funcționalității practice ca factori cheie în integrarea de succes a mobilierului urban în spațiile publice.

**Grafic 22.** Elementele cele mai apreciate la obiectele de mobilier urban



Sursa: Sondaj post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Aprilie 2024

Feedback-ul primit de la respondenți oferă o gamă largă de perspective asupra experiențelor și percepțiilor lor cu privire la noul mobilier urban din Piața Paul Richter. Mai mulți respondenți au menționat preocupări legate de durabilitatea și întreținerea băncii, observând că aceasta este deteriorată sau pare fragilă, sugerând că utilizarea frecventă de către multe persoane, inclusiv turiști, poate contribui la uzura rapidă. Au fost semnalate și provocări funcționale, unii afirmând că banca este greu de mutat și poate obstrucționa trecătorii, indicând necesitatea unui design mai prietenos cu utilizatorii. Unii respondenți și-au exprimat dorința ca mobilierul să reflecte stilul istoric și arhitectural al zonei, preferând designuri care să completeze estetica gotică și saxonă existentă în piață. De asemenea, au fost ridicate preocupări legate de utilizarea necorespunzătoare și lipsa de grijă pentru mobilier din partea elevilor locali, iar lipsa umbra a fost menționată ca o problemă comună, sugerând necesitatea unor zone mai umbrite pentru a spori confortul. În plus, unii respondenți au considerat că mobilierul ocupă prea mult spațiu sau nu este bine amplasat, ceea ce a dus la preocupări legate de aranjamentul spațial din piață.

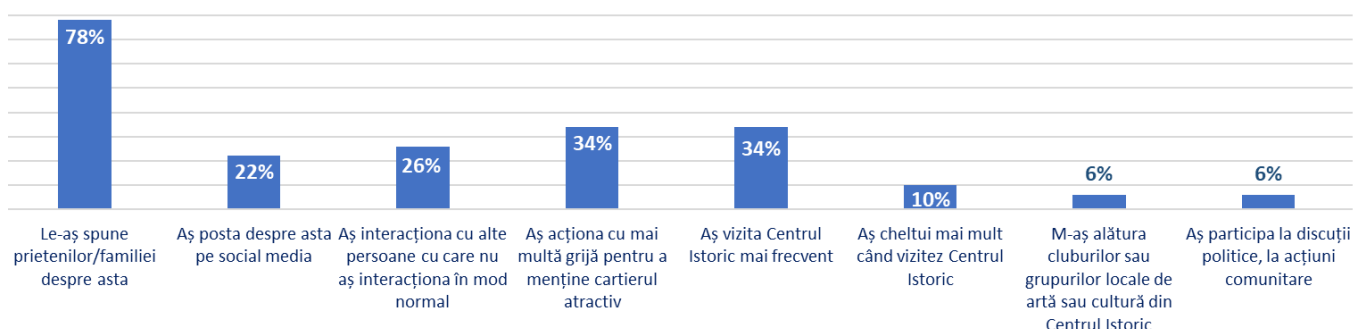
În ciuda acestor critici, au existat remarci pozitive despre designul mobilierului și plăcerea pe care o oferă. Unii respondenți au apreciat funcționalitatea și utilitatea băncii, în special pentru a sta jos în timp ce își urmăresc copiii sau nepoții jucându-se. Feedback-ul privind noul mobilier urban din Piața Paul Richter reflectă un amestec de apreciere și preocupări. În timp ce mulți respondenți apreciază aspectele estetice și funcționale ale mobilierului, există probleme notabile legate de durabilitate, întreținere și utilizare. În plus, există o preferință clară pentru designuri care se aliniază cu caracterul istoric al zonei.

Rezultatele sondajului oferă perspective asupra modului în care experiența cu noul mobilier urban din Piața Paul Richter ar putea influența comportamentele viitoare ale vizitatorilor (Grafic 23). Răspunsurile evidențiază câteva domenii cheie de impact. Un procent ridicat de respondenți (78%) a indicat că ar spune prietenilor sau familiei despre experiența lor cu mobilierul urban. Acest lucru sugerează că mobilierul are un potențial puternic de a genera promovare prin viu grai, sporind conștientizarea și interesul unui public mai larg. În plus, 22% dintre respondenți ar posta despre experiența lor pe rețelele de socializare, reflectând rolul platformelor digitale în răspândirea informațiilor și crearea de interes în jurul noilor instalații publice.

Mai mult, 26% dintre respondenți au menționat că ar interacționa cu alții cu care în mod normal nu ar interacționa, ceea ce indică faptul că mobilierul urban poate servi drept catalizator pentru interacțiuni sociale, promovând un sentiment de comunitate și incluziune. Atât „Aș acționa cu mai multă grijă

pentru a menține cartierul meu atractiv” cât și „Aș vizita zona istorică mai frecvent” au fost menționate de 34% dintre respondenți. Aceste răspunsuri sugerează că mobilierul urban nu doar că îmbunătățește atractivitatea estetică a zonei, dar încurajează și rezidenții să joace un rol activ în menținerea și vizitarea mai frecventă a împrejurimilor locale. Un procent mai mic, 10%, a indicat că ar cheltui mai mult atunci când vizitează zona istorică. Acest lucru sugerează că mobilierul urban ar putea avea un impact economic pozitiv, deși modest, prin potențiala creștere a cheltuielilor locale. Participarea la cluburi sau grupuri locale de artă sau cultură, precum și la discuții politice și acțiuni comunitare, a fost menționată de 6% dintre respondenți. Deși aceste procente sunt mai mici, ele indică faptul că mobilierul urban poate inspira o minoritate de vizitatori să se implice mai mult în activități culturale și civice.

**Grafic 23.** Ce credeți că ați putea face diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban?

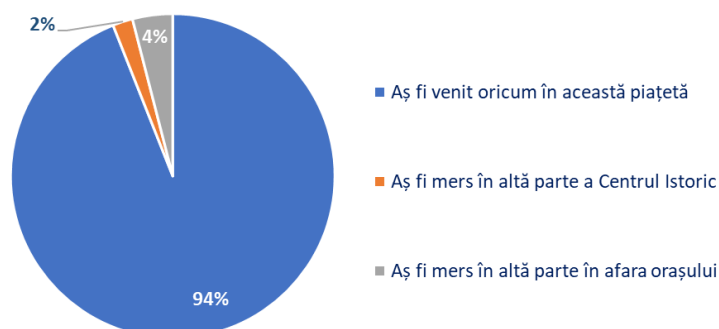


Sursa: Sondaj post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Aprilie 2024

Sondajul indică un atașament puternic al respondenților față de Piața Paul Richter, indiferent de prezența obiectelor pretext (Grafic 24). 94% dintre respondenți afirmă că ar fi venit în această piață oricum. Acest procent ridicat subliniază atractivitatea inerentă a Pieței Paul Richter ca destinație în cadrul Zonei Istorice, care atrage oameni datorită locației, atmosferei și semnificației sale istorice și culturale. Doar o mică parte dintre respondenți, 2%, au menționat că ar fi mers într-o altă parte a Zonei Istorice dacă obiectele pretext nu ar fi fost prezente.

În plus, 4% dintre respondenți au declarat că ar fi mers în altă parte în afara orașului dacă obiectele pretext nu ar fi fost instalate. Acest procent minor evidențiază că pentru câțiva indivizi, noile instalații pot juca un rol în decizia lor de a vizita piața, în loc să aleagă o destinație alternativă în afara orașului. Aceste rezultate sugerează că, deși obiectele pretext sunt o adădire binevenită, îmbunătățind experiența vizitatorilor, piața în sine deține un apel semnificativ inerent. Instalațiile contribuie pozitiv, dar nu sunt motivul principal pentru care vizitatorii aleg să-și petreacă timpul în Piața Paul Richter.

**Grafic 24.** Dacă obiectele pre-text nu ar fi fost aici, ce ați fi făcut astăzi?



Sursa: Sondaj post-instalare, Piațeta Paul Richter, Brașov, Aprilie 2024

## Piața Brassai

### Vizitatorii și comportamentul acestora

Înainte de instalarea obiectelor pretext, Piața Brassai a experimentat un trafic pietonal variat pe parcursul zilei în timpul săptămânii (Tabel 3). Dimineața, au fost observate 11 persoane, aproximativ jumătate dintre acestea fiind localnici. Majoritatea persoanelor doar treceau prin piață, puține rămânând să se bucure de terasa cafenelei. La amiază, numărul vizitatorilor a crescut semnificativ la 65, în principal datorită terasei cafenelei și a unui eveniment organizat de Forumul Orașelor Verzi (FOV). După-amiază târziu a avut cel mai mic trafic, cu doar 10 persoane, în timp ce seara numărul vizitatorilor a crescut la 30, datorită noilor instalații pentru copii care au atras ceva interes.

Observația post-instalare a relevat că într-o dimineață a săptămânii, între orele 9 și 10, au trecut 6 persoane prin Piața Brassai, aproximativ 50-60% dintre acestea fiind localnici. Locația oarecum ascunsă a pieței face ca majoritatea turiștilor să o descopere întâmplător, venind de pe strada După Ziduri. În această perioadă de observație, toate cele 6 persoane au trecut prin piață. Fiind o „zi de curățenie” pentru terasa cafenelei, acest lucru a contribuit probabil la traficul pietonal mai scăzut decât de obicei. La amiază, numărul vizitatorilor a crescut la 14, toți fiind localnici. În acel moment, patru studenți au fost văzuți stând pe o bancă, oferind feedback pozitiv despre prezența băncilor. Restul persoanelor doar treceau prin piață.

După-amiază târziu, piața a experimentat cel mai scăzut trafic al zilei, cu doar 10 persoane, aproximativ jumătate dintre acestea fiind localnici. Aceste persoane treceau în principal prin piață, trei turiști fiind observați trecând, și o persoană care lucra în zonă. Doi turiști s-au oprit pentru scurt timp să privească piața, în timp ce alții treceau discutând la telefon. Seara, traficul pietonal a crescut la 18 persoane, aproximativ 90% fiind localnici. În această perioadă, copiii au fost observați jucându-se în spațiul adiacent restaurantului, și un cuplu a fost văzut făcând poze băncii cu greutate. Majoritatea celorlalți vizitatori treceau prin piață, îndreptându-se către După Ziduri.

Observațiile post-instalare indică un anumit angajament al localnicilor cu mobilierul urban, în special seara, când copiii foloseau activ spațiul adiacent. În ciuda traficului pietonal redus dimineața din cauza factorilor externi, precum zilele de curățenie la terasa din piață, prezența studenților și a familiilor care interacționau cu băncile la amiază și seara sugerează că noile instalații sunt folosite într-o anumită măsură. Datele observate atât pre- cât și post-instalare reflectă o schimbare nuanțată în comportamentul vizitatorilor, cu localnicii arătând un angajament mai pronunțat în anumite perioade ale zilei.

**Tabel 3.** Sinteza observației efectuate în Piața Brassai în timpul unei zile lucrătoare, pre- și post-instalare

PRE-INSTALARE			
Oră / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	11	60% vs 40%	Mai ales în tranzit și la terasă
12.00 – 13.00	65	60% vs 40%	Majoritatea oamenilor la terasă, niște voluntari, restul în tranzit
15.00 – 16.00	10	50% vs 50%	Oameni în tranzit, angajați care își încheie tura
18.00 – 19.00	30	50% vs 50%	Copii jucându-se la unele instalații, majoritatea oameni în tranzit, și câțiva turiști
POST-INSTALARE			



Oră / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	6	100% vs 0%	Toți în tranzit.
12.00 – 13.00	14	100% vs 0%	Predominant în tranzi, 4 studenți au oferit un feedback pozitiv în timp ce erau așezați pe o bancă.
15.00 – 16.00	10	50% vs 50%	Mai ales în tranzit, cu câțiva turiști și localnici trecând sau oprindu-se pe scurt.
18.00 – 19.00	18	90% vs 10%	Copii jucându-se, un cuplu făcând fotografii, în mare parte persoane în tranzit

Sursa: Observare Pre- și post-instalare, Piața Brassai, Septembrie 2023 & April 2024

Înainte de instalarea obiectelor pretext, observațiile de weekend din Piața Brassai au arătat, de asemenea, comportamente variate ale vizitatorilor (Tabel 4). Dimineața, mai puțin de 30 de persoane au trecut prin piață, aproximativ 50% dintre acestea fiind localnici. La prânz, traficul pietonal a crescut la 70 de persoane, dintre care 40% erau localnici. După-amiaza, 40 de persoane au trecut prin piață, jumătate dintre acestea fiind localnici. Terasa a rămas deschisă și plină, iar oamenii s-au oprit scurt pentru a verifica dacă sunt mese disponibile. Seara, 25 de persoane au trecut prin piață, dintre care doar 20% erau localnici. Unii vizitatori s-au oprit să examineze fotografiile instalate de Forumul Orașelor Verzi (FOV), în timp ce alții, inclusiv turiști și localnici cu copii, s-au oprit scurt.

Observațiile de weekend în Piața Brassai au prezentat o imagine ușor diferită post-instalare (Tabel 4). Dimineața, au fost observate 14 persoane trecând prin piață, aproximativ 50% fiind localnici. S-au observat 2 cupluri la terasă, 2 bărbați plimbându-și câinii, 1 mașină livrând provizii la pub, 2 persoane lucrând la terasă și 1 grup de bărbați părăsind terasa. La prânz, duminică, numărul persoanelor a crescut la 42, aproximativ 80% fiind localnici. Majoritatea vizitatorilor erau la terasă pentru brunch, în timp ce un copil mic se juca pe mini terenul de sport. Respondenții care au completat sondajul au fost văzuți așezându-se pe bănci, iar mulți alții doar treceau prin piață.

După-amiaza, 55 de persoane au trecut prin piață, aproximativ 80% fiind localnici. Terasa era plină, iar erau 2 grupuri de 4 trecători, precum și un grup de copii care s-au dus la bancă. Un alt grup de 4 persoane a stat în piață aproape 10 minute, și un alt grup de 4 persoane a sosit la terasă. Un copil pe un scooter a fost, de asemenea, observat. În final, seara, 40 de persoane au trecut prin piață, aproximativ 80% fiind localnici. O familie de 5 persoane (părinți și copii) stătea pe bancă discutând, în timp ce grupuri de 2-3-4 persoane treceau prin piață. Un cuplu cu un câine admira piața. În timpul unui eveniment în desfășurare, cei prezenți erau văzuți stând pe bănci. Un alt grup cu un câine și un copil a trecut prin piață, majoritatea vizitatorilor doar trecând prin piață.

Comparând rezultatele observațiilor pre- și post-instalare, se poate observa un ușor angajament al vizitatorilor, în special al localnicilor, față de mobilierul urban, mai ales după-amiaza și seara. Datele reflectă, de asemenea, o variație nuanțată a comportamentului vizitatorilor, cu un procent mai mare de localnici care interacționează cu spațiul în anumite perioade ale zilei.

**Tabel 4.** Sinteza observației efectuate în Piața Brassai în weekend, pre- și post-instalare

PRE-INSTALARE			
Oră / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	30	50% vs 50%	Jumătate dintre persoane se aflau la terasă, turiștii luau micul dejun înainte de a pleca, în timp ce restul erau localnici în tranzit.
12.00 – 13.00	70	40% vs 60%	Majoritatea se află fie pe terasă, fie așteaptă să li se elibereze o masă. Un grup de turiști se oprește pentru câteva minute.
15.00 – 16.00	40	50% vs 50%	În mare parte, sunt persoane în tranzit care caută un loc pe terasă. Nimeni nu se oprește din alt motiv decât să caute un loc pe terasă.
18.00 – 19.00	25	20% vs 80%	În mare parte, sunt persoane în tranzit, turiști care petrec câteva minute, dar își continuă rapid vizita.
POST-INSTALARE			
Oră / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	14	50% vs 50%	Majoritatea în tranzit, cu câteva persoane la terasă și câteva care își plimbau câinii.
12.00 – 13.00	42	80% vs 20%	Majoritatea în tranzit, cu unele persoane așezate pe bănci și un copil jucându-se pe mini terenul de sport.
15.00 – 16.00	55	80% vs 20%	Majoritatea la terasă, cu grupuri care trec prin piață și câțiva copii jucându-se.
18.00 – 19.00	40	80% vs 20%	Majoritatea în tranzit, cu câteva familii și grupuri așezate pe bănci.

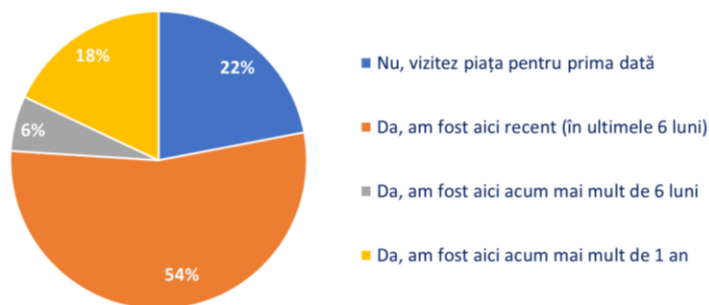
Sursa: Observare Pre- și post-instalare, Piața Brassai, Septembrie 2023 & April 2024

### Percepții privind piața vizitată

Datele sondajului post-instalare dezvăluie tipare interesante privind frecvența vizitelor anterioare în Piața Brassai (Grafic 25). Un procent notabil de 54% dintre respondenți au indicat că au vizitat piața recent, în ultimele șase luni. Acest procent ridicat sugerează că Piața Brassai este un loc frecvent vizitat, probabil datorită atracției sale și activităților sau facilităților pe care le oferă, care încurajează vizitele repetate. În contrast, 22% dintre respondenți au raportat că vizitează piața pentru prima dată. Acest lucru indică faptul că, deși piața are un flux constant de vizitatori obișnuiți, continuă să atragă și vizitatori noi.

O parte mai mică a respondenților, 6%, au menționat că au fost în piață cu mai mult de șase luni în urmă. Acest lucru sugerează un subset de vizitatori care au o relație mai sporadică cu piața, posibil influențată de evenimente specifice sau anotimpuri. În cele din urmă, 18% dintre respondenți nu au vizitat piața de peste un an. Acest grup ar putea reprezenta persoane care fie au oportunități limitate de a vizita piața, fie au redescoperit-o doar recent.

**Grafic 25.** Frecvența vizitelor anterioare în Piața Brassai

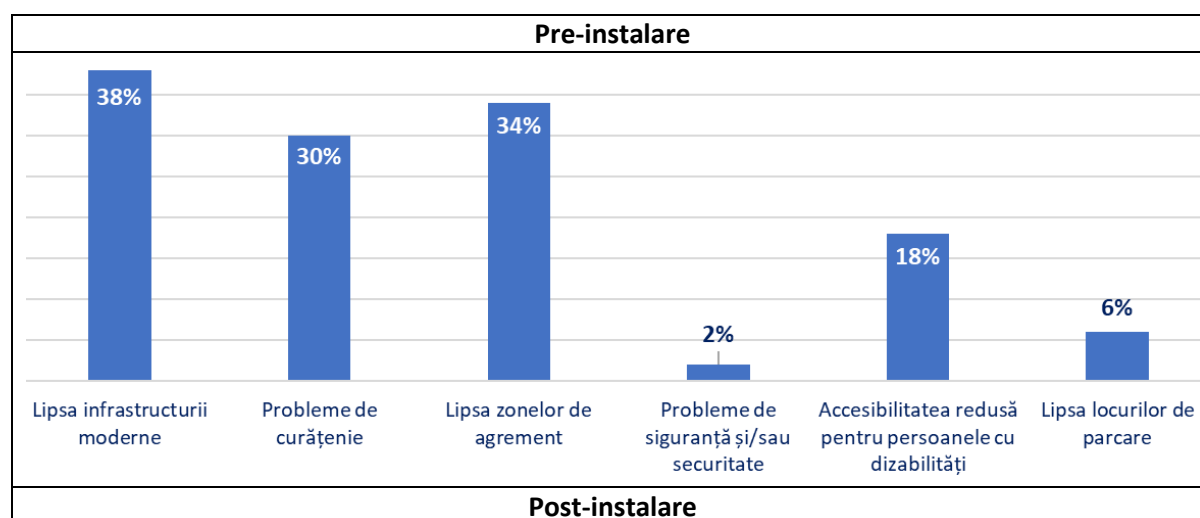


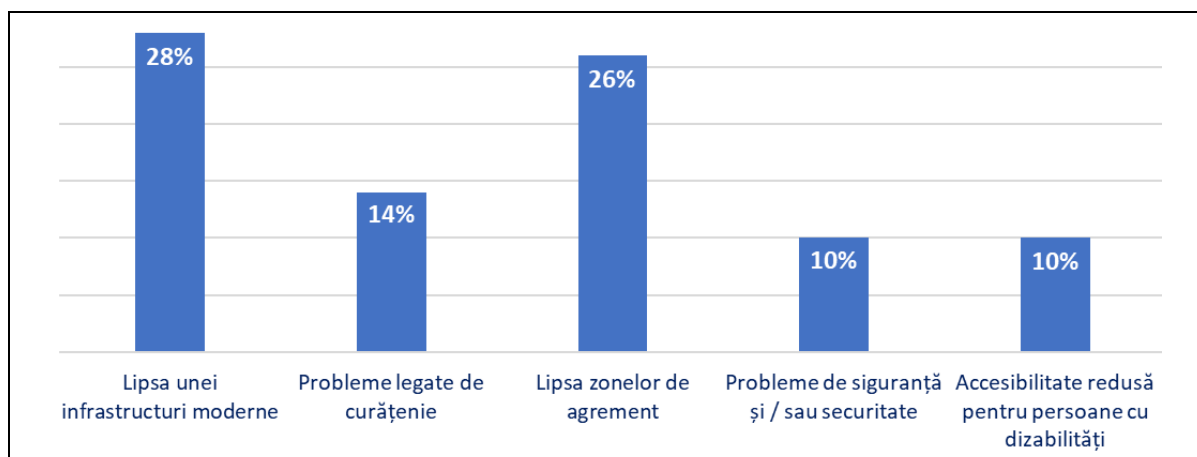
Sursa: Sondaj post-instalare, Piațeta Brassai, Brașov, Aprilie 2024

Principalele preocupări legate de Piața Brassai se concentrează pe mai multe probleme cheie (Grafic 26). Cea mai frecventă provocare, citată înainte de instalare de 38% dintre respondenți, a fost lipsa infrastructurii moderne, indicând necesitatea unor îmbunătățiri și modernizări substanțiale. Problemele de curățenie au fost menționate de 30% dintre participanți, subliniind importanța menținerii unui mediu curat. De asemenea, 34% dintre respondenți au evidențiat lipsa spațiilor de recreere, reflectând dorința de a avea mai multe spații de agrement. Problemele de siguranță și securitate au fost raportate de doar 2% dintre respondenți, în timp ce 18% au ridicat probleme legate de accesibilitatea redusă pentru persoanele cu dizabilități. Iar 6% au identificat lipsa locurilor de parcare ca un inconvenient.

În comparație, sondajul post-instalare încă identifică lipsa infrastructurii moderne ca o preocupare majoră, indicată de 28% dintre respondenți. Problemele de curățenie sunt raportate de 14%, indicând că această problemă necesită în continuare atenție. Lipsa spațiilor de recreere rămâne o problemă semnificativă, citată de 26% dintre respondenți. Problemele de siguranță și securitate au crescut la 10% comparativ cu sondajul anterior, evidențiind o nevoie tot mai mare de abordare a acestor probleme. Accesibilitatea redusă pentru persoanele cu dizabilități a fost menționată de 10% dintre respondenți în sondajul post-instalare, arătând că rămâne un domeniu critic de îmbunătățit. Problema locurilor de parcare nu a fost menționată post-instalare. Interesant este că niciun respondent nu a menționat lipsa toaletelor publice.

**Grafic 26.** Principalele probleme sau neajunsuri ale Pieței Brassai, pre- și post-instalare





Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Brassai, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Post-instalare au fost raportate o serie de **probleme suplimentare** de către respondenți referitoare la Piața Brassai. Una dintre preocupări este lipsa spațiilor care să încurajeze ciclismul, menționată de vizitatorii care aveau prieteni în căutare de astfel de facilități. De asemenea, au fost menționate probleme legate de curățenia pieței, unii comentând că curățenia este făcută de alții, ceea ce indică nevoia de practici de întreținere mai bune. Aleea cu terase și necesitatea unor piste dedicate pentru biciclete au fost, de asemenea, punctate, sugerând îmbunătățiri ale infrastructurii pentru a sprijini atât activitățile de agrement, cât și cele de ciclism.

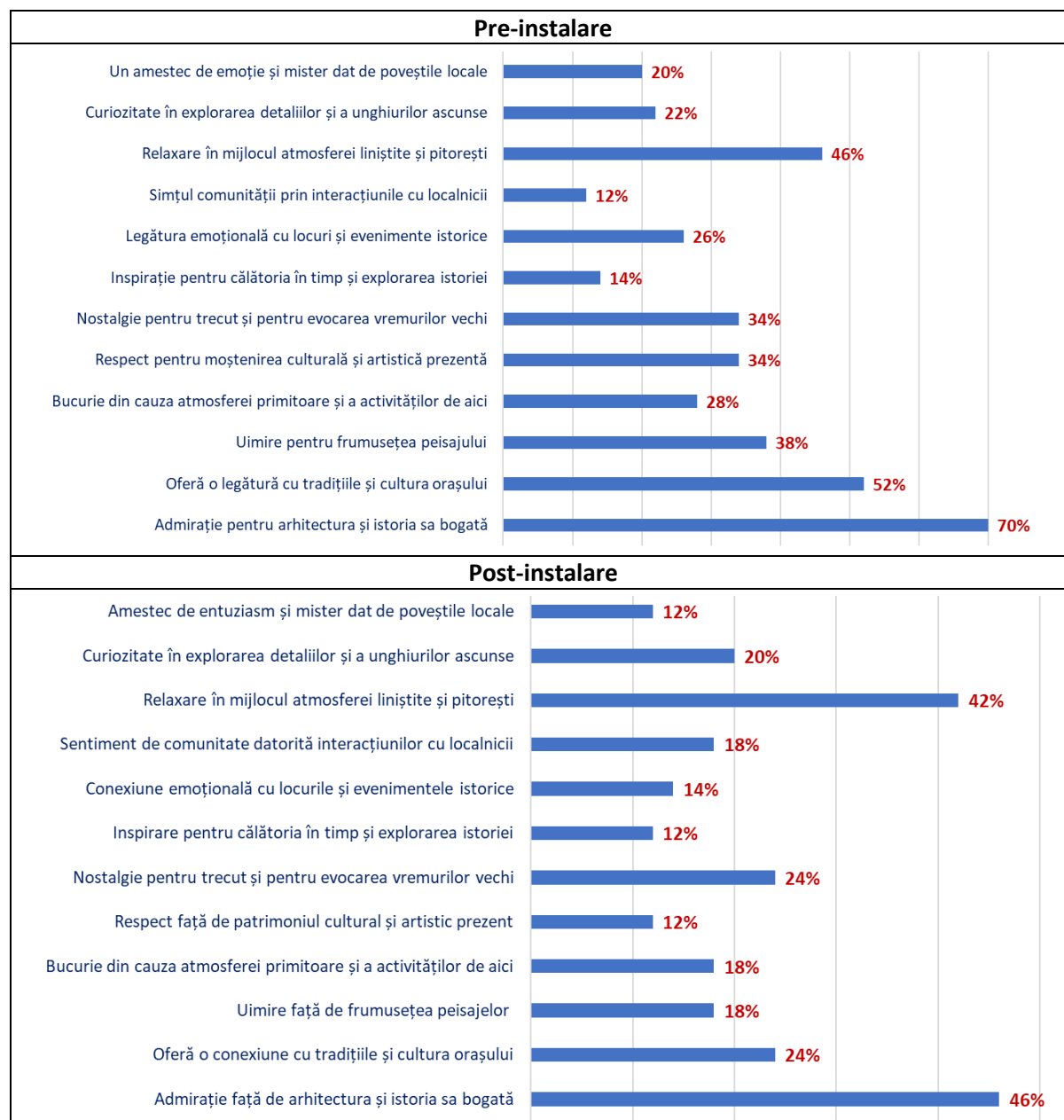
Respondenții au remarcat și iluminatul, indicând că piața nu este iluminată atractiv, ceea ce ar putea afecta ambianța de seară a pieței. De asemenea, au fost solicitări pentru renovări, în special ale turnului și zidurilor, împreună cu deschiderea turnului pentru vizite și abordarea pereților unei case abandonate, ceea ce ar putea îmbunătăți atractivitatea istorică a pieței. În final, necesitatea mai multor terase a fost menționată, sugerând o cerere crescută pentru spații sociale și de dining în piață. Aceste perspective indică mai multe domenii în care Piața Brassai poate îmbunătăți funcționalitatea, atractivitatea și valoarea istorică.

Vizitarea Pieței Brassai evocă o varietate de emoții și sentimente printre vizitatori (Grafic 27). În timpul studiului pre-instalare, un procent semnificativ de 70% și-au exprimat admirația pentru bogata sa arhitectură și istorie. Pentru 52% dintre respondenți, aceasta oferă o conexiune profundă cu tradițiile și cultura orașului, servind ca un punct de referință cultural. De asemenea, 38% au fost uimiți de frumusețea peisajului, în timp ce 28% au simțit bucurie datorită atmosferei primitoare și activităților. Sentimentele de respect pentru patrimoniul cultural și artistic au fost menționate de 34% dintre vizitatori, iar 34% au simțit și nostalgie și o conexiune emoțională cu locurile și evenimentele istorice. Piața a cultivat un sentiment de comunitate pentru 12% dintre respondenți și a oferit relaxare pentru 46%. Curiozitatea și explorarea au intrigat 22%, cu 14% simțind inspirație din elementele istorice și 20% experimentând emoție și mister din poveștile și legendele locale.

Analiza realizată post-instalare privind sentimentele vizitatorilor Pieței Brassai confirmă această gamă diversă de emoții. Cel mai frecvent sentiment menționat este admirația pentru bogata arhitectură și istorie a pieței, exprimată de 46% dintre respondenți. Aceasta este urmată îndeaproape de sentimente de relaxare în atmosfera liniștită și pitorească, notată de 42% dintre vizitatori. O parte semnificativă din respondenți, 24%, simte o conexiune cu tradițiile și cultura orașului, precum și nostalgie și evocarea timpurilor vechi. Frumusețea peisajului și atmosfera primitoare și activitățile generează trăiri de uimire și bucurie, fiecare citată de 18% dintre respondenți. Curiozitatea în explorarea detaliilor și unghiurilor ascunse intrigă 20% dintre vizitatori, în timp ce 14% raportează o

conexiune emoțională cu locurile și evenimentele istorice. Alte sentimente notabile includ un sentiment de comunitate prin interacțiunile cu localnicii (18%) și respect pentru patrimoniul cultural și artistic prezent (12%). Inspirația pentru călătorii în timp prin explorarea istoriei, și un amestec de emoție și mister oferit de poveștile locale sunt, de asemenea, menționate de 12% dintre respondenți.

**Grafic 27.** Sentimente pe care vizitatorii le au când se află în piața Brassai, pre- și post-instalare



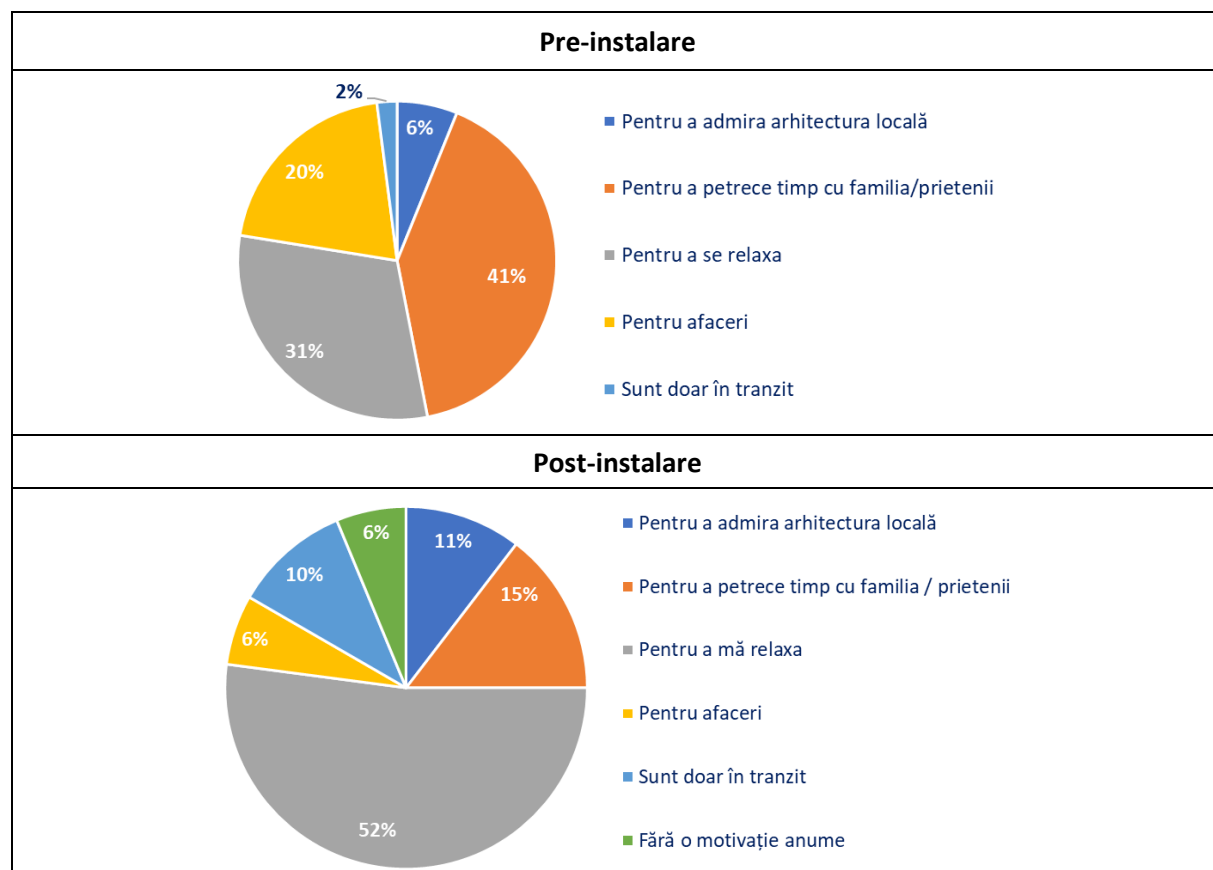
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piațeta Brassai, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

## Motivație

Vizitarea Pieței Brassai atrage persoanele din diverse motive (Grafic 28). Comparând rezultatele sondajelor pre- și post-instalare pentru vizitarea Pieței Brassai, se observă unele variații notabile în motivațiile vizitatorilor. Pre-instalare, principalul motiv pentru vizitare a fost petrecerea timpului cu familia și prietenii, citat de 41% dintre respondenți. Acest lucru subliniază rolul pieței ca un hub social unde oamenii se adună pentru a petrece timp de calitate. Post-instalare, această motivație este raportată de 15%, sugerând o tendință diferită în modul în care piața este utilizată social.

Relaxarea este motivul predominant post-instalare, cu 52% dintre respondenți indicând acest lucru ca fiind principala lor motivație, comparativ cu 31% pre-instalare. Această diferență semnificativă în răspunsuri poate fi atribuită unui număr mare de motive externe și contextuale. Dorința de a admira arhitectura locală este relativ scăzută în ambele sondaje, cu 6% pre-instalare și 10% post-instalare, indicând că, deși caracteristicile arhitecturale sunt apreciate, acestea nu sunt atracția principală pentru majoritatea vizitatorilor. Procentul vizitatorilor în tranzit a rămas constant, cu 20% pre-instalare și 10% post-instalare, reflectând rolul continuu al pieței ca o trecere convenabilă în oraș. Vizitele legate de afaceri și cele fără o motivație specifică au arătat variații ușoare post-instalare, sugerând o gamă mai largă de utilizări a pieței.

**Grafic 28.** Motive pentru a vizita Piața Brassai, pre- și post-instalare

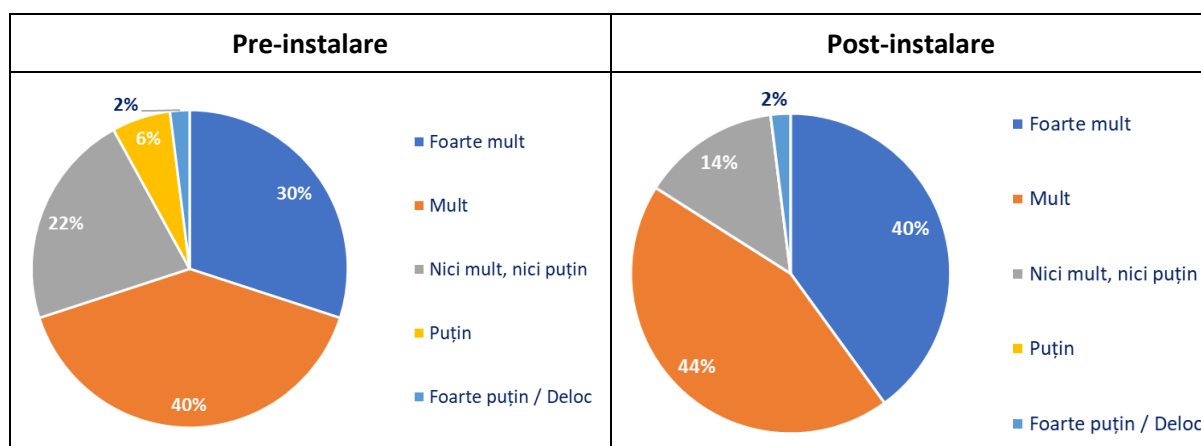


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Brassai, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

### Aspecte sociale

Comparând rezultatele sondajelor pre- și post-instalare, se relevă un mare sentiment de mândrie pe care vizitatorii îl simt față de Zona Istorică atunci când vizitează Piața Brassai (Grafic 29). Post-instalare, 84% dintre respondenți au raportat că simt fie foarte mult (40%), fie mult (44%) mândrie, indicând că piața contribuie semnificativ la percepția lor pozitivă asupra Zonei Istorică. Acest nivel ridicat de mândrie reflectă capacitatea pieței de a spori aprecierea vizitatorilor pentru semnificația istorică și culturală a zonei. În plus, 14% dintre respondenți au simțit o mândrie moderată, sugerând că, deși au unele sentimente pozitive, impactul este moderat. Notabil, niciun respondent nu a raportat că simte puțină mândrie, iar doar o mică minoritate (2%) a exprimat foarte puțină sau deloc mândrie. Acest feedback general pozitiv subliniază rolul pieței în cultivarea unui sentiment de mândrie și conexiune cu Zona Istorică printre vizitatorii săi, evidențiind importanța acesteia ca parte valoroasă și prețuită a comunității.

**Grafic 29.** Sentimente de mândrie față de Centrul Istoric în timpul vizitei în Piața Brassai, pre- și post- instalare

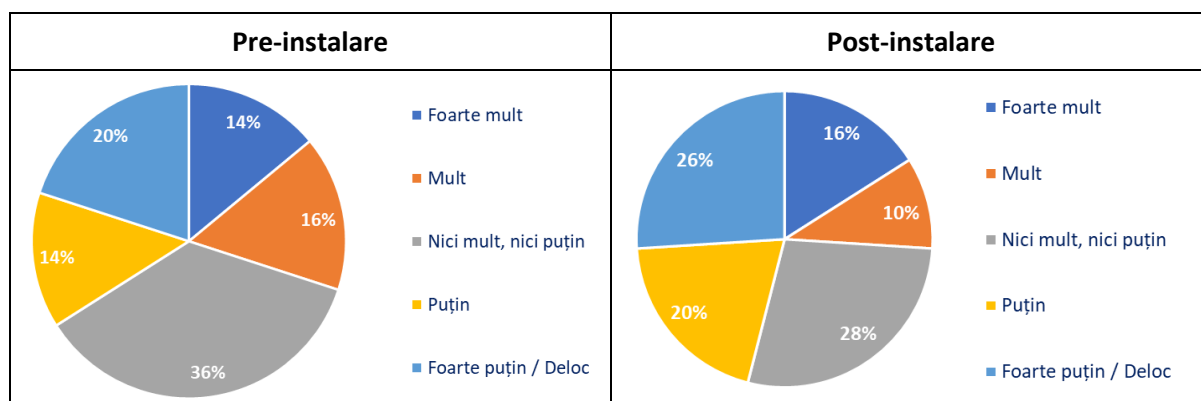


Sursa: Sondaje pre- și post- instalare, Piața Brassai, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Analizând rezultatele sondajelor pre- și post- instalare privind încurajarea de a vorbi cu trecătorii în Piața Brassai (Grafic 30), datele relevă o imagine nuanțată a interacțiunilor sociale. Pre- instalare, răspunsurile au fost mixte. Inițial, o parte semnificativă, 30%, și-a exprimat o puternică înclinație de a interacționa cu alții, cu 16% simțindu-se foarte încurajați și 14% simțindu-se mult încurajați. În același timp, 36% dintre respondenți s-au încadrat în categoria moderată de interes pentru interacțiuni sociale, indicând un interes moderat în a interacționa cu alții. Pe de altă parte, 34% au arătat un entuziasm limitat pentru interacțiunea cu trecătorii, cu 20% simțindu-se foarte puțin încurajați și 14% simțindu-se deloc încurajați să inițieze conversații.

Post- instalare, distribuția răspunsurilor a rămas relativ consistentă. Procentul respondenților care s-au simțit foarte mult sau mult încurajați să vorbească cu trecătorii a rămas la 26%, cu 16% simțindu-se foarte mult și 10% simțindu-se mult încurajați să se angajeze în conversații. Categoria moderată de interes a înregistrat o ușoară scădere la 28%, indicând o mică variație în nivelurile de interes moderat. Proportia respondenților cu entuziasm limitat pentru interacțiunea socială, inclusiv cei care s-au simțit foarte puțin sau deloc încurajați să vorbească cu trecătorii, a rămas similară la 34%. Prin comparație, se poate observa că, deși există variații ușoare, tendința generală a vizitatorilor din Piața Brassai de a interacționa cu trecătorii a rămas constantă. Preferințele individuale pentru interacțiunea socială continuă să varieze semnificativ, reflectând o paletă diversificată de atitudini ale vizitatorilor față de interacțiunile cu alții în piață.

**Grafic 30.** Disponibilitatea de a vorbi cu trecătorii în Piața Brassai, pre- și post- instalare



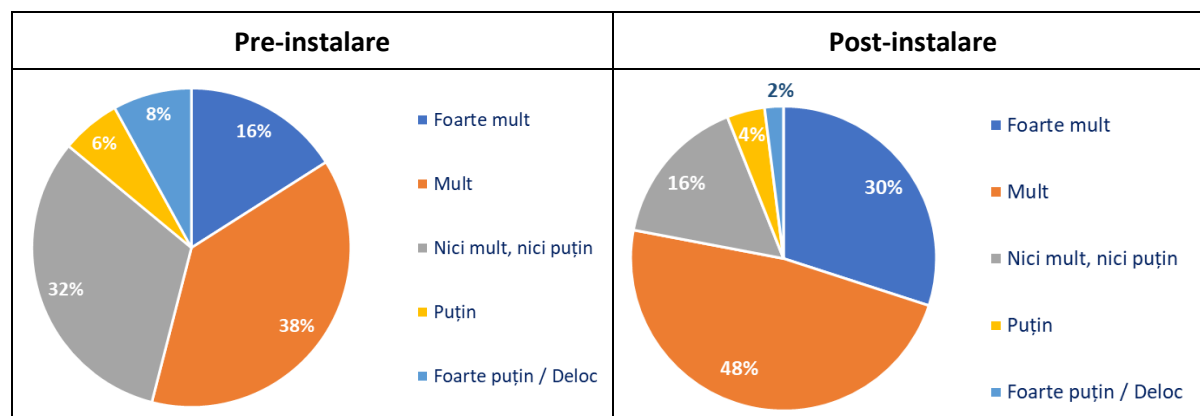
Sursa: Sondaje pre- și post- instalare, Piața Brassai, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

## Aspecte culturale

În ceea ce privește creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în timpul vizitei în Piața Brassai, o proporție semnificativă a respondenților a exprimat rezultate pozitive (Grafic 31) în ambele sondaje pre- și post-instalare. Pre-instalare, 54% dintre vizitatori au raportat o creștere semnificativă a conștientizării, cu 16% simțindu-se foarte mult și 38% simțindu-se mult mai conștienți de arhitectura locală. Post-instalare, acest rezultat pozitiv rămâne ridicat, cu 78% dintre vizitatori exprimând o conștientizare crescută—30% foarte mult și 48% mult.

Proporția vizitatorilor care au simțit o creștere moderată a conștientizării a fost de 16% post-instalare, ușor mai mică decât cei 32% pre-instalare, indicând o tendință spre mai mulți vizitatori care experimentează un nivel mai înalt de conștientizare arhitecturală. Cei care au simțit puțin sau foarte puțin/deloc creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale au rămas o minoritate în ambele sondaje, subliniind în continuare rolul Pieței Brassai în îmbunătățirea aprecierii vizitatorilor față de patrimoniul arhitectural local. În general, aceste constatări sugerează că piața continuă să fie un spațiu eficient pentru promovarea conștientizării arhitecturale în rândul vizitatorilor săi.

**Grafic 31.** Creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în Piața Brassai, pre- și post-instalare



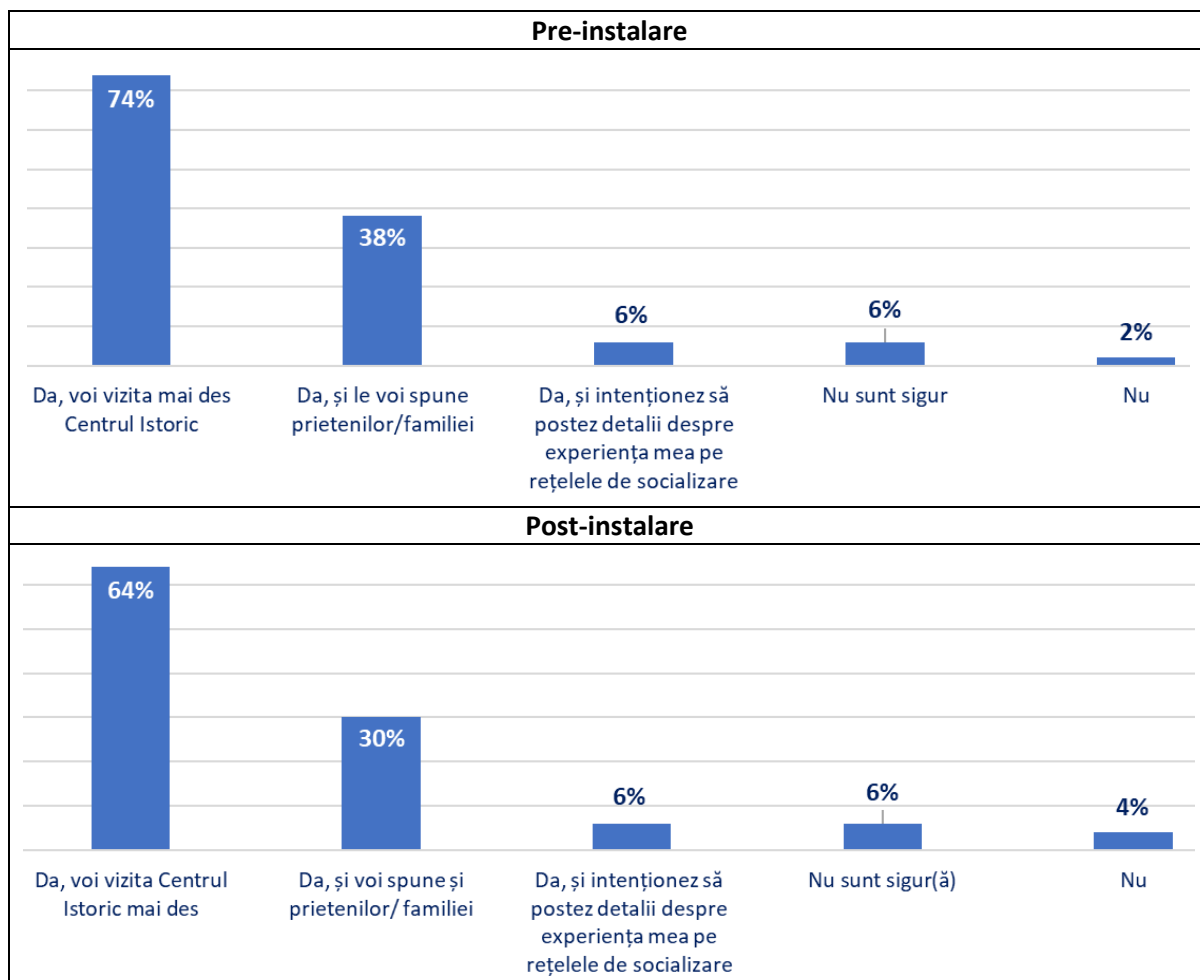
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piațeta Brassai, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Răspunsurile privind dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Brassai reflectă un sentiment pozitiv printre vizitatori (Grafic 32). Răspunsurile sondajului pre-instalare indică o dorință puternică printre respondenți de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Brassai, 74% dintre aceștia exprimându-și intenția de a vizita mai frecvent Centrul Istoric. Acest lucru arată că experiența lor în piață a lăsat o impresie durabilă și favorabilă. În plus, 38% plănuiau să-și împărtășească experiențele pozitive cu prietenii și familia, sugerând că promovarea prin viu grai ar putea contribui la creșterea interesului pentru zonă. Procentele scăzute ale răspunsurilor "nu sunt sigur" (6%) și "nu" (2%) indică faptul că Piața Brassai încurajează efectiv vizitatorii să interacționeze cu Centrul Istoric mai larg și cultivă un sentiment de entuziasm pentru vizite viitoare.

Sondajul post-instalare dezvăluie, de asemenea, că majoritatea respondenților își exprimă intenția de a vizita mai des Centrul Istoric, 64% indicând acest interes și 30% dintre aceștia planificând să povestească prietenilor și familiei despre experiența lor. Procentajul celor care intenționează să posteze despre experiența lor pe rețelele sociale a rămas stabil la 6%. Răspunsurile "nu sunt sigur" au rămas la fel, la 6%, în timp ce răspunsurile "nu" sunt acum la 4%. Aceste rezultate sugerează că, deși entuziasmul general pentru a reveni în Centrul Istoric rămâne puternic, există un număr ușor redus de respondenți care își exprimă intens acest sentiment în comparație cu perioada pre-instalare.



**Grafic 32.** Dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Brassai, pre- și post-instalare

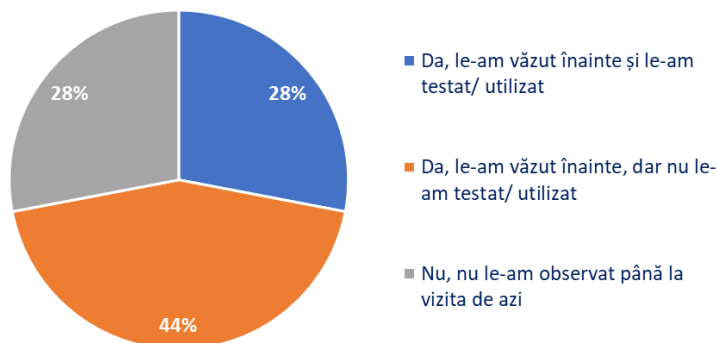


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piațeta Brassai, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

### Percepția asupra obiectelor pretext

Întrebarea din sondaj privind percepția obiectelor pretext din Piața Brassai relevă un nivel mixt de conștientizare și interacțiune printre respondenți (Grafic 33). Aproximativ 44% dintre respondenți au observat noile obiecte de mobilier urban, dar nu le-au testat sau folosit. Acest lucru sugerează un nivel semnificativ de conștientizare, dar indică o lacună în ceea ce privește angajamentul față de noile instalații. Alte 28% dintre persoane au raportat că au văzut și folosit mobilierul, demonstrând o interacțiune proactivă cu aceste obiecte. În schimb, un procent egal de 28% dintre respondenți au menționat că nu au observat noile obiecte de mobilier urban până la vizita lor actuală, indicând faptul că o parte dintre vizitatori nu sunt pe deplin conștienți de modificările sau actualizările recente din piață. În ansamblu, deși majoritatea vizitatorilor au observat cel puțin noile obiecte de mobilier, utilizarea efectivă rămâne relativ scăzută, evidențiind o oportunitate pentru creșterea angajamentului și utilizării acestor noi instalații.

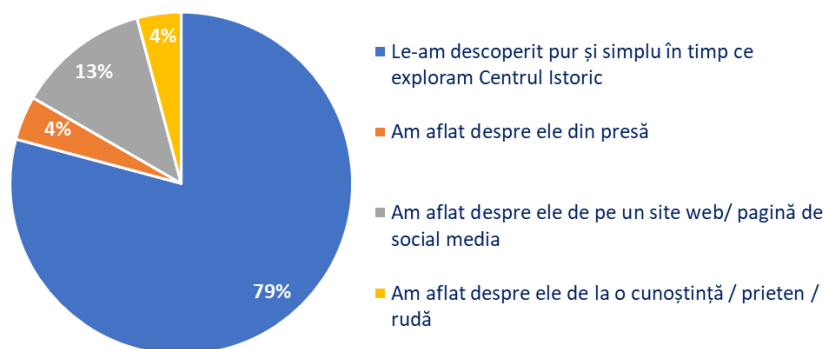
**Grafic 33.** Ați observat noile obiecte de mobilier urban din piațetă?



Sursa: Sondaj post-instalare, Piațeta Brassai, Brașov, Aprilie 2024

Datele referitoare la modul în care vizitatorii au aflat despre noile obiecte de mobilier urban din Piața Brassai (Grafic 34) arată că majoritatea respondenților, 79%, le-au descoperit în timp ce explorau Centrul Istoric. Acest lucru sugerează că cei mai mulți vizitatori au întâlnit obiectele de mobilier organic, în timpul vizitei lor. În plus, 13% dintre respondenți au aflat despre mobilier prin intermediul site-urilor web sau paginilor de social media, reflectând rolul platformelor online în diseminarea informațiilor despre noile adăugiri din piață. Un procent mai mic, 4%, au aflat despre mobilier din presă, iar un alt 4% au fost informați de cunoștințe, prieteni sau rude. Aceste date subliniază faptul că, deși explorarea personală este principalul mod de descoperire, rețelele digitale și sociale joacă, de asemenea, un rol important în răspândirea conștientizării despre noile obiecte de mobilier urban din piață.

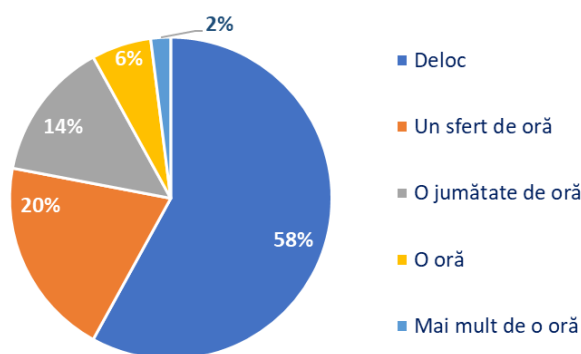
**Grafic 34.** Cum ați aflat despre aceste obiecte de mobilier urban? – Piața Brassai



Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Brassai, Brașov, Aprilie 2024

Sondajul post-instalare arată niveluri variate de interacțiune cu noile obiecte de mobilier urban din Piața Brassai (Grafic 35). Majoritatea respondenților, 58%, nu au petrecut deloc timp interacționând cu mobilierul, în timp ce 20% au petrecut aproximativ un sfert de oră interacționând cu mobilierul. Acest lucru sugerează că, deși mulți vizitatori interacționează cu instalațiile, interacțiunile sunt, în general, foarte scurte. Un procent mai mic, 14%, au petrecut o jumătate de oră cu mobilierul, indicând un nivel scăzut de implicare. Doar 6% dintre respondenți au petrecut o oră interacționând cu instalațiile, iar doar 2% au interacționat cu mobilierul mai mult de o oră.

**Grafic 35.** Timp petrecut interacționând cu obiectele de mobilier urban în această piață— Piața Brassai

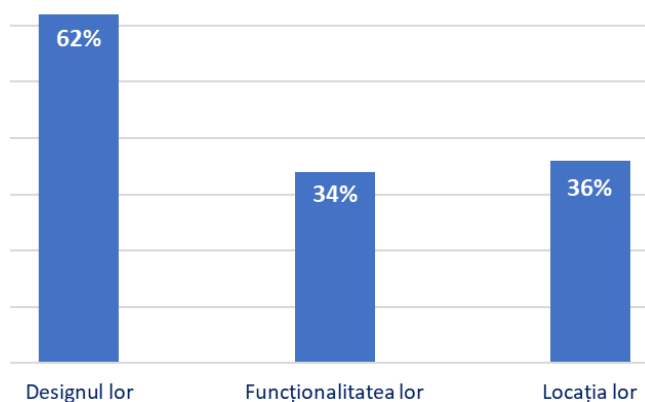


Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Brassai, Brașov, Aprilie 2024

Respondenții interacționează cu mobilierul urban în diverse moduri, reflectând utilizări și experiențe variate. Mulți se așază pur și simplu pe bănci pentru a se relaxa, a fuma sau a conversa cu prietenii. Unii își fac fotografiile în timp ce stau pe bănci, indicând utilizarea socială și recreativă. Copiii urcă frecvent și se joacă pe mobilier, arătând atractivitatea acestuia pentru tinerii vizitatori. Alții admiră mobilierul de la distanță sau în timp ce completează un chestionar, sugerând o apreciere pentru designul estetic și funcțional. Câțiva respondenți au menționat că se bucură să urmărească activități sau "scăpări" pe rețelele de socializare în timp ce stau pe bănci, evidențiind băncile ca locuri confortabile pentru relaxare. În general, mobilierul urban servește mai multe scopuri, de la odihnă și relaxare până la interacțiune socială și joacă.

În ceea ce privește rata de succes a diferitelor elemente ale mobilierului urban, răspunsurile relevă că designul este cel mai apreciat, cu 62% dintre respondenți subliniind acest aspect (Grafic 36). Acest lucru sugerează că atractivitatea estetică a mobilierului contribuie semnificativ la acceptarea și plăcerea generală a vizitatorilor. Locația mobilierului este, de asemenea, valorizată, cu 36% dintre respondenți apreciind locul în care sunt plasate obiectele în piață, indicând că poziționarea strategică sporește utilizabilitatea și atractivitatea spațiului. Funcționalitatea este un alt aspect important, menționat de 34% dintre respondenți, arătând că utilizarea practică a mobilierului este recunoscută și valorizată de o parte semnificativă a vizitatorilor. În ansamblu, designul, locația și funcționalitatea mobilierului urban contribuie colectiv la o experiență pozitivă a vizitatorilor în Piața Brassai.

**Grafic 36.** Elementele cele mai apreciate la obiectele de mobilier urban



Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Brassai, Brașov, Aprilie 2024

Respondenții au subliniat mai multe aspecte pe care nu le-au apreciat în legătură cu obiectele de preț. O sugestie comună a fost că băncile nu oferă protecție împotriva soarelui. Unii respondenți și-au exprimat dorința de a avea mai multe elemente potrivite pentru copii, cum ar fi jocuri, indicând

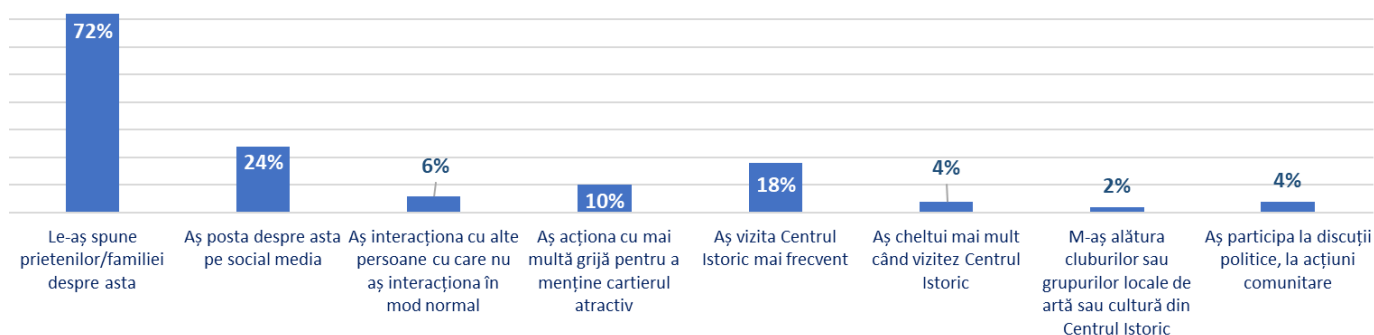
că designul actual ar putea să nu fie suficient de atractiv pentru ei. Absența spătarelor pe mobilier a fost menționată de mai mulți respondenți, sugerând că ar putea fi îmbunătățit confortul. Culoarea roșie a fost văzută de unii ca un aspect pozitiv, dar alții au considerat că nu se potrivește cu arhitectura din jur, evidențiind un conflict de integrare estetică.

De asemenea, au fost feedback-uri privind lipsa de informații despre semnificația și istoria obiectelor, ceea ce ar putea diminua valoarea lor educațională sau culturală. Obiectele au fost criticate pentru că nu sunt ușor de observat și pentru lipsa lor de umbră, ceea ce le-ar putea face mai puțin atractive pe vreme însorită. Stabilitatea a fost o altă preocupare, unii respondenți percepend mobilierul ca fiind puțin instabil. Câțiva respondenți au simțit că obiectele sunt mai decorative decât funcționale, iar scara suspendată a fost menționată în mod anume ca fiind periculoasă. În final, a existat și o opinie negativă, catalogând obiectele drept inutile, prost integrate în peisaj și excesiv de scumpe pentru designul lor, conform surselor media.

Respondenții au indicat, de asemenea, mai multe schimbări potențiale în comportament ca urmare a experienței cu obiectele de mobilier urban din Piața Brassai (Grafic 37). Un procent consistent de 72% a menționat că ar spune prietenilor sau familiei despre mobilier, evidențiind impactul acestuia asupra promovării din vorbă în vorbă. Aproximativ 24% și-au exprimat intenția de a posta despre experiența lor pe rețelele sociale, indicând dorința de a-și împărtăși impresiile online. Un procent mai mic, de 6%, a declarat că ar interacționa cu persoane cu care în mod normal nu ar interacționa, sugerând că mobilierul ar putea servi ca un catalizator social. Între timp, 10% dintre respondenți au menționat că ar acționa cu mai multă grijă pentru a menține cartierul lor atractiv, reflectând un sentiment crescut de responsabilitate comunitară.

Experiența a părut să încurajeze și vizitele mai frecvente în zona istorică, 18% dintre respondenți indicând această intenție. Cu toate acestea, doar 4% au spus că ar cheltui mai mult când vizitează zona istorică, și un procent egal și-a exprimat interesul de a participa la discuții politice sau acțiuni comunitare. În final, aderarea la cluburi de artă sau cultură locale a fost un răspuns mai puțin frecvent, cu doar 2% dintre respondenți manifestând acest interes.

**Grafic 37.** Ce credeți că ați putea face diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban? – Piața Brassai

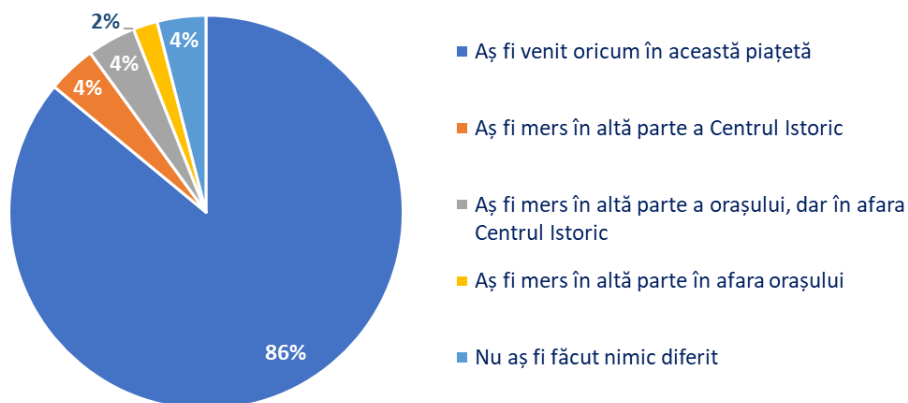


Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Brassai, Brașov, Aprilie 2024

Sondajul a explorat, de asemenea, măsura în care obiectele de pretext influențează deciziile respondenților cu privire la planurile lor zilnice (Grafic 38). Astfel, când au fost întrebați ce ar fi făcut în ziua respectivă dacă obiectele de pretext nu ar fi fost acolo, un procent covârșitor de 86% dintre respondenți au indicat că ar fi venit în Piața Brassai indiferent de instalarea obiectelor de pretext. Acest lucru sugerează că piața în sine este un punct de atracție puternic pentru vizitatori.

Un procent mic, 4%, a menționat că ar fi mers în altă parte a zonei istorice, în timp ce un procent egal ar fi mers în altă parte a orașului, în afara zonei istorice. Doar 2% dintre respondenți au declarat că ar fi mers în afara orașului. Interesant de remarcat, 4% dintre respondenți au spus că nu ar fi făcut nimic diferit, indicând că vizita lor în piață făcea parte din rutina lor sau a fost o decizie spontană.

**Grafic 38.** Dacă obiectele pre-text nu ar fi fost aici, ce ați fi făcut astăzi? – Piața Brassai



Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Brassai, Brașov, Aprilie 2024

## Piața Apollonia-Hirscher

### Vizitatorii și comportamentul acestora

Așa cum este ilustrat în Tabel 5, observațiile post-instalare din Piața Apollonia-Hirscher relevă o schimbare în demografia și activitățile vizitatorilor comparativ cu perioada pre-instalare, care poate fi atribuită unei multitudini de motive diferite. Într-o dimineață de zi lucrătoare, Piața Apollonia-Hirscher a înregistrat trecerea a 120 de persoane, 80% dintre acestea fiind localnici. Localnicii au fost văzuți trecând prin piață, unii lucrând la cafenelele din apropiere. Patru-cinci clase de elevi, probabil participând la activitățile Săptămânii Verzi, au trecut de asemenea prin piață. O familie cu un copil s-a oprit la bănci pentru a scana codurile QR pentru mai multe informații.

Până la prânz, numărul trecătorilor a crescut la 130, menținând același procent de 80% localnici. Turiștii s-au oprit pentru a face fotografii cu semnul Brașovului în fundal. Printre vizitatori s-a numărat și o clasă de aproximativ 25 de elevi, tot angajați în activitățile Săptămânii Verzi. Piața găzduia o familie așezată pe obiectele de mobilier urban, două mese la terasă ocupate și diverse familii cu copii și indivizi trecând prin piață, mulți dintre ei fiind ocupați cu telefoanele lor. Turiștii făceau fotografii, elevii mergeau către sau de la școală, o familie a ieșit din librăria din apropiere, iar altă familie se juca cu căruța din piață.

După-amiaza, piața a înregistrat aproximativ 110 persoane, procentul localnicilor scăzând ușor la 70%. Piața era relativ aglomerată cu persoane în tranzit, precum și cu cei care se odihneau pe bănci și la terasă. Băncile erau utilizate pentru odihnă, discuții și pauze de cafea de către două grupuri. Patru grupuri mari de elevi de liceu cu profesorii lor au trecut prin piață, iar două cupluri au stat pe bănci. O familie se juca cu căruța în timp ce multe alte persoane treceau prin piață. La încheierea observației, o altă familie (o mamă și copilul său) a fost văzută stând pe o bancă pentru a mânca. Seara, 50 de persoane au trecut prin piață, 80% fiind localnici. Cu soarele mai puțin intens, mai multe persoane au zăbovit în piață. Principalele atracții erau semnul Brașovului și instalația metalică de șezut din centru. Șapte turiști ocupau terasa, o familie cu un copil se juca cu obiectele de mobilier urban, o altă familie interacționa cu căruța, iar alții făceau poze sau stăteau pe instalații. Majoritatea oamenilor erau în tranzit, în timp ce toți copiii interacționau cu băncile, căruța sau urcau pe scaunele decorative.

**Tabel 5.** Sinteza observației efectuate în Piața Apollonia-Hirscher în timpul unei zile lucrătoare, pre- și post-instalare

PRE-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	40	20% vs 80%	Majoritatea sunt turiști în tranzit spre locurile lor de cazare și unii cu tururi ghidate.
12.00 – 13.00	70	60% vs 40%	Turiștii s-au oprit în piață pentru a face fotografii cu semnul Brașov vizibil în fundal. Unii oameni sunt la cafeneaua din piață.
15:00 – 16.00	90	30% vs 70%	Persoanele sunt în tranzit, precum și așezate pe bănci și pe terasă. Oamenii evită de obicei soarele.
18.00 – 19.00	60	30% vs 70%	Soarele a fost mai puțin intens în acest interval, ceea ce a dus la mai mulți oameni care să rămână în piață. Oamenii fac poze cu semnul Brașov și petrec timp cu instalațiile din piață.

POST-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	120	80% vs 20%	În mare parte în tranzit, unii lucrând la cafenelele din apropiere, cu elevi și familii oprindu-se scurt.
12.00 – 13.00	130	80% vs 20%	În mare parte în tranzit, unii așezați pe bănci sau la terasă. Familii și turiști făcând poze.
15:00 – 16.00	110	70% vs 30%	În mare parte în tranzit, unii așezați pe bănci sau la terasă. Elevi și familii interacționează cu obiectele.
18.00 – 19.00	50	80% vs 20%	În mare parte în tranzit, unii așezați pe bănci sau la terasă. Familii și turiști interacționează cu mobilierul.

Sursa: Observare Pre- și post-instalare, Piața Apollonia-Hirschler, Septembrie 2023 & April 2024

Compararea observațiilor pre- și post-instalare din timpul unei zile de weekend în Piața Apollonia-Hirschler (Tabel 6) relevă variații semnificative în modelele și comportamentele vizitatorilor. Post-instalare, numărul de vizitatori a fost mai mare dimineața și seara, cu o proporție semnificativă de localnici, în special dimineața. Observațiile pre-instalare au surprins în piață mai mulți turiști, care în principal făceau fotografii și utilizau terasele, în timp ce post-instalare, spațiul a fost martorul unor interacțiuni mai diverse, incluzând familii și copii care interacționau cu noile obiecte de mobilier și bănci. Aceste variații pot indica o gamă mai largă de activități și utilizări ale spațiului. Totuși, este esențial de menționat că observațiile au fost realizate la scurt timp după instalare, iar rezultatele nu pot fi atribuite exclusiv noilor obiecte.

În dimineața de weekend monitorizată post instalare, aproximativ 65 de persoane au traversat piața, localnicii constituind aproximativ 70% din acest număr. Observațiile au inclus un tată și un copil interacționând cu obiectul de mobilier, căruța, în timp ce o mamă cu un copil în cărucior era așezată pe o bancă. Domnul de la terasă era ocupat cu aranjarea meselor. O familie cu doi copii s-a oprit să admire căruța, și patru turiști au sosit, testând banca și căruța. Cupluri și grupuri de persoane au trecut prin zonă.

La prânz, aproximativ 30 de persoane au fost observate trecând prin piață, localnicii reprezentând aproximativ jumătate din acest număr. Patru adolescenți au fost văzuți relaxându-se pe banca mare, câțiva oameni ocupau cafeneaua, și alții erau așezați pe băncile roșii. Doi copii se jucau cu scaunele. În timp ce mulți erau în tranzit, s-au oprit să observe băncile. O familie cu doi copii a petrecut peste zece minute pe banca cu căruța. După-amiaza, aproximativ 40 de persoane au trecut prin piață, localnicii constituind 50%. O familie cu copii ocupa banca mare, și două fete erau așezate pe cea mică. Toate băncile erau ocupate, cu aproximativ zece persoane la terasă. Un domn încerca banca cu căruța, și copiii se jucau pe scaune.

În cele din urmă, seara, numărul de persoane a crescut ușor, cu aproximativ 50 de indivizi trecând prin piață, iar localnicii constituind cel mult 50%. Toate băncile erau ocupate, cu un grup de fete și un domn vorbind la telefon. Un copil se juca la bănci, altul la căruță, și două fete stăteau pe căruță, povestind. Oamenii erau așezați pe bănci mâncând, în timp ce alte grupuri de 3-6 persoane doar treceau. Vizitatorii admirau peisajul, adăugând vitalitate pieței.

**Tabel 6.** Sinteza observației efectuate în Piața Apollonia Hirscher în weekend, pre- și post-instalare

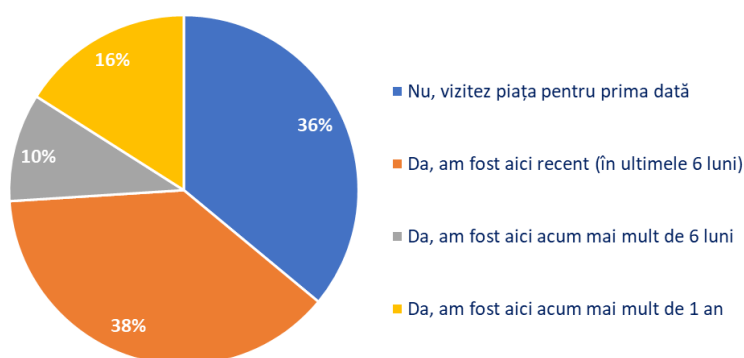
PRE-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	30	20% vs 80%	Majoritatea turiștilor sunt în tranzit spre locurile lor de cazare. Oamenii s-au oprit să facă fotografii cu semnul Brașov și instalația din piață.
12.00 – 13.00	70	20% vs 80%	Turiștii s-au oprit în piață pentru a face fotografii cu semnul Brașov vizibil în fundal. Oamenii stau pe bănci sau la terasă.
15.00 – 16.00	25	30% vs 70%	Majoritatea oamenilor stau la terase, restul în tranzit spre alte zone.
18.00 – 19.00	20	40% vs 60%	Terasele stradale erau pline de activitate și mulți oameni așteptau la coadă. Instalația a rămas principalul punct de interes. Mulți oameni stau pe bănci.
POST-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	65	70% vs 30%	Mai ales în tranzit, unii părinți cu copii s-au oprit să se joace sau să se odihnească pe bănci.
12.00 – 13.00	30	50% vs 50%	Mai ales în tranzit, unii s-au așezat pe bănci sau la cafea.
15.00 – 16.00	40	50% vs 50%	Mai ales în tranzit, unii s-au așezat pe bănci sau la terasă.
18.00 – 19.00	50	50% vs 50%	Mai ales în tranzit, unii s-au așezat pe bănci, mâncând sau admirând peisajul.

Sursa: Observare Pre- și post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Septembrie 2023 & April 2024

### Percepții privind piața vizitată

Frecvența vizitelor anterioare în Piața Apollonia-Hirscher relevă tipare diverse în rândul respondenților la sondajul post-instalare (Grafic 39). O parte semnificativă, 36%, vizitau piața pentru prima dată. Recent, în ultimele șase luni, 38% dintre respondenți au vizitat piața, arătând o rată constantă de vizitatori care revin. De asemenea, 10% dintre respondenți au fost în piață cu mai mult de șase luni în urmă, în timp ce 16% au vizitat piața cu peste un an în urmă. Aceste cifre sugerează că, deși piața atrage un număr substanțial de vizitatori noi, ea menține și un flux de vizitatori recurenți.

**Grafic 39.** Frecvența vizitelor anterioare în Piața Apollonia-Hirscher



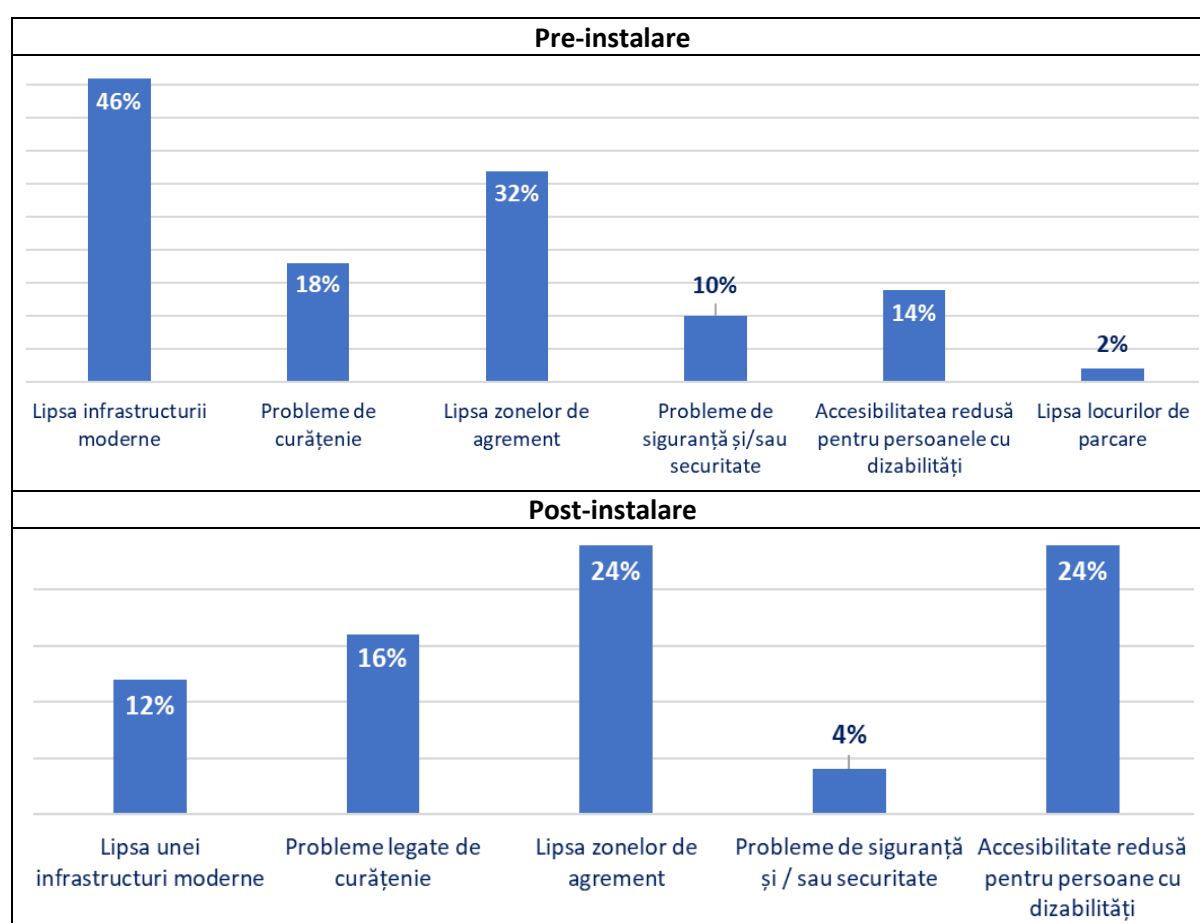
Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Aprilie 2024



Sondajul pre-instalare al Pieței Apollonia-Hirscher a relevat ca principale trei preocupări lipsa infrastructurii moderne (46%), lipsa zonelor de recreere (32%) și problemele de curățenie (18%) (Grafic 40). Problema cel mai puțin menționată a fost lipsa locurilor de parcare, exprimată de doar 2% dintre respondenți.

Sondajul post-instalare evidențiază două probleme cheie identificate de un număr egal de respondenți în Piața Apollonia-Hirscher: lipsa zonelor de recreere și accesibilitatea redusă pentru persoanele cu dizabilități, ambele probleme fiind menționate de 24% dintre participanți. Problemele de curățenie au fost menționate de 16% dintre respondenți, subliniind necesitatea unei întrețineri și îngrijiri mai bune. Lipsa infrastructurii moderne a fost raportată de 12%, sugerând că unele părți ale pieței ar necesita actualizări sau renovări. În cele din urmă, problemele de siguranță și securitate au fost semnalate de 4% dintre respondenți, indicând că, deși este o preocupare, nu este la fel de prevalentă ca alte probleme.

**Grafic 40.** Principalele probleme sau neajunsuri ale Pieței Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare



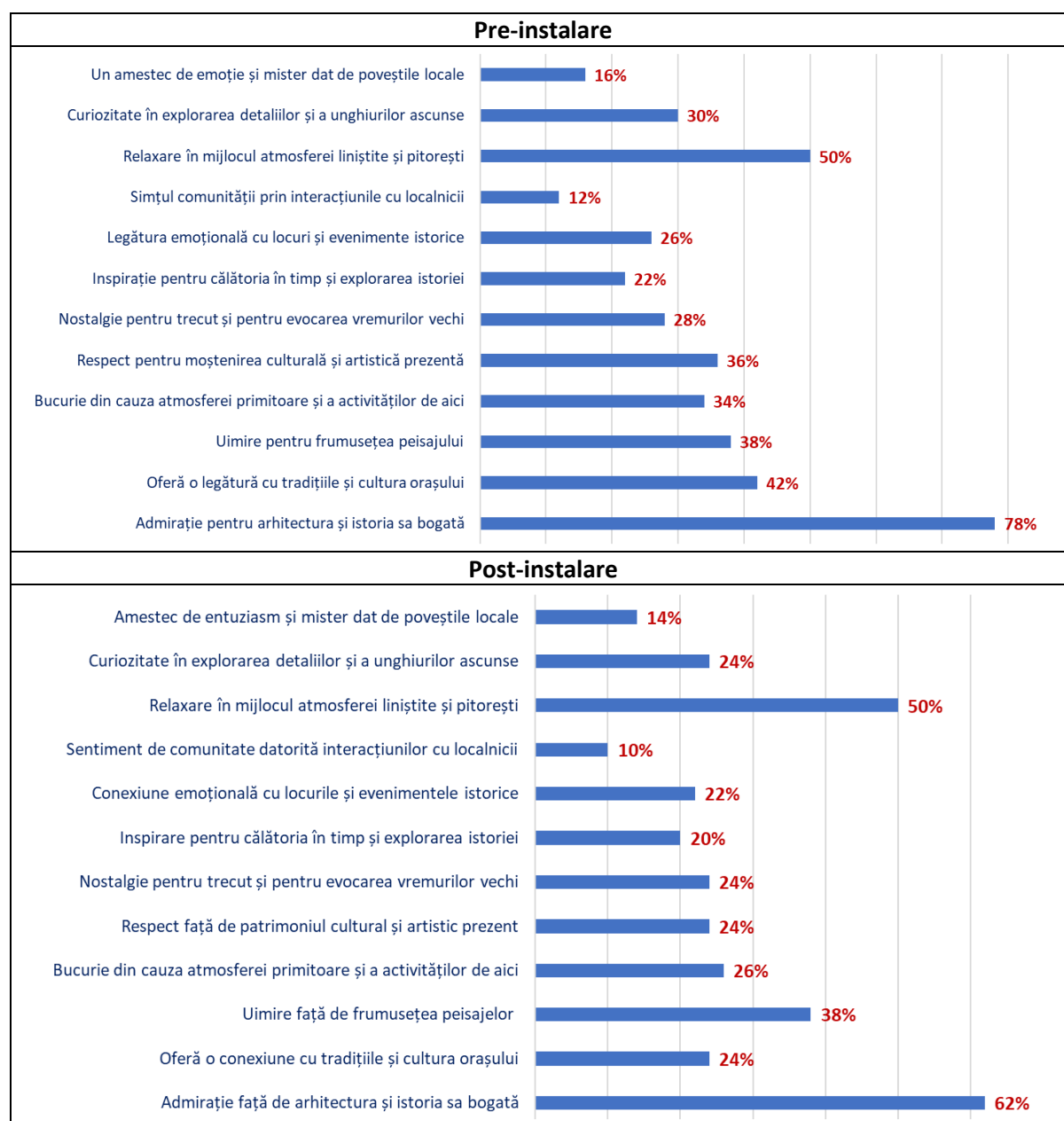
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Respondenții sondajului post-instalare au evidențiat câteva probleme suplimentare în Piața Apollonia-Hirscher. Printre preocupări se numără mirosurile neplăcute de canalizare și fațadele deteriorate ale unor clădiri, subliniind necesitatea întreținerii și reparațiilor. De asemenea, respondenții au remarcat lipsa spațiilor verzi și a indicatoarelor pentru a ghida vizitatorii. Prezența mașinilor în tot orașul vechi și necesitatea renovării clădirilor au fost de asemenea menționate, subliniind importanța îmbunătățirii aspectului estetic și funcționalității generale a zonei.

Vizitatorii Pieței Apollonia-Hirscher experimentează o gamă largă de emoții și sentimente (Grafic 41). Sondajul pre-instalare arată că sentimentele cel mai des experimentate de respondenți atunci când

vizitează Piața Apollonia-Hirscher sunt admirația, relaxarea și conexiunea profundă cu tradițiile și cultura orașului. Sondajul post-instalare confirmă că trăirea cea mai frecvent afirmată este din nou admirația pentru arhitectura și istoria bogată a pieței, exprimată de 62% dintre respondenți, evidențiind astfel atractivitatea istorică și estetică a pieței. Urmează relaxarea, cu 50% dintre vizitatori care apreciază atmosfera pașnică și pitorească a pieței, subliniind rolul său ca refugiu liniștit. Uimirea față de frumusețea peisajului este resimțită de 38% dintre participanți, indicând farmecul natural al pieței ca o (re)sursă semnificativă de minunare. Alte sentimente notabile nominalizate sunt bucuria datorată atmosferei primitoare și a activităților (26%) și un sentiment de conexiune cu tradițiile și cultura orașului (24%). De asemenea, 24% dintre respondenți au simțit respect pentru patrimoniul cultural și artistic prezent în piață, în timp ce același procent a experimentat nostalgie și curiozitate în explorarea detaliilor și colțurilor ascunse. Conexiunile emoționale cu locurile și evenimentele istorice au fost raportate de 22% dintre vizitatori.

**Grafic 41.** Sentimentele pe care vizitatorii le au când se află în Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare

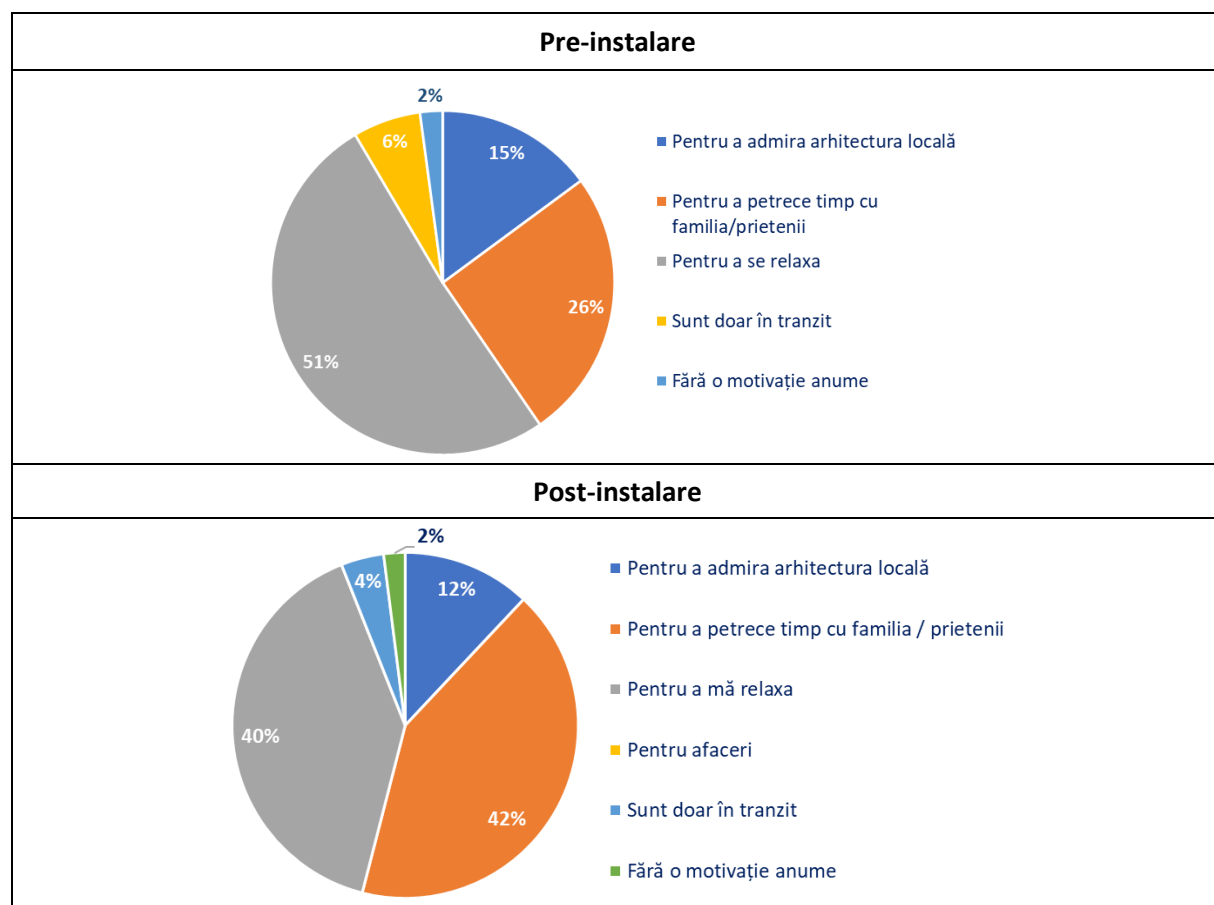


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

## Motivație

Respondenții din Piața Apollonia-Hirscher au diverse motivații pentru vizitele lor (Grafic 42). Rezultatele sondajului post-instalare evidențiază că principalele motive pentru vizitarea Pieței Apollonia-Hirscher sunt activitățile sociale și de relaxare. O parte semnificativă a respondenților, 42%, vizitează piața pentru a petrece timp cu familia și prietenii, subliniind rolul pieței ca loc de întâlnire socială. De asemenea, 40% dintre vizitatori vin în piață pentru a se relaxa, evidențiind atractivitatea sa ca un mediu liniștit și primitiv. În sondajul pre-instalare, 51% căutau relaxare și 26% vizitau pentru a petrece timp de calitate cu familia și prietenii. Admirarea arhitecturii locale a rămas modestă în ambele sondaje, la 12% post-instalare comparativ cu 15% pre-instalare. Vizitatorii aflați în tranzit și cei fără un scop specific au fost minimali în ambele sondaje, indicând o utilizare constantă a pieței ca locație centrală și atrăgătoare în oraș.

**Grafic 42.** Motive pentru a vizita Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare



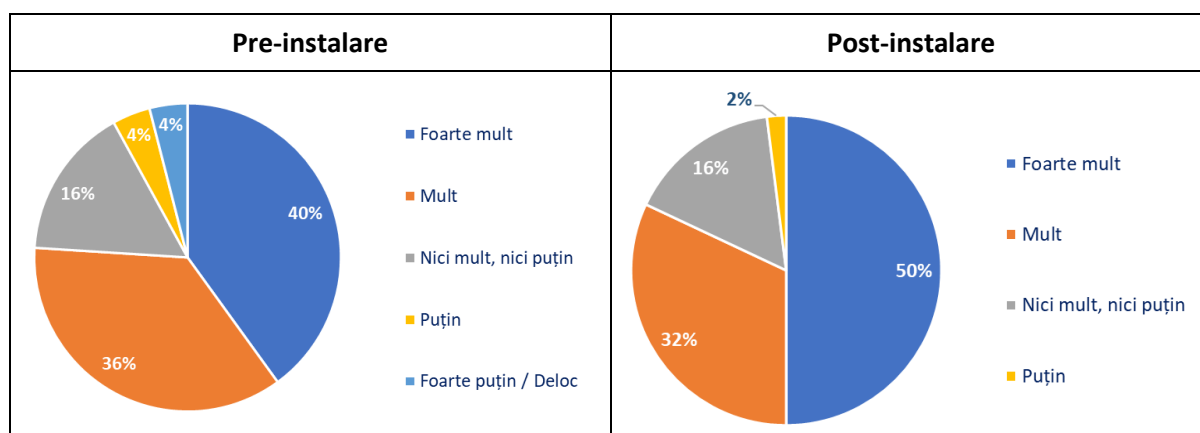
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

## Aspecte sociale

Așa cum este ilustrat în sondajul post-instalare, se dezvăluie un sentiment puternic de mândrie în rândul vizitatorilor din Piața Apollonia-Hirscher în ceea ce privește Zona Istorică, cu 50% dintre respondenți raportând că se simt foarte mândri și 32% simțind multă mândrie. De asemenea, 16% dintre vizitatori au experimentat un nivel moderat de mândrie, în timp ce doar 2% au simțit puțină mândrie, iar niciunul nu a exprimat că se simte foarte puțin sau deloc mândru. Comparativ, sondajul pre-instalare a indicat, de asemenea, un nivel ridicat de mândrie în rândul vizitatorilor, cu 40% dintre respondenți raportând că se simt foarte mândri și 36% simțind multă mândrie. Aceste rezultate

subliniază rolul pieței în cultivarea unui sentiment de mândrie și apreciere pentru Zona Istorică înconjurătoare în rândul vizitatorilor săi, atât înainte, cât și după instalare.

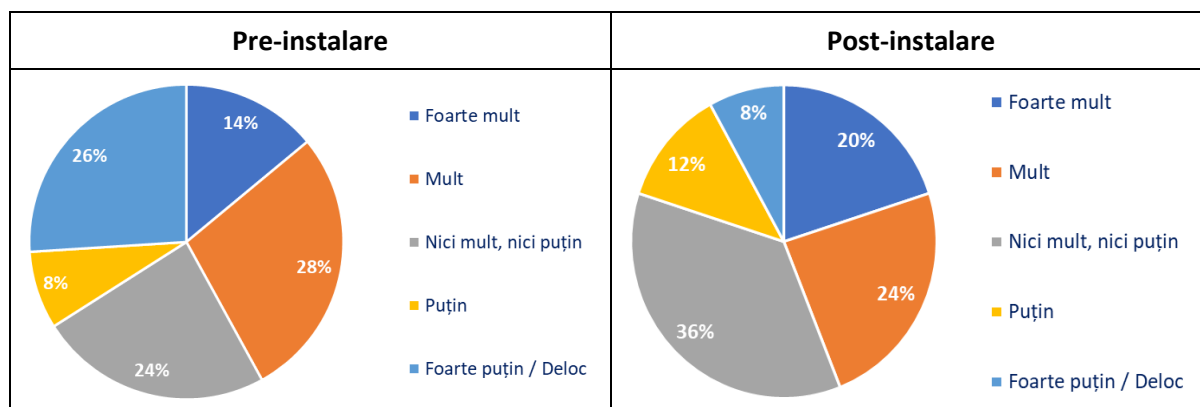
**Grafic 43.** Sentimente de mândrie față de Centrul Istoric în timpul vizitei în Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare



Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

În ceea ce privește încurajarea vizitatorilor să interacționeze cu trecătorii în Piața Apollonia-Hirscher, răspunsurile din ambele sondaje variază pe un spectru de disponibilitate (Grafic 44). Post-instalare, 20% dintre respondenți s-au simțit foarte mult încurajați să vorbească cu alții, în timp ce 24% au simțit multă încurajare. Cel mai mare segment, 36%, a fost încadrat în categoria „nici prea mult, nici prea puțin”, sugerând un nivel moderat de influență asupra interacțiunilor sociale. În același timp, 12% s-au simțit puțin încurajați, iar un procent mai mic, 8%, au raportat că s-au simțit foarte puțin sau deloc încurajați să interacționeze cu trecătorii. Aceste răspunsuri diverse evidențiază preferințele sociale variate ale vizitatorilor și sugerează că Piața Apollonia-Hirscher îi găzduiește atât pe cei care caută interacțiuni sociale, cât și pe cei care preferă o experiență mai liniștită.

**Grafic 44.** Disponibilitatea de a vorbi cu trecătorii în Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare



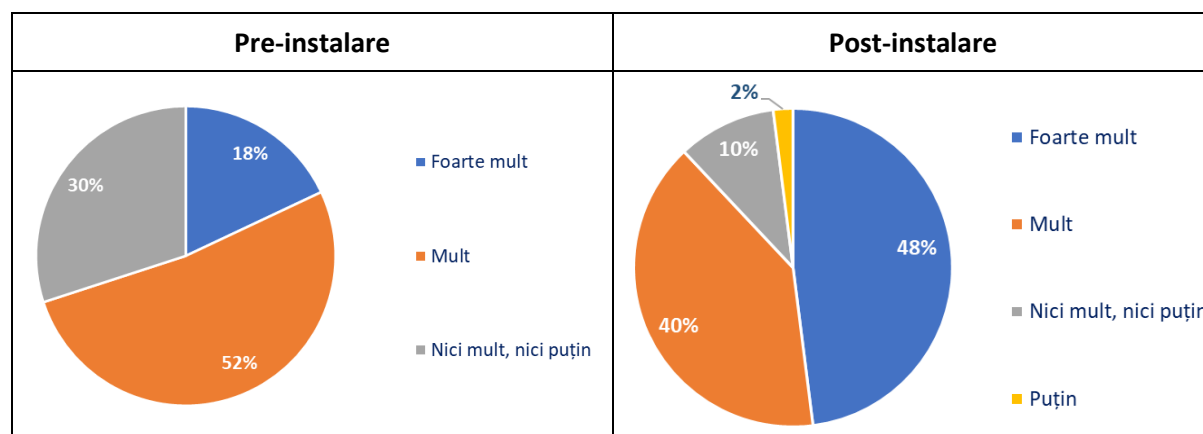
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

### Aspecte culturale

În ceea ce privește creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în timpul vizitelor în Piața Apollonia-Hirscher, majoritatea respondenților la sondajele pre- și post-implementare au exprimat opinii favorabile în acest sens (Grafic 45). Înainte de instalare, 82% dintre vizitatori au declarat că se simt foarte mult conștienți sau mult mai conștienți de arhitectura locală când se află în piață, în timp ce, după instalare, 88% dintre respondenți au împărtășit această creștere a conștientizării.

Acest lucru indică faptul că Piața Apollonia-Hirscher servește eficient ca un spațiu educativ și iluminator, îmbunătățind aprecierea vizitatorilor pentru patrimoniul arhitectural din zonă. Sondajul post-instalare a mai relevat că 10% dintre respondenți au experimentat o creștere moderată a conștientizării, încadrându-se în categoria "nici mult, nici puțin". Doar 2% s-au simțit puțin mai conștienți, și niciunul dintre respondenți nu a indicat că gradul lor de conștientizare nu a crescut deloc.

**Grafic 45.** Creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în Piața Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare

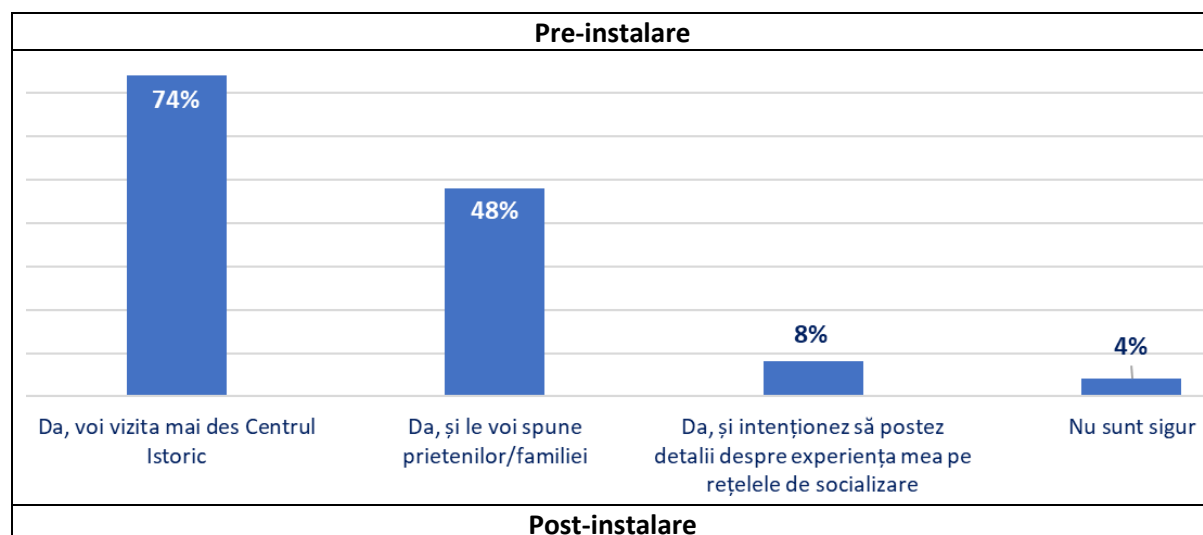


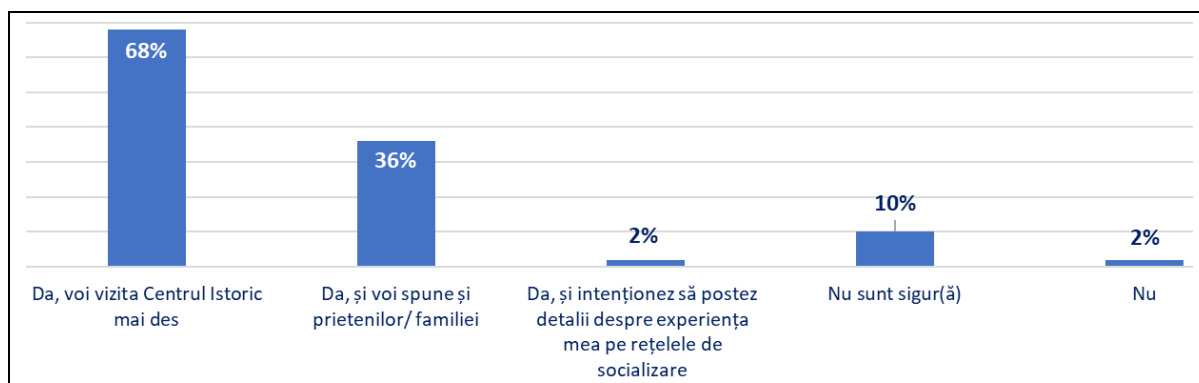
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Referitor la creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în timpul vizitei în Piața Apollonia-Hirscher, majoritatea respondenților din sondajele pre- și post-implementare au exprimat aspecte pozitive (Grafic 46). Pre-instalare, 70% dintre vizitatori s-au simțit fie foarte mult, fie mult mai conștienți de arhitectura locală când se aflau în piață, în timp ce post-instalare, 88% dintre respondenți au împărtășit această creștere a conștientizării. Acest lucru indică faptul că Piața Apollonia-Hirscher servește eficient ca un spațiu educațional și iluminator, sporind aprecierea vizitatorilor pentru patrimoniul arhitectural din zonă.

Sondajul post-instalare a relevat, de asemenea, că 10% dintre respondenți au experimentat o creștere moderată a conștientizării, încadrându-se în categoria „nici prea mult, nici prea puțin”. Doar 2% s-au simțit puțin mai conștienți, și niciunul dintre respondenți nu a indicat că gradul lor de conștientizare nu a crescut deloc.

**Grafic 46.** Dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Apollonia Hirscher, pre- și post-instalare





Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

### Percepția asupra obiectelor pretext

Rezultatele sondajului post-instalare arată că o proporție notabilă de respondenți au observat noile elemente de mobilier urban în Piața Apollonia-Hirscher (Grafic 47). Mai exact, 42% dintre respondenți au indicat că au văzut și au testat sau folosit elementele de mobilier urban. Acest lucru sugerează un nivel ridicat de implicare și curiozitate în rândul vizitatorilor. În plus, 28% dintre respondenți au menționat că au văzut elementele înainte, dar nu le-au testat sau folosit încă. Interesant este că 30% dintre respondenți au declarat că nu au observat noile elemente de mobilier urban până în ziua sondajului. Acest lucru evidențiază faptul că, în ciuda prezenței mobilierului, un număr semnificativ de vizitatori ar putea să le treacă cu vederea, sugerând poate o nevoie de vizibilitate mai bună sau promovare pentru a asigura că toți vizitatorii sunt conștienți de și pot interacționa cu noile instalații.

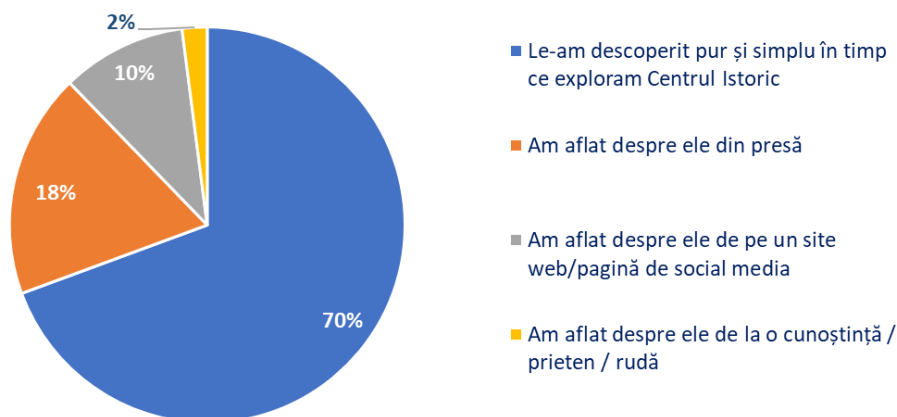
**Grafic 47.** Ați observat noile obiecte de mobilier urban din piațetă? – Piața Apollonia-Hirscher



Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Aprilie 2024

Conform rezultatelor sondajului post-instalare, majoritatea respondenților, 70%, au descoperit noile elemente de mobilier urban din Piața Apollonia-Hirscher în timp ce explorau Centrul Istoric (Grafic 48). Acest procent ridicat sugerează că elementele de mobilier sunt poziționate proeminent și sunt ușor de observat de către trecători. În contrast, 18% dintre respondenți au aflat despre elementele de mobilier prin intermediul presei. O proporție mai mică, 10%, a aflat despre mobilierul urban prin intermediul unui site web sau pagină de socializare și doar 2% dintre respondenți au aflat despre mobilier de la o cunoștință, prieten sau rudă, arătând că comunicarea de la om la om este cea mai puțin comună sursă de informații pentru aceste noi instalații.

**Grafic 48.** Cum ați aflat despre aceste obiecte de mobilier urban?– Piața Apollonia-Hirscher

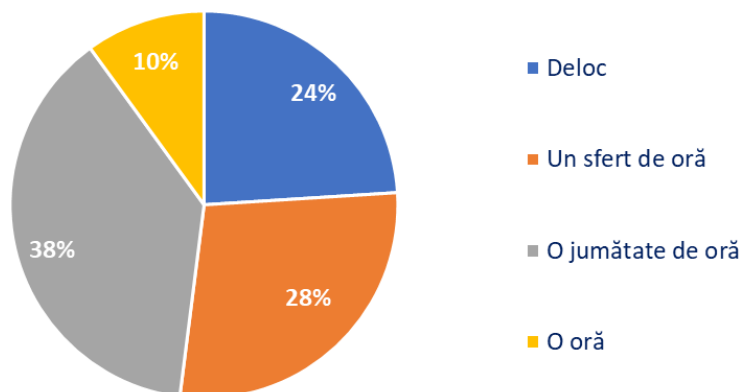


Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Aprilie 2024

Rezultatele sondajului post-instalare relevă o distribuție variată a timpului petrecut interacționând cu elementele de mobilier urban din Piața Apollonia-Hirscher. O parte semnificativă a respondenților, 38%, au raportat că au petrecut o jumătate de oră cu aceste obiecte, în timp ce 28% dintre respondenți au petrecut un sfert de oră, arătând o interacțiune scurtă, dar notabilă, cu mobilierul urban. În contrast, 24% dintre respondenți nu au petrecut deloc timp interacționând cu elementele de mobilier, ceea ce poate fi explicat prin diverse motive, cum ar fi lipsa de interes, de timp sau chiar de conștientizare a instalațiilor. Un grup mai mic, 10%, a petrecut o oră, reflectând un nivel mai profund de implicare, în timp ce niciun respondent nu a raportat că a petrecut mai mult de o oră cu mobilierul.

Comparând aceste date cu timpul petrecut în Piața Brassai și Piața Richter, este evident că timpurile de interacțiune sunt relativ constanți. În toate locațiile, majoritatea respondenților au interacționat cu elementele de mobilier pentru perioade scurte până la moderate, cu foarte puțini petrecând perioade extinse de timp. Aceasta sugerează un tipar similar de implicare în diferitele piețe, evidențiind o tendință generală în modul în care vizitatorii interacționează cu instalațiile de mobilier urban în aceste zone.

**Grafic 49.** Timp petrecut interacționând cu obiectele de mobilier urban – Piața Apollonia-Hirscher



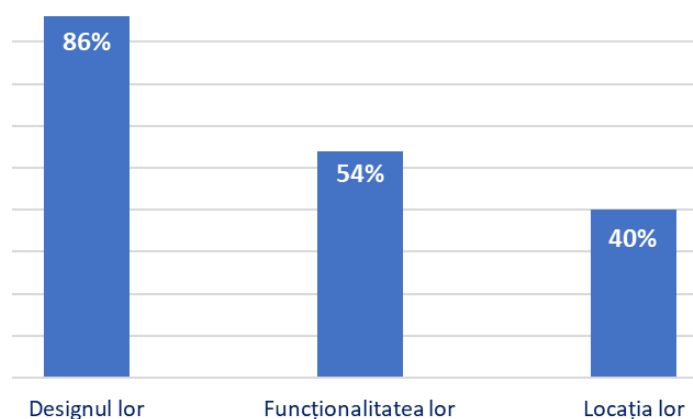
Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Aprilie 2024

Răspunsurile privind modul în care respondenții au interacționat cu obiectele de mobilier urban în Piața Apollonia-Hirscher relevă un nivel variat de implicare și activități. Mulți respondenți pur și simplu s-au așezat pe mobilier, folosindu-l ca loc de odihnă, fie singuri, fie cu familia și prietenii. Unii respondenți au profitat de caracteristicile unice ale mobilierului, cum ar fi roaba, angajându-se în activități jucăușe cu copiii. Fotografia și observarea lor au fost, de asemenea, interacțiuni frecvente. Respondenții au afirmat că au observat mobilierul, au făcut fotografii și au urmărit de asemenea cum

interacționau alții cu obiectele. Acest comportament sugerează atractivitatea vizuală a obiectelor și rolul lor ca puncte de conversație și focalizare în piață. În plus, câțiva respondenți au menționat explorarea și permiterea copiilor lor să exploreze obiectele.

Răspunsurile din sondajul pre-instalare referitoare la elementele cele mai apreciate despre obiectele de mobilier urban din Piața Apollonia-Hirscher au relevat o preferință puternică pentru design, funcționalitate și locație (Grafic 50). Un procent semnificativ de 86% dintre respondenți au lăudat designul obiectelor de mobilier, evidențiind importanța atractivității estetice în spațiile publice. Funcționalitatea a fost, de asemenea, un element apreciat cheie, 54% dintre respondenți valorificând modul în care obiectele de mobilier îndeplinesc scopuri practice. Locația mobilierului a fost apreciată de 40% dintre respondenți, sugerând că amplasarea acestor obiecte este eficientă în îmbunătățirea utilității și accesibilității pieței. Aceste răspunsuri subliniază importanța unui design atent, a unei funcționalități practice și a unei amplasări strategice în implementarea cu succes a mobilierului urban în spațiile publice.

**Grafic 50.** Elementele cele mai apreciate la obiectele de mobilier urban – Piața Apollonia-Hirscher



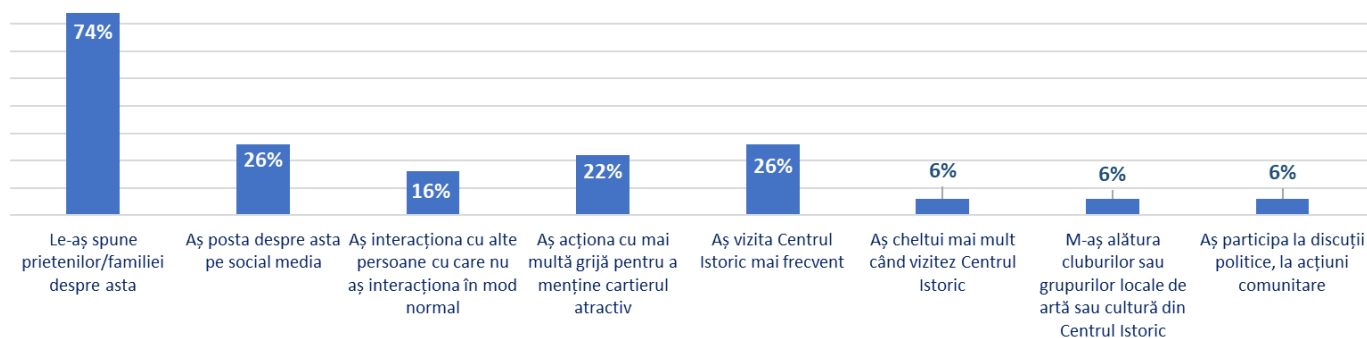
Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Aprilie 2024

Răspunsurile din sondajul post-instalare referitoare la aspectele obiectelor de mobilier urban care nu au fost bine primite subliniază câteva probleme esențiale. O preocupare principală este că traficul vehiculelor deteriorează experiența generală a pieței, posibil făcând-o mai puțin prietenoasă pentru pietoni. Un alt respondent a menționat "designul," indicând că unele persoane nu au fost pe deplin mulțumite de aspectele estetice sau structurale ale obiectelor de mobilier. În final, "unicitatea" a fost notată, ceea ce ar putea însemna că obiectele de mobilier fie nu aveau o trăsătură aparte, fie nu se integrau bine în cadrul existent al zonei.

Sondajul post-instalare relevă diverse acțiuni pe care respondenții ar putea să le facă diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban în Piața Apollonia-Hirscher (Grafic 51). Un procent semnificativ de 74% a indicat că ar spune prietenilor și familiei despre aceasta, subliniind potențialul promovării prin viu grai. În plus, 26% au menționat că ar posta despre experiența lor pe rețelele sociale și aproximativ 16% dintre respondenți s-au simțit încurajați să interacționeze cu persoane cu care în mod normal nu ar interacționa, sugerând că obiectele de mobilier ar putea stimula noi interacțiuni sociale. Mai mult, 22% dintre respondenți și-au exprimat dorința de a acționa cu mai multă grijă pentru a menține cartierul atractiv, indicând un sentiment de responsabilitate comunitară crescută. În mod similar, 26% au menționat că ar vizita mai frecvent Zona Istorică, sugerând că obiectele de mobilier ar putea spori atractivitatea zonei. Un procent mai mic de respondenți (6%) a declarat că ar cheltui mai mulți bani când vizitează Zona Istorică, ar participa la cluburi locale de artă sau cultură sau s-ar implica în discuții politice și acțiuni comunitare.



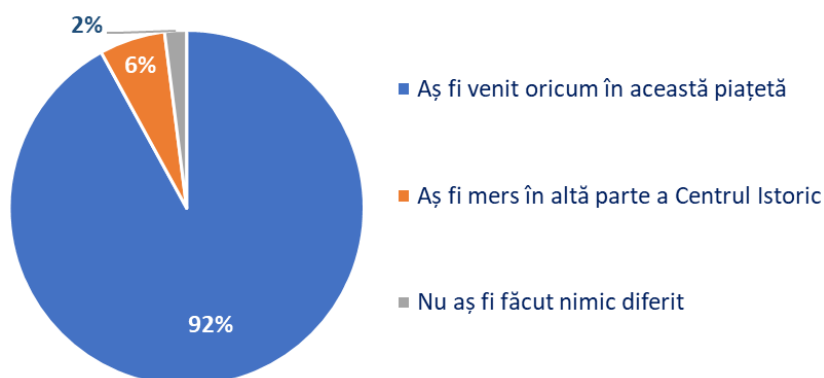
**Grafic 51.** Ce credeți că ați putea face diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban? – Piața Apollonia-Hirscher



Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Aprilie 2024

Sondajul post-instalare arată că o majoritate importantă a respondenților, 92%, ar fi vizitat Piața Apollonia-Hirscher indiferent de prezența obiectelor de mobilier urban (Grafic 52). Acest lucru indică faptul că piața în sine este un punct de atracție puternic pentru vizitatori, independent de îmbunătățirile suplimentare. Un procent mic, 6%, a menționat că ar fi vizitat o altă parte a Zonei Istorice, în timp ce doar 2% au declarat că nu și-ar fi schimbat planurile. Aceste constatări sunt similare cu cele obținute în celelalte piețe, confirmând ideea că atracția principală rămâne piața și mediul său înconjurător.

**Grafic 52.** Dacă obiectele pre-text nu ar fi fost aici, ce ați fi făcut astăzi? – Piața Apollonia-Hirscher



Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Apollonia-Hirscher, Brașov, Aprilie 2024

## Piața Sfântul Ioan

### Vizitatorii și comportamentul acestora

Observațiile efectuate într-o dimineață în timpul săptămânii după instalarea obiectelor de mobilier urban în Piața Sf. Ioan, au surprins aproximativ 60 de persoane traversând zona, circa 70% fiind localnici (Tabel 7). Majoritatea indivizilor se află în tranzit de pe Bulevardul Eroilor către Centrul Vechi. Turiștii sunt adesea văzuți folosind GPS-ul pentru a ajunge la punctele de atracții sau purtând pungi de cadouri, în timp ce localnicii, de asemenea în tranzit, sunt prezenți. Mașinile de aprovizionare sunt vizibile, iar o doamnă se oprește pentru a citi panoul informativ. La prânz, piața este traversată de 70 de persoane, 90% fiind localnici. Echipele de salubritate și iluminat ale primăriei sunt prezente și ele. Există patru familii cu copii, probabil preluați de la grădiniță, și 4-5 grupuri de prieteni sau colegi, care fie discută între ei, fie vorbesc la telefon. O familie se oprește și se așază pe o bancă, în timp ce alții trec pe acolo, cu bicicletele sau trotinetele.

După-amiaza, numărul de persoane din piață crește la 110, cu 50% fiind localnici. Unele bănci au fost mutate din pozițiile lor de la prânz și acum sunt la soare. Un grup de turiști vorbitori de germană trece prin piață, observați mai devreme în Piața George Enescu. Un alt grup de turiști trece pe lângă bănci. Localnicii, în grupuri de 2-4 sau individual, și alți turiști sunt văzuți în tranzit. Seara, 100 de persoane trec prin piață, cu aproximativ 60% fiind localnici. Majoritatea indivizilor se relaxează pe băncile roșii, iar familiile cu copii trec pe lângă, în timp ce copiii se joacă. Nimeni nu se așază pe obiectele de mobilier urban. Grupuri de turiști sunt văzute admirând graffiti-urile de pe pereții unei clădiri.

Analizând rezultatele observațiilor pre- și post-instalare în Piața Sf. Ioan, se poate observa o variație a numărului de vizitatori și a implicării acestora în timpul perioadelor cele mai aglomerate. Observațiile pre-instalare au indicat că cel mai mare trafic de persoane a avut loc după-amiaza (15:00-16:00) cu 70 de vizitatori, împărțiți în mod egal între localnici și turiști, majoritatea fiind în tranzit și câțiva așezați în zonele umbrite. Datele post-instalare arată un trafic de persoane crescut după-amiaza, cu 110 persoane (50% localnici), folosind băncile pentru odihnă și socializare. În mod similar, intervalul de seară (18:00-19:00) este marcat de o diferență în numărul de persoane, de la 60 pre-instalare la 100 post-instalare, cu 60% localnici, angajându-se mai mult cu mediul înconjurător. Variația traficului și a implicării poate fi explicată prin mai multe motive și nu poate fi atribuită exclusiv instalării obiectelor de mobilier urban.

**Tabel 7.** Sinteza observației efectuate în Piața Sf. Ioan în timpul unei zile lucrătoare, pre- și post-instalare

PRE-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	%localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	30	70% vs 30%	Majoritatea în tranzit, cu câțiva așezați pe bănci.
12.00 – 13.00	35	70% vs 30%	Majoritatea în tranzit, cu câțiva așezați pe bănci la umbră. Puțini turiști care se uită în jur.
15.00 – 16.00	70	50% vs 50%	Majoritatea în tranzit, câțiva stând în jurul pieței, căutând umbră. Puțini turiști care se uită în jur.
18.00 – 19.00	60	70% vs 30%	Majoritatea în tranzit, cu foarte puțini stând pe bănci.
POST-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	%localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor

<b>09.00 – 10.00</b>	60	70% vs 30%	În principal în tranzit, unele persoane citesc panoul informativ.
<b>12.00 – 13.00</b>	70	90% vs 10%	În principal în tranzit, unii se opresc pentru a discuta sau a se așeza pe bănci.
<b>15:00 – 16.00</b>	110	50% vs 50%	În principal în tranzit, cu câteva grupuri de turiști și localnici care trec prin zonă.
<b>18.00 – 19.00</b>	100	60% vs 40%	În principal în tranzit, unii se relaxează pe bănci sau admiră graffiti-urile.

Sursa: Observare Pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Septembrie 2023 & April 2024

În timpul weekendului, observațiile de dimineață în Piața Sf. Ioan au înregistrat 50 de persoane trecând prin zonă, dintre care 80% au fost identificate ca fiind localnici (Tabel 8). Printre aceștia, o familie cu doi copii a fost observată stând pe o bancă. De asemenea, patru persoane au fost văzute plimbându-și câinii. Băncile roșii instalate în anii anteriori de autoritățile publice erau ocupate de indivizi sau cupluri, iar un biciclist, împreună cu diverse persoane și grupuri, au fost observați trecând prin piață. La prânz, în jurul orei 12, piața a menținut o prezență de 50 de persoane, cu 80% în tranzit, trecând rapid prin zonă. Dintre acestea, 60% erau localnici. Aproximativ 20 de persoane erau așezate pe băncile roșii, fără a se observa vreo interacțiune cu obiectele instalate. Doi tineri au sosit mai târziu și s-au așezat pentru scurt timp, în timp ce majoritatea persoanelor erau în continuare în tranzit.

După-amiaza, 140 de persoane au fost înregistrate trecând prin piață, dintre care 80% localnici. Aproximativ șase dintre băncile roșii instalate în anii anteriori de autoritățile publice erau ocupate de una sau două persoane fiecare. Piața a înregistrat activitate din partea bicicliștilor, a persoanelor pe trotinete, a celor care își plimbau câinii și a diverselor grupuri mai mici și mai mari. De remarcat, un grup de aproximativ 50 de turiști, care a trecut prin zonă fără a se opri. Seara, alte 50 de persoane au trecut prin piață, dintre care 90% localnici. Băncile erau în mare parte ocupate de grupuri mici de două sau trei persoane. O familie a fost observată examinând o bancă în piață, iar pe terasă doar o persoană era prezentă. În plus, un băiat a fost văzut jucându-se pe o bancă, în timp ce restul vizitatorilor, inclusiv turiști cu valize, erau doar în trecere prin zonă.

În perioada pre-instalare, observațiile de dimineață au înregistrat 60% localnici și 40% turiști, majoritatea oamenilor fiind la lucru, lângă scenă, sau făcând curățenie. La prânz, piața avea 30% localnici și 70% turiști, majoritatea în tranzit, cu câțiva așezați pe bănci. După-amiaza, au fost observați 40% localnici și 60% turiști, din nou, în mare parte în tranzit, cu câțiva așezați pe bănci. Spre seară, demografia s-a schimbat la 80% localnici și 20% turiști, cu un comportament similar de tranzit și stat pe bănci. O multitudine de factori, cum ar fi perioada anului, evenimentele sau vremea, pot contribui la variațiile de vizitatori din timpul celor două zile de observație.

**Tabel 8.** Sinteza observației efectuate în Piața Sf. Ioan în weekend, pre- și post-instalare

<b>PRE-INSTALARE</b>			
<b>Ora / Indicator</b>	<b>Nr. vizitatori</b>	<b>%localnici vs turiști</b>	<b>Comportamentul vizitatorilor</b>
<b>09.00 – 10.00</b>	15	60% vs 40%	Majoritatea oamenilor muncesc la scenă sau la curățenie.
<b>12.00 – 13.00</b>	20	30% vs 70%	Majoritatea în tranzit și unii stând pe bănci.
<b>15:00 – 16.00</b>	80	40% vs 60%	Majoritatea în tranzit și unii stând pe bănci.
<b>18.00 – 19.00</b>	40	80% vs 20%	Majoritatea în tranzit și unii stând pe bănci.
<b>POST-INSTALARE</b>			
<b>Ora / Indicator</b>	<b>Nr. vizitatori</b>	<b>%localnici vs turiști</b>	<b>Comportamentul vizitatorilor</b>

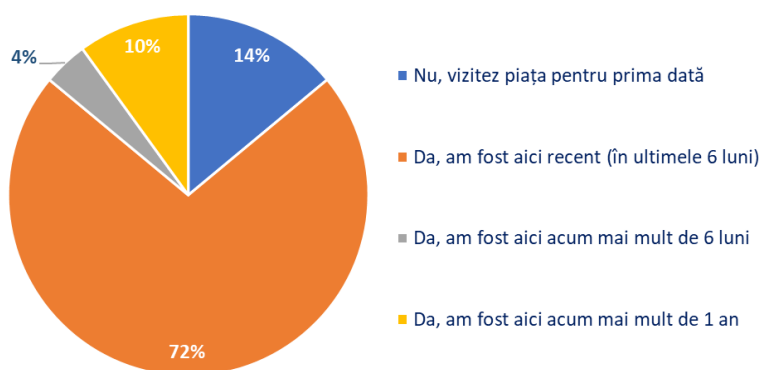
<b>09.00 – 10.00</b>	50	80% vs 20%	Mai mult în tranzit și câțiva stau pe obiectele pretext.
<b>12.00 – 13.00</b>	50	60% vs 40%	Mai mult în tranzit și câțiva stau pe bănci, nimeni nu folosește obiectele.
<b>15.00 – 16.00</b>	140	80% vs 20%	Mai mult în tranzit și unii vizitatori stau pe bănci.
<b>18.00 – 19.00</b>	50	90% vs 10%	Mai mult în tranzit și unii vizitatori stau pe bănci.

Sursa: Observare Pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Septembrie 2023 & April 2024

### Percepții privind piața vizitată

Rezultatele sondajului post-instalare relevă că majoritatea respondenților, 72%, au vizitat recent piața, în ultimele șase luni (Grafic 53). Acest lucru indică un nivel ridicat de implicare și vizite frecvente. 14% dintre respondenți au vizitat piața pentru prima dată, sugerând că acest loc continuă să atragă noi vizitatori. Un procent mai mic de respondenți, 4%, au vizitat ultima dată piața cu mai mult de șase luni în urmă, în timp ce 10% au vizitat ultima dată cu peste un an în urmă.

**Grafic 53. Frecvența vizitelor anterioare în Piața Sf. Ioan**

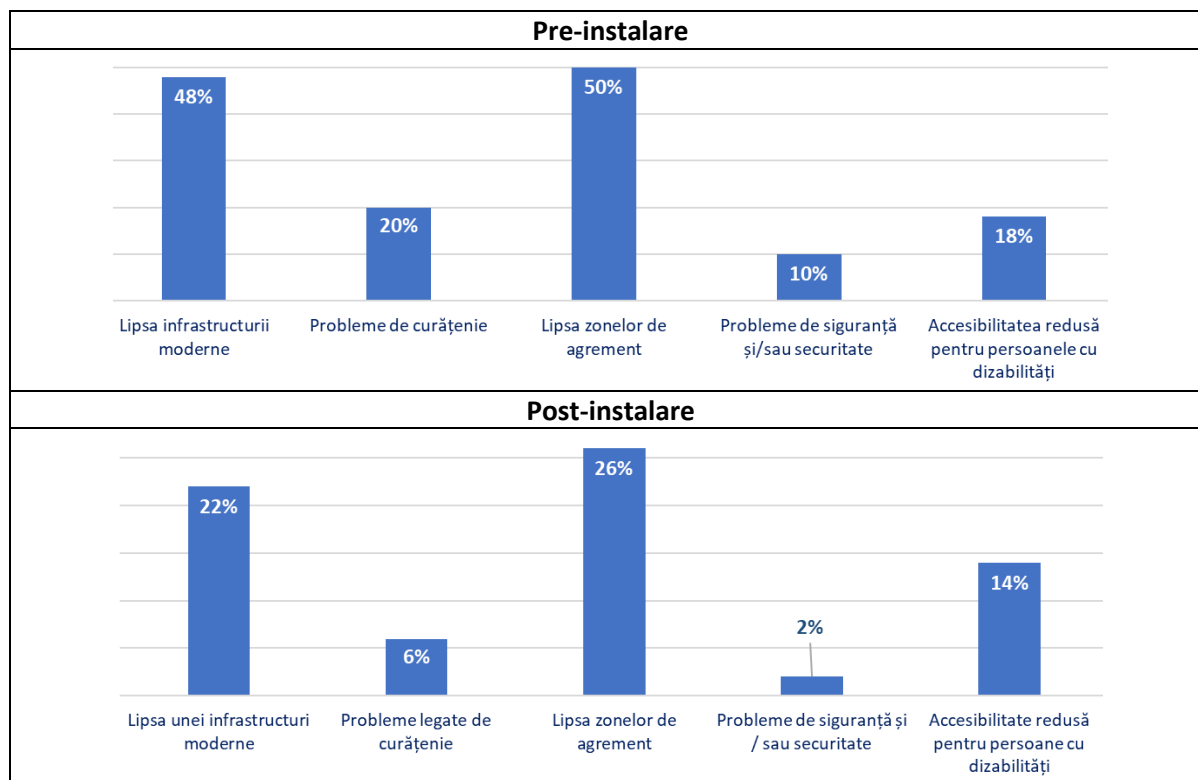


Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Aprilie 2024

Sondajele au relevat că ierarhizarea principalelor probleme sau neajunsuri ale pieței Sf. Ioan coincid, dar proporția respondenților care au evidențiat aceste probleme diferă pre- și post-instalare (Grafic 54). Cea mai îngrijorătoare problemă, semnalată de 50% dintre respondenți în timpul sondajului pre-instalare și de 26% post-instalare, este lipsa zonelor de recreere, indicând o nevoie puternică de mai multe spații dedicate agrementului și relaxării. Lipsa infrastructurii moderne este o altă problemă notabilă, raportată de 48% dintre respondenții pre-instalare și de 22% dintre cei post-instalare, subliniind necesitatea unor modernizări cuprinzătoare pentru a îmbunătăți funcționalitatea și atractivitatea pieței.

În etapa post-instalare, accesibilitatea redusă pentru persoanele cu dizabilități a fost menționată de 14% dintre participanți, sugerând importanța creării unui mediu mai incluziv. Problemele de curățenie au fost identificate de 6% dintre respondenți, ceea ce creionează necesitatea de a menține un spațiu curat și primitiv. În cele din urmă, problemele de siguranță și securitate au fost raportate de 2% dintre respondenți, ceea ce demonstrează că, deși aceasta nu este o preocupare majoră, necesită totuși atenție pentru a asigura bunăstarea vizitatorilor. Aceste informații portretizează o imagine de ansamblu cuprinzătoare a provocărilor cu care se confruntă Piața Sf. Ioan și oferă îndrumări valoroase pentru îmbunătățiri viitoare pentru a transforma piața într-un spațiu public mai vibrant și prietenos cu vizitatorii.

**Grafic 54. Principalele probleme sau neajunsuri ale pieței Sf. Ioan, pre- și post-instalare**



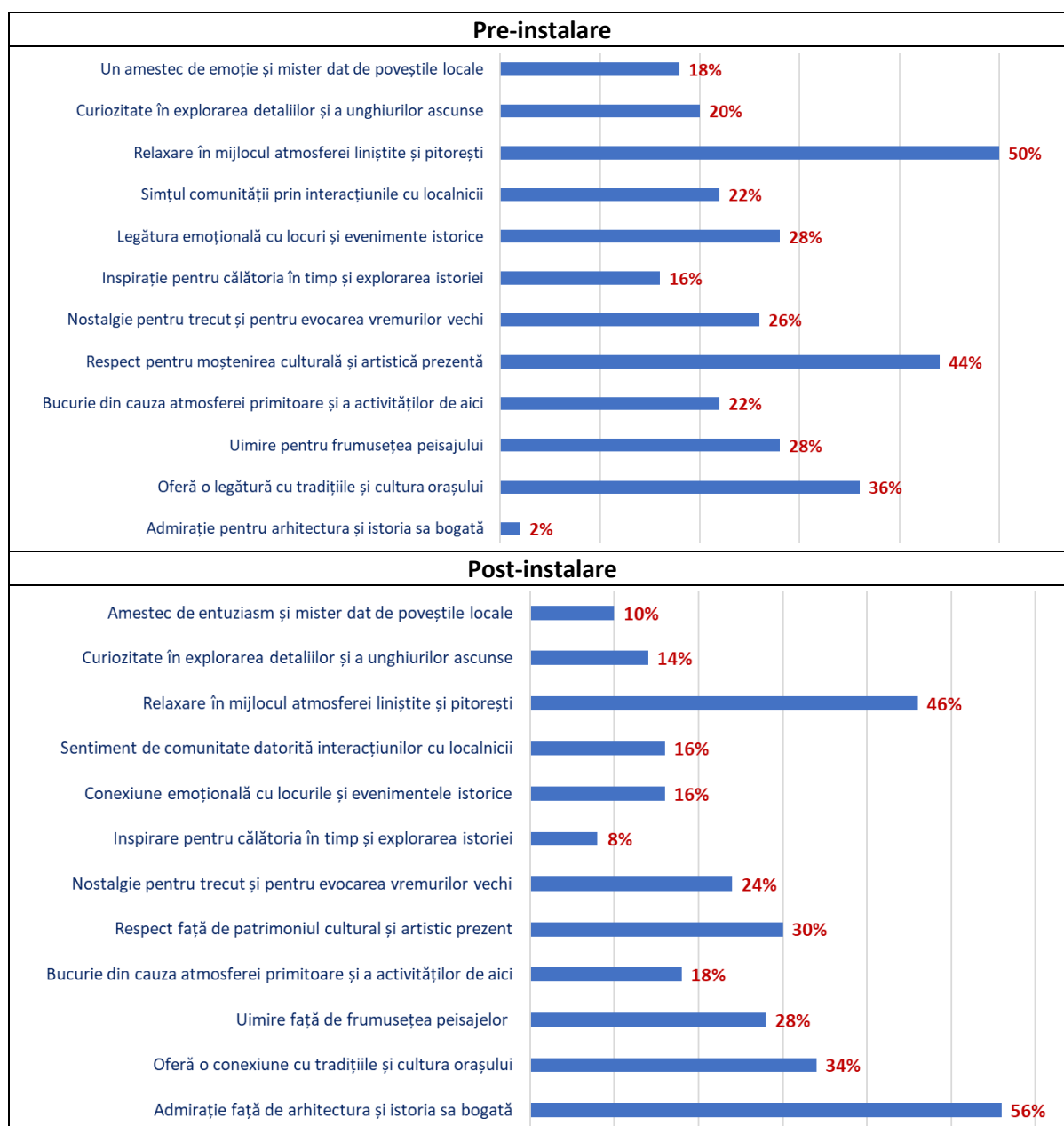
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Respondenții sondajului post-instalare au identificat câteva probleme suplimentare în Piața Sf. Ioan. O preocupare comună a fost necesitatea unor bănci suplimentare, unii respondenți sugerând bănci echipate cu stații de încărcare solară pentru telefoane. De asemenea, a fost exprimată dorința de a dispune de mai multe elemente decorative și animate. Absența unei fântâni de apă a fost de asemenea reclamată, subliniind o necesitate practică de facilități care să răspundă confortului vizitatorilor. În plus, prezența covârșitoare a pietrei și lipsa vegetației au fost și ele menționate, cu sugestii de a continua arta graffiti pentru a crea un mediu mai atrăgător vizual. Aceste observații indică o dorință de îmbunătățiri funcționale și estetice pentru a face piața mai atractivă și prietenoasă cu utilizatorii.

Vizitatorii Pieței Sf. Ioan experimentează o gamă largă de emoții și sentimente, contribuind la atractivitatea sa unică (Grafic 55). Răspunsurile sondajului post-instalare dezvăluie o varietate de sentimente trăite de vizitatori în Piața Sf. Ioan. Cel mai frecvent raportat sentiment este admirația pentru arhitectura și istoria bogată a pieței, cu 56% dintre respondenți exprimând acest sentiment. Acesta este urmat de un sentiment de relaxare în atmosfera liniștită și pitorească, raportat de 46% dintre vizitatori. O conexiune cu tradițiile și cultura orașului este resimțită de 34% dintre respondenți, evidențiind rolul pieței ca reper cultural.

În plus, 30% dintre vizitatori exprimă respect pentru patrimoniul cultural și artistic prezent, în timp ce 28% sunt uimiți de frumusețea peisajului. Alte sentimente notabile includ nostalgia (24%), bucuria generată de atmosfera primitoare și activității (18%), conexiunile emoționale cu locurile istorice (16%) și sentimentul de comunitate prin interacțiunile cu localnicii (16%). Interesant de remarcat că sentimentul de admirație pentru arhitectura bogată și istoria pieței prezintă o variație semnificativă între cele două sondaje. Înainte de instalare, doar 2% dintre respondenți au raportat acest sentiment. Cu toate acestea, grupul de respondenți din sondajul post-instalare a declarat un angajament mult mai mare față de designul local și de narațiunile istorice ale pieței.

**Grafic 55. Sentimente pe care vizitatorii le au când se află în Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare**

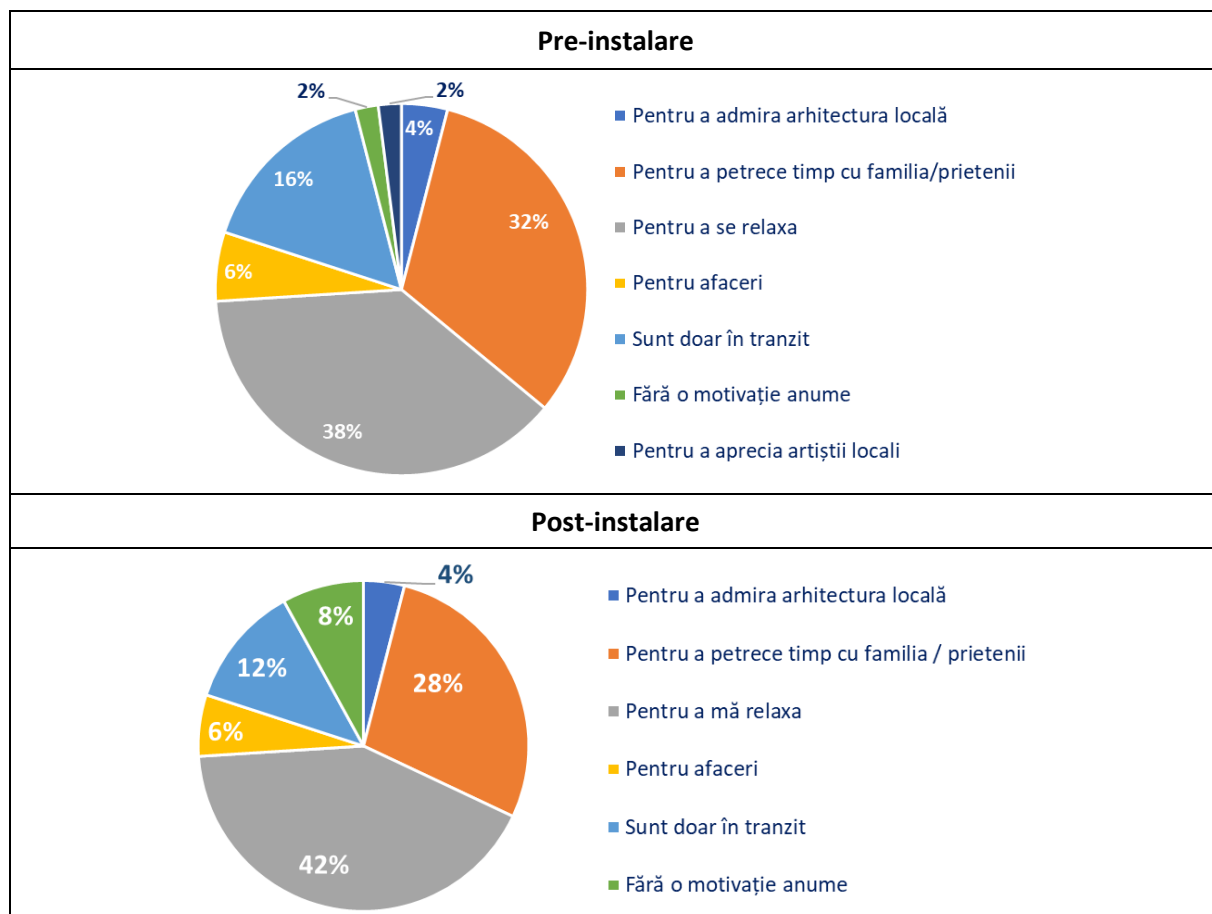


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

## Motivație

Vizitarea Pieței Sf. Ioan atrage indivizi din diverse motive, relaxarea fiind motivația cea mai prevalentă, indicată de 38% dintre respondenții sondajului pre-instalare și 42% dintre cei din sondajul post-instalare (Grafic 56). Sondajul post-instalare relevă că alte motive comune pentru vizitarea pieței includ petrecerea timpului cu familia și prietenii (28%) și tranzitul (12%). Doar o mică parte dintre respondenți au vizitat pentru a admira arhitectura locală (4%). În plus, 6% dintre vizitatori au venit pentru afaceri, în timp ce 8% nu au avut o motivație anume. Aceste constatări indică faptul că piața este un loc cheie pentru relaxare și socializare, arhitectura fiind un factor de atracție mai puțin semnificativ pentru vizitatori.

**Grafic 56.** Motive pentru a vizita Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare

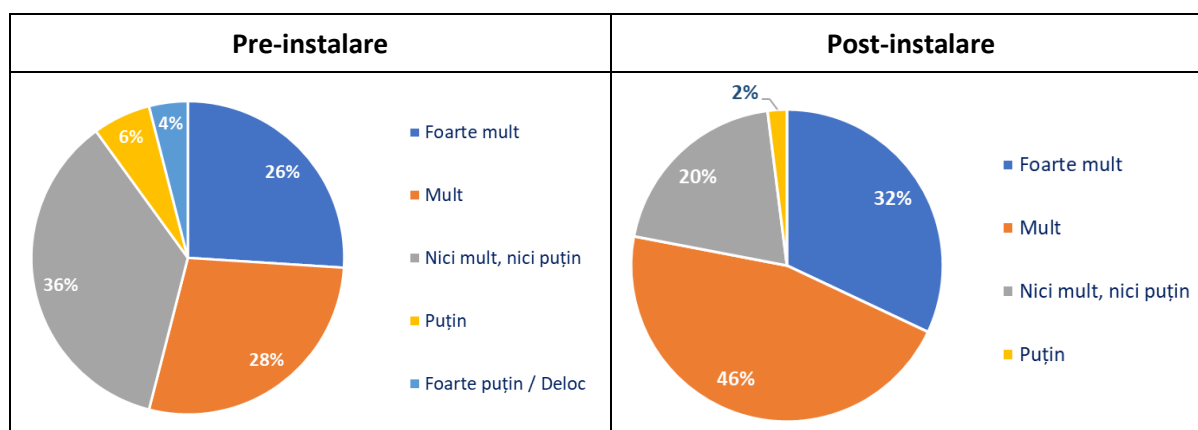


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

### Aspecte sociale

Când se află în Piața Sf. Ioan, vizitatorii manifestă diferite grade de mândrie față de zona centrului istoric (Grafic 57). Rezultatele sondajului pre-instalare arată că 26% dintre respondenți simt foarte multă mândrie iar 28% multă mândrie, totalizând 54% dintre participanți care afirmă o conexiune cu și o apreciere pentru valoarea istorică și culturală a pieței. Rezultatele sondajului post-instalare dezvăluie o percepție și mai favorabilă, cu 78% dintre respondenți indicând fie foarte multă (32%), fie multă (46%) mândrie. Acest lucru demonstrează o apreciere profundă pentru semnificația istorică a zonei printre vizitatori. În plus, 20% dintre respondenți au declarat un sentiment moderat de mândrie ("nici mult, nici puțin"), în timp ce un procent de numai de 2% au exprimat doar puțină mândrie.

**Grafic 57.** Sentimente de mândrie față de Centrul Istoric în timpul vizitei în Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare

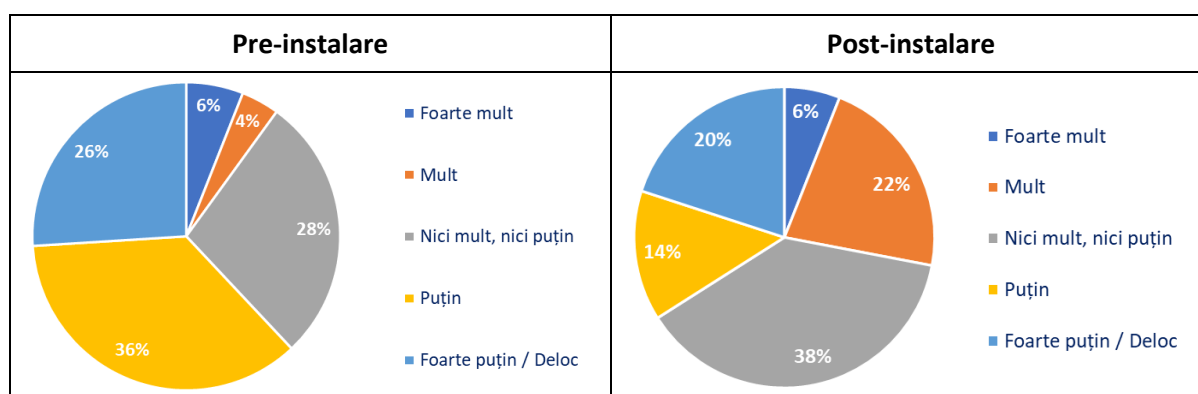


Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Referitor la disponibilitatea de a se angaja în conversații cu trecătorii din Piața Sf. Ioan, răspunsurile primite prin cele două sondaje variază pe un spectru al dorinței de interacțiune socială (Grafic 58). Înainte de instalare, un procent de 36% a avut un entuziasm limitat, încadrându-se în categoria "puțin", în timp ce 26% s-au simțit "foarte puțin" sau "deloc" inclinați să interacționeze cu trecătorii. În contrast, doar un mic procent, de 10%, a exprimat o disponibilitate mai puternică, cu 6% simțindu-se foarte mult înclinați și 4% simțindu-se mult înclinați să vorbească cu cei din jur.

După instalarea obiectelor pretext, 38% din respondenți se încadrează în categoria "nici mult, nici puțin", indicând un nivel moderat de interacțiune socială, iar 22% dintre respondenți au simțit multă încurajare să vorbească cu trecătorii, în timp ce 6% s-au simțit foarte mult încurajați. Pe de altă parte, 14% dintre respondenți au simțit puțină încurajare, iar 20% s-au simțit foarte puțin sau deloc înclinați să interacționeze cu alții. Per ansamblu, aceste răspunsuri evidențiază un nivel mixt, dar în general moderat, de disponibilitate pentru interacțiunea socială în piață, atât înainte, cât și după instalare.

**Grafic 58.** Disponibilitatea de a vorbi cu trecătorii în Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare



Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

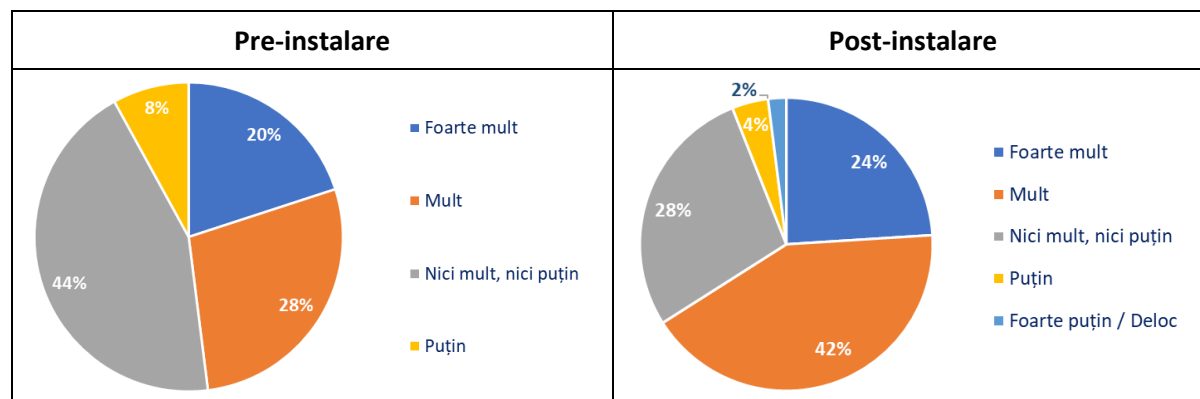
### Aspecte culturale

În ceea ce privește creșterea conștientizării arhitecturii locale atunci când vizitează Piața Sf. Ioan, răspunsurile reflectă o gamă variată de rezultate (Grafic 59). Înainte de instalare, un procent notabil de 44% dintre respondenții sondajului s-au încadrat în categoria de mijloc, indicând o creștere moderată a conștientizării arhitecturale, în timp ce 28% s-au simțit mult mai conștienți și 20% foarte mult mai conștienți de arhitectura locală când se aflau în piață.



Răspunsurile sondajului de după instalare indică o conștientizare sporită a arhitecturii locale printre vizitatorii Pieței Sf. Ioan. Un procent important, de 66% dintre respondenți au simțit fie foarte mult (24%), fie mult (42%) că sunt mai conștienți de arhitectura locală. În plus, 28% dintre vizitatori au raportat o creștere moderată a conștientizării, iar doar un procent mic au simțit o creștere cu puțin (4%) sau foarte puțin/ deloc (2%) a conștientizării.

**Grafic 59.** Creșterea gradului de conștientizare a arhitecturii locale în Piața Sf. Ioan, pre- și post-instalare

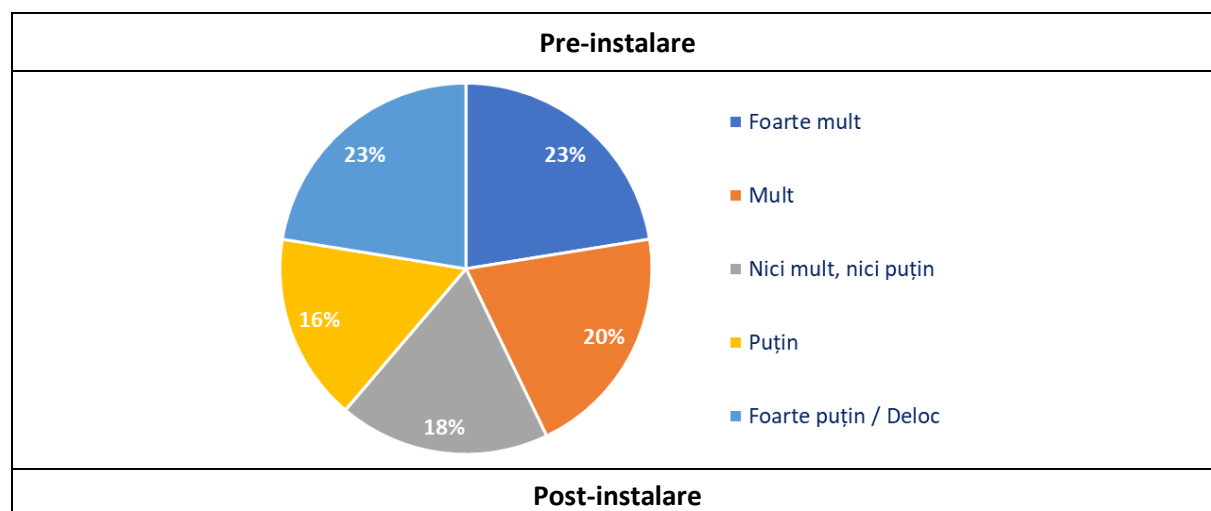


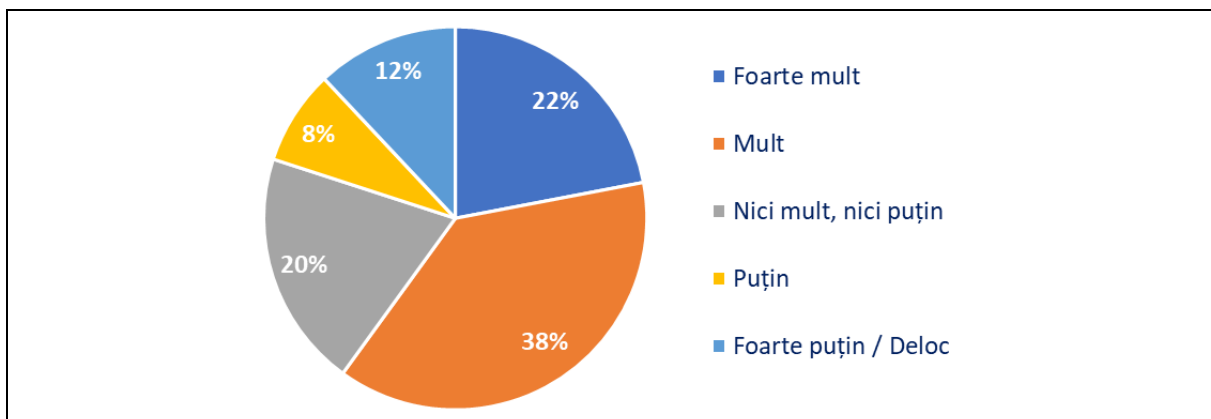
Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Răspunsurile sondajului post-instalare cu privire la măsura în care vizitarea Pieței Sf. Ioan a permis respondenților să se bucure de spectacolele artiștilor locali relevă o percepție generală pozitivă (Grafic 60). Un total combinat de 61% dintre respondenți au indicat că vizita lor le-a permis să se bucure foarte mult (22%) sau mult (39%) de aceste spectacole. Totodată, 20% dintre respondenți au simțit un nivel moderat de plăcere („nici mult, nici puțin”), indicând că, deși au experimentat o anumită implicare în spectacolele locale, aceasta nu a fost foarte pronunțată. O parte mai mică dintre vizitatori a raportat o plăcere limitată, 8% simțind puțin și 12% simțind foarte puțin sau deloc plăcere.

Înainte de instalare, 43% din respondenți au exprimat un nivel semnificativ de plăcere, în timp ce 16% au simțit doar puțină plăcere și 23% au experimentat bucurie în acest sens foarte puțin sau deloc. Aceste răspunsuri sugerează că, deși Piața Sf. Ioan oferă o platformă pentru ca artiștii locali să-și demonstreze talentele și să distreze vizitatorii, preferințele și percepțiile individuale ale plăcerii pot varia considerabil între indivizi.

**Grafic 60.** Măsura în care vizitarea Pieței Sf. Ioan a permis respondenților să se bucure de spectacolele artiștilor locali, pre- și post-instalare

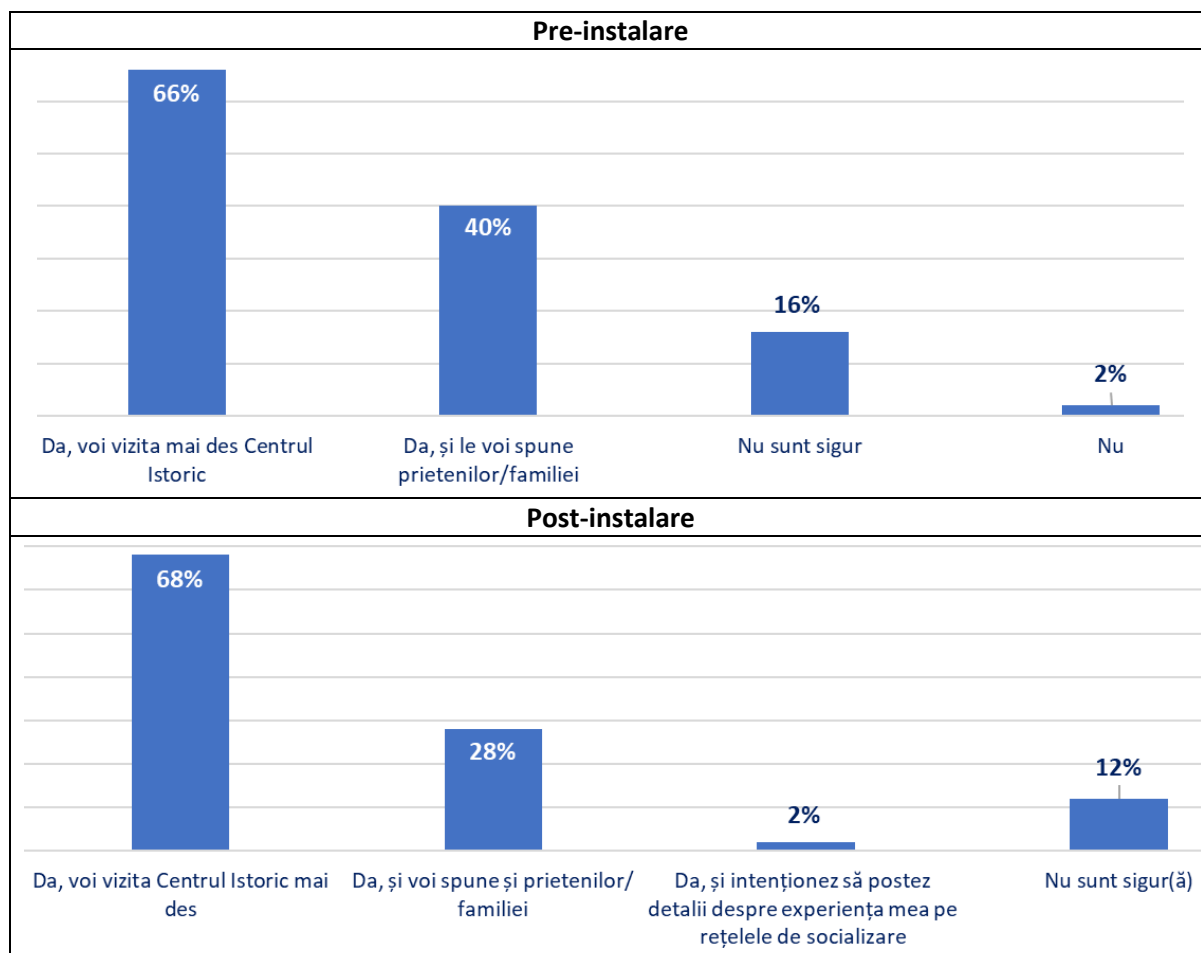




Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

Răspunsurile cu privire la dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Sf. Ioan dezvăluie un sentiment general favorabil printre vizitatori (Grafic 61). Înainte de instalare, 66% dintre respondenți au exprimat o intenție puternică de a vizita Centrul Istoric mai des. După instalare, 68% dintre respondenți și-au exprimat această intenție. În plus, 28% dintre respondenții post-instalare au indicat că vor povesti prietenilor și familiei despre vizita lor, demonstrând dorința de a-și împărtăși experiențele pozitive și de a atrage mai mulți vizitatori în Centrul Istoric. Cu toate acestea, 12% dintre respondenți nu erau siguri dacă vizita lor se va repeta, indicând că, deși majoritatea au avut o experiență pozitivă, rămân indeciși totuși. Doar un procent mic, 2%, a menționat că intenționează să posteze detalii despre experiența lor pe rețelele sociale.

**Grafic 61.** Dorința de a reveni în Centrul Istoric după vizitarea Pieței Sf. Ioan, pre- și post-instalare



Sursa: Sondaje pre- și post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Septembrie 2023 & Aprilie 2024

## Percepția asupra obiectelor pretext

Răspunsurile sondajului post-instalare relevă că majoritatea vizitatorilor au observat noile obiecte de mobilier urban din piață (Grafic 62). În proporție de 82%, respondenții au afirmat că au văzut obiectele înainte, dintre care 30% le-au testat sau utilizat, iar 52% le-au văzut, dar nu au interacționat cu ele încă. Aceasta indică un nivel ridicat de conștientizare a noilor instalații printre vizitatorii pieței. Interesant este că 18% dintre respondenți nu au observat noile obiecte de mobilier urban până la vizita lor în ziua sondajului. Informațiile colectate demonstrează că noile obiecte de mobilier urban au captat atenția majorității vizitatorilor, deși există un potențial pentru creșterea implicării și interacțiunii cu aceste instalații.

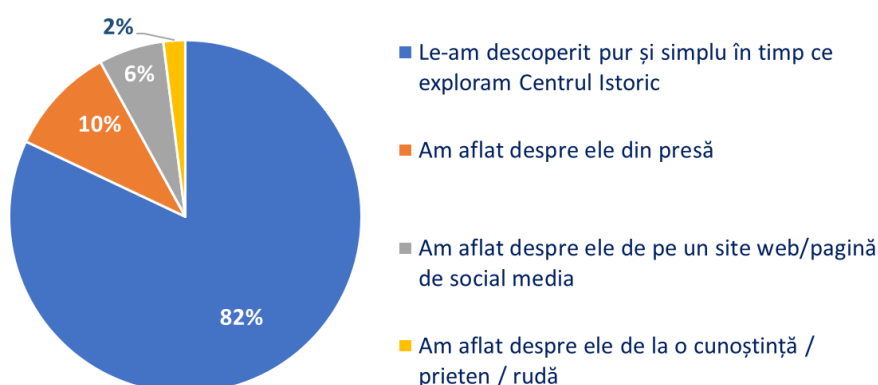
**Grafic 62.** Ați observat noile obiecte de mobilier urban din piațetă? – Piața Sf. Ioan



Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Aprilie 2024

Răspunsurile sondajului privind modul în care vizitatorii au aflat despre noile obiecte de mobilier urban din piață dezvăluie o tendință predominantă de descoperire organică (Grafic 63). Un procent semnificativ de 82% dintre respondenți a indicat că au descoperit pur și simplu obiectele de mobilier în timp ce explorau Centrul Istoric. Un segment mai mic, de 10%, a aflat despre mobilierul urban prin intermediul presei, evidențiind rolul mass-media în informarea publicului despre noile instalații. În plus, 6% au aflat despre obiecte prin intermediul unui site web sau pagină de social media. Doar 2% dintre respondenți au raportat că au aflat despre mobilierul urban de la o cunoștință, prieten sau rudă, indicând că transmiterea informațiilor pe cale verbală a jucat un rol minim în acest context.

**Grafic 63.** Cum ați aflat despre aceste obiecte de mobilier urban? – Piața Sf. Ioan

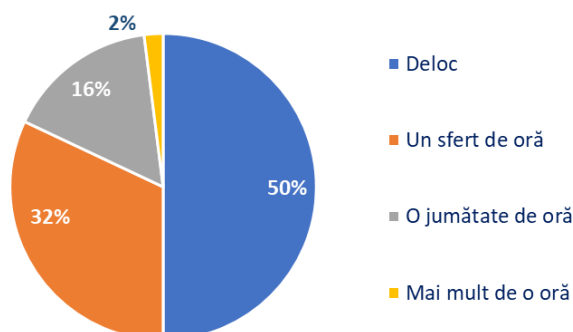


Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Aprilie 2024

Rezultatele sondajului indică diferite intervale de timp de interacțiune cu obiectele de mobilier urban din piață (Grafic 64). Trebuie punctat că jumătate dintre respondenți (50%) au raportat că nu au petrecut deloc timp interacționând cu aceste obiecte. În contrast, 32% dintre respondenți au petrecut un sfert de oră interacționând cu mobilierul, în timp ce 16% au petrecut o jumătate de oră. Acest lucru

arată că există un interes considerabil pentru mobilier în rândul unui segment de vizitatori, care îl găsesc suficient de atractiv pentru a petrece o cantitate măsurabilă de timp. Doar 2% dintre respondenți au petrecut mai mult de o oră interacționând cu obiectele de mobilier urban, indicând că angajamentul extins cu aceste obiecte este puțin frecvent.

**Grafic 64.** Timp petrecut interacționând cu obiectele de mobilier urban – Piața Sf. Ioan

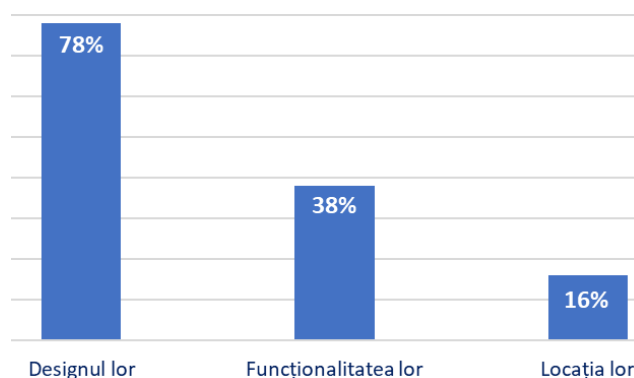


Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Aprilie 2024

Modalitățile de interacțiune ale respondenților cu obiectele de mobilier urban au variat, evidențiind o multitudine de niveluri și moduri. Mulți respondenți au menționat că s-au așezat pe mobilier, fie pentru a se odihni, fie ca parte a interacțiunilor sociale, cum ar fi discuțiile sau conversațiile. Unii au profitat de ocazie pentru a le explora mecanismele și a face fotografii, indicând o curiozitate față de designul și funcționalitatea obiectelor. Interacțiunile copiilor au fost des menționate, cu mai mulți respondenți afirmând că și-au lăsat copiii să exploreze sau să se joace pe mobilier. Acest lucru sugerează că obiectele sunt atrăgătoare și accesibile pentru vizitatorii mai tineri, oferind un element ludic în piață. Câțiva respondenți au exprimat o implicare mai rezervată, cum ar fi doar prin admirarea mobilierului sau observarea acestora în timp ce trec pe lângă ele. Un comentariu demn de menționat a fost despre instabilitatea mobilierului din cauza mobilității sale, ceea ce ar putea indica o preocupare pentru siguranță sau confort.

Rezultatele sondajului indică faptul că designul mobilierului este cel mai apreciat atribut, urmat de funcționalitatea practică și amplasarea strategică în cadrul pieței (Grafic 65). Un procent de 78% dintre respondenți subliniază designul ca fiind aspectul cel mai admirat, în timp ce funcționalitatea este următorul atribut cel mai apreciat, cu 38% dintre respondenți recunoscând modul în care obiectele de mobilier servesc scopurilor practice. Acest lucru include ușurința în folosire, confortul și, posibil, interacțiunea cu alte elemente ale pieței. În cele din urmă, 16% dintre respondenți apreciază locația obiectelor de mobilier. Aceasta indică faptul că amplasarea lor în piață contribuie la experiența vizitatorilor, potențial îmbunătățind accesibilitatea și confortul celor care le folosesc.

**Grafic 65.** Elementele cele mai apreciate la obiectele de mobilier urban – Piața Sf. Ioan

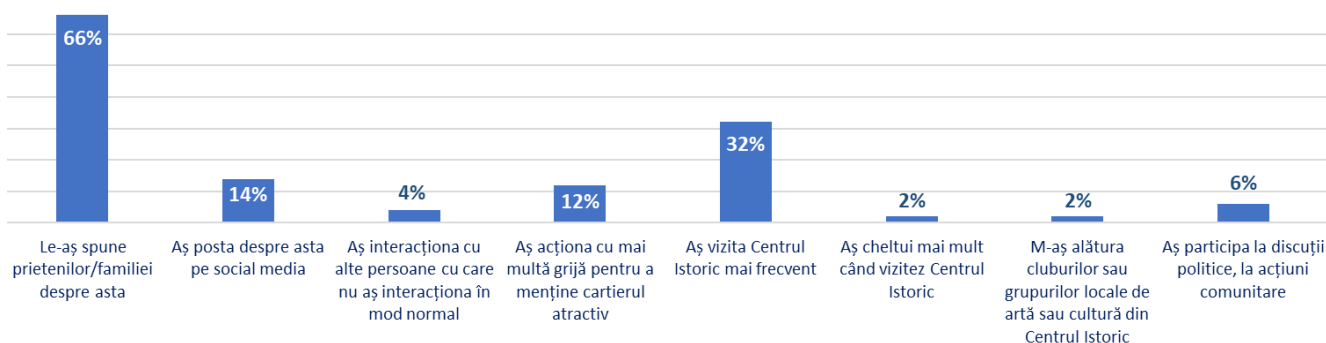


Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Aprilie 2024

Sondajul a relevat două critici principale privind noile obiectele de mobilier urban. În primul rând, instabilitatea unor piese, indicând preocupări legate de siguranța și soliditatea mobilierului. În al doilea rând, mobilierul a fost considerat prea modern pentru locație, sugerând că unii vizitatori simt că designul contemporan nu se armonizează bine cu estetica istorică sau tradițională a pieței. Aceste puncte de feedback evidențiază domenii pentru îmbunătățiri viitoare pentru a alinia mai bine așteptările vizitatorilor și mediul general al pieței.

Rezultatele sondajului indică mai multe posibile schimbări comportamentale printre respondenți datorită experienței lor cu obiectele de mobilier urban (Grafic 66). Cel mai frecvent răspuns, furnizat de 66% dintre participanți, este intenția de a spune prietenilor și familiei despre experiența lor, subliniind impactul pozitiv și potențialul de promovare prin viu grai. În plus, 32% dintre respondenți au menționat că ar vizita mai frecvent zona istorică. Un grup mai mic, de 14%, a indicat că ar posta despre mobilier pe rețelele sociale, ceea ce ar putea ajuta la creșterea conștientizării și la generarea interesului unui public mai larg. În același timp, 12% au declarat că ar acționa cu mai multă grijă pentru a menține atractivitatea cartierului lor, reflectând un sentiment de mândrie civică și responsabilitate. Alte schimbări potențiale în comportament includ interacțiunea crescută cu alții (4%), participarea la cluburi locale de artă sau cultură (2%), cheltuirea mai multor bani atunci când vizitează Zona Istorică (2%) și implicarea în discuții politice sau acțiuni comunitare (6%).

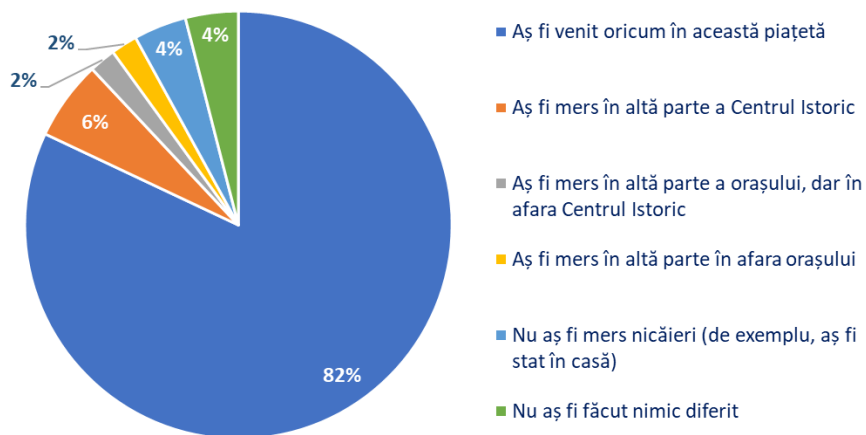
**Grafic 66.** Ce credeți că ați putea face diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban? – Piața Sf. Ioan



Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Aprilie 2024

Rezultatele sondajului relevă că prezența obiectelor pretext a avut un impact limitat asupra deciziilor respondenților de a vizita piața (Grafic 67). Marea majoritate, 82%, a indicat că ar fi venit în piață indiferent de existența obiectelor de pretext. O proporție mai mică de respondenți, 6%, a menționat că ar fi mers într-o altă parte a centrului istoric, în timp ce 2% ar fi ales o altă zonă a orașului, dar în afara celei istorice. În plus, 2% au declarat că ar fi mers în afara orașului, iar alți 4% au indicat că ar fi rămas în interiorul său. În final, 4% dintre respondenți au raportat că nu ar fi făcut nimic diferit. Aceste rezultate subliniază că, deși obiectele pretext adaugă valoare pieței, atracția principală pentru vizitatori rămâne piața în sine și mediul său înconjurător. Această concluzie se aliniază cu constatările din alte zone, confirmând că principala atracție continuă să fie chiar piețele.

**Grafic 67.** Dacă obiectele pretext nu ar fi fost aici, ce ați fi făcut astăzi? – Piața Sf. Ioan



Sursa: Sondaj post-instalare, Piața Sf. Ioan, Brașov, Aprilie 2024

## Piața George Enescu – locație control

### Vizitatorii și comportamentul acestora

Într-o dimineață de zi lucrătoare, după instalarea obiectelor de pretext, Piața George Enescu înregistrează un trafic relativ redus, cu doar nouă persoane trecând prin zonă, dintre care 50% sunt localnici (Tabel 9). Printre cele opt persoane observate, trei erau muncitori care discutau între ei, iar celelalte cinci erau patru localnici și un turist. În jurul prânzului, numărul vizitatorilor ajunge la 18, dintre care 40% sunt localnici. Piața vede un mix divers de trecători, inclusiv trei turiști care călătoresc împreună, un cuplu de turiști (o familie cu părinți și bunici) care se plimbă, un cuplu cu un câine, un curier și șapte studenți care trec prin zonă. Alte persoane observate fie lucrează la terasele din piață, fie sunt doar în trecere prin zonă. După-amiaza, traficul în piață crește la 50 de persoane, împărțite în mod egal între localnici și turiști. Un grup de turiști vorbitori de germană a trecut prin zonă, probabil explorând istoria pieței. De asemenea, 2-3 mese la terase erau ocupate. Diverse grupuri de trei până la patru persoane și alte persoane continuau să treacă prin piață. Până seara, au fost observate 49 de persoane în piață, menținând proporția de 50% între localnici și turiști. Aproximativ jumătate dintre aceste persoane erau așezate la terase, în timp ce restul erau două familii în tranzit, un curier și grupuri de două până la trei persoane. Unul din grupuri s-a oprit pentru a admira piața. Majoritatea persoanelor erau în tranzit, iar un angajat al unei terase a fost observat fumând.

Comparativ, observațiile făcute într-o dimineață de zi lucrătoare înainte de instalarea obiectelor de pretext au surprins în Piața George Enescu 16 persoane, 50% localnici, majoritatea în tranzit. Până la prânz, traficul a crescut la 35 de persoane, cu doar 10% localnici. După-amiaza, 40 de persoane au trecut prin piață, cu 50% localnici, fiind atrași în principal de terasa și cafeneaua din zonă. Până seara, erau prezente în piață 50 de persoane, din nou jumătate dintre ei localnici.

**Tabel 9.** Sinteza observației realizate în Piața George Enescu (locația de control) în timpul săptămânii, pre- și post-instalare

PRE-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	16	50% vs 50%	Majoritatea oamenilor sunt în tranzit, se grăbesc, mănâncă sau își plimbă câinii.
12.00 – 13.00	35	10% vs 90%	Majoritatea în tranzit sau lucrează la terasă. Puțini turiști trec.
15.00 – 16.00	40	50% vs 50%	Majoritatea oamenilor la terase, restul în tranzit spre alte zone.
18.00 – 19.00	50	50% vs 50%	Majoritatea oamenilor la terase, restul în tranzit spre alte zone.
POST-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	9	50% vs 50%	Cei mai mulți oameni sunt în tranzit, trecând grăbiți, mănâncând sau plimbându-și câinii.
12.00 – 13.00	18	40% vs 60%	Majoritatea în tranzit, unii lucrând la terase, câțiva turiști trecând prin zonă.
15.00 – 16.00	50	50% vs 50%	Grupuri de turiști și localnici la terase, mulți în tranzit.
18.00 – 19.00	49	60% vs 40%	Jumătate la terase, restul în tranzit, unii admirând piața.

Sursă: Observații pre- și post-instalare, Piața George Enescu, septembrie 2023 și aprilie 2024

Duminică dimineața, după instalare, conform observațiilor făcute, Piața George Enescu înregistrează un trafic pietonal redus, cu doar 16 persoane, în mare parte localnici, trecând prin piață (Tabel 10). Piața este în mare parte goală, cei prezenți par a fi implicați în aprovizionarea unei cafenele. Un grup de turiști cu un ghid trece de asemenea prin piață, iar două persoane sunt așezate la terase. Câteva persoane în vârstă se întorc de la cumpărături, traversând zona. Până la prânz, numărul de persoane din piață crește la 40, dintre care 40% sunt localnici. Majoritatea acestor persoane sunt așezate la terase, în timp ce restul sunt în tranzit. Un angajat de la terasă este observat fumând, iar traficul pietonal este minim, fără opriri. După-amiaza, piața devine mai aglomerată, cu 70 de persoane trecând prin zonă, jumătate dintre acestea fiind localnici. Cincizeci de persoane sunt așezate la terase, în timp ce restul, inclusiv grupuri de 2-4 persoane și indivizi, sunt doar în tranzit. Doi copii sunt văzuți jucându-se, și patru persoane se opresc să facă poze. Seara, piața înregistrează un total de 60 de persoane, dintre care 60% sunt localnici. Majoritatea, peste 90%, sunt așezate la terase, în timp ce cupluri și indivizi continuă să treacă prin piață.

În comparație, înainte de instalare în aceeași zi a săptămânii, observațiile efectuate dimineața au relevat că Piața George Enescu era vizitată de doar 4 persoane, toate părând a fi localnici. Până la prânz, numărul a crescut la 85, dintre care 60% erau localnici; 40 erau la terasă și cafenea, și 45 în tranzit. După-amiaza, 50 de persoane au trecut prin piață, dintre care 30% localnici, cu 27 în tranzit și restul la localurile din piață. Seara, 75 de persoane erau prezente, dintre care 30% localnici, cu 35 la localuri și 40 în tranzit. Trei angajați au fost văzuți fumând pe treptele clădirilor și un domn făcând poze.

**Tabel 10.** Sinteza observației realizate în Piața George Enescu (locația de control) în weekend, pre- și post-instalare

PRE-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	4	100% vs 0%	Localnici care lucrează la cafenea
12.00 – 13.00	85	60% vs 40%	Majoritatea în tranzit sau servind o băutură la cafenele. O doamnă și un copil mic se joacă lângă o instalație FOV.
15.00 – 16.00	50	30% vs 70%	Majoritatea oamenilor la terase, restul în tranzit spre alte zone.
18.00 – 19.00	75	30% vs 70%	Majoritatea oamenilor la terase, restul în tranzit spre alte zone. Doi oameni fumează pe niște scări, unul făcând fotografii.
POST-INSTALARE			
Ora / Indicator	Nr. vizitatori	% localnici vs turiști	Comportamentul vizitatorilor
09.00 – 10.00	16	50% vs 50%	Un grup de turiști cu un ghid a trecut prin piață. Câteva persoane la terase, alții trecând prin zonă.
12.00 – 13.00	40	40% vs 60%	Majoritatea la terase, restul în tranzit.
15.00 – 16.00	70	50% vs 50%	Mulți la terase, restul trecând prin zonă.
18.00 – 19.00	60	60% vs 40%	Majoritatea la terase, restul trecând prin zonă.

Sursă: Observații pre- și post-instalare, Piața George Enescu, septembrie 2023 și aprilie 2024



## CONCLUZII GENERALE

### CONCLUZII GENERALE

Instalarea obiectelor pretext a avut un **impact vizibil asupra comportamentului vizitatorilor în spațiile urbane studiate**. Înainte de instalare, fiecare piață avea modele de utilizare unice, influențate de locațiile respective și facilitățile existente. Observațiile post-instalare arată în general o **creștere a angajamentului și interacțiunii**, în special în ceea ce privește activitățile sociale și vizitele prelungite. Percepțiile vizitatorilor despre piețe au arătat unele diferențe după instalare, în special în ceea ce privește siguranța și oportunitățile de recreere. Preocupările înainte de instalare s-au concentrat în principal pe infrastructura modernă, curățenie și disponibilitatea spațiilor de recreere. Datele post-instalare au indicat unele schimbări în preocupări, deși curățenia a rămas o problemă constantă.

**Motivetele pentru vizitarea piețelor** au rămas relativ aceleași, socializarea și relaxarea fiind argumentele principale în ambele faze ale proiectului. Totuși, datele post-instalare au arătat o ușoară diferență în vizitele determinate de scopuri recreative, în special în Piața Sf. Ioan și Piața Apollonia-Hirscher, unde au fost introduse noi elemente interactive. **Aprecierea culturală** a rămas ridicată în toate piețele, vizitatorii exprimând o admirație puternică pentru semnificația istorică și arhitecturală a acestor spații. Instalarea obiectelor pretext nu a schimbat semnificativ această tendință, dar a îmbunătățit experiența culturală generală, completând elementele istorice ale piețelor.

**Percepția asupra obiectelor pretext** a fost, în general, pozitivă în toate piețele studiate. Vizitatorii au apreciat noile bănci și elementele interactive, remarcând contribuția acestora la atractivitatea socială și estetică a spațiilor. Obiectele pretext au avut un impact asupra dinamicii sociale din piețele studiate, dar este necesar să treacă mai mult timp de la instalare pentru a putea face o analiză mai aprofundată. În general, noile obiecte au facilitat creșterea interacțiunii sociale, în special între familii și copii.

Înainte de instalarea obiectelor pretext, **Piața Paul Richter** prezenta un model dinamic de utilizare pe parcursul zilei. Activitățile de dimineață erau minime, implicând în principal localnici în trecere. La prânz, piața devenea mai aglomerată, cu o combinație de localnici și turiști implicați în interacțiuni sociale. După-amiaza marca o scădere a traficului, iar seara avea un flux moderat cu puțină persistență. Nu existau zone de recreere sau facilități care să încurajeze oamenii să petreacă mult timp în piață, ceea ce explică în mare parte tranzitul rapid al indivizilor.

Observațiile post-instalare au relevat modele similare, cu unele diferențe notabile. Prezența băncilor a atras câțiva indivizi să se oprească și să se așeze, transformând piața dintr-un simplu loc de trecere într-un punct de odihnă. Diminețile observate au surprins prezența în mare parte a localnicilor. Orele de prânz și seară au arătat, de asemenea, un flux constant de localnici și turiști, cu o interacțiune crescută cu noile bănci, în special între adolescenți și copii.

Datele sondajului pre-instalare au indicat că 82% dintre respondenți vizitaseră Piața Paul Richter în ultimele șase luni, arătând un angajament local ridicat. Datele post-instalare au menținut acest nivel ridicat de vizite recente, subliniind atractivitatea continuă a pieței. Sondajele pre- și post-instalare au oferit diverse informații privind percepțiile și experiențele vizitatorilor în Piața Paul Richter. Îngrijorările legate de infrastructura modernă și curățenie au fost proeminente pre-instalare, în timp ce sondajele post-instalare au arătat o reducere a acestor îngrijorări, dar o creștere a problemelor legate de siguranță și accesibilitate. Respondenții ambelor sondaje au subliniat semnificația arhitecturală și istorică a pieței, cu variații ușoare în sentimentele de admirație, relaxare și curiozitate. Surprinzător, toaletele publice nu par să reprezinte o problemă majoră pentru respondenți.

Motivele pentru vizitarea Pieței Paul Richter au rămas constante pre- și post-instalare. Petrecerea timpului cu familia și prietenii, și utilizarea pieței ca rută de tranzit au fost motivele principale. Datele post-instalare au arătat o creștere a vizitelor pentru relaxare și admirația arhitecturii locale. Prezența obiectelor pretext a avut un impact modest asupra motivației de vizitare, puțini vizitatori citându-le ca fiind motivul principal al vizitei lor.

Datele indică faptul că instalarea obiectelor pretext a avut o influență în modul în care vizitatorii interacționează cu Piața Paul Richter. Noile bănci au oferit mai multe oportunități pentru ca oamenii să stea, să se relaxeze și să socializeze, transformând piața într-un spațiu mai prietenos. S-a observat o creștere a activităților de familie și grup post-instalare, făcând piața puțin mai vibrantă și interactivă. În ceea ce privește conștientizarea și aprecierea culturală, acestea sunt semnificative în Piața Paul Richter. Atât sondajele pre- cât și post-instalare au relevat că vizitatorii arată o apreciere ridicată pentru semnificația arhitecturală și istorică a pieței. Post-instalare, respondenții au continuat să evoce sentimente puternice de admirație pentru contextul său istoric, cu un interes constant pentru elementele sale arhitecturale.

Percepția asupra obiectelor pretext a fost în general pozitivă. Mulți vizitatori au observat și utilizat noile bănci. Feedback-ul a evidențiat designul și funcționalitatea mobilierului, deși au fost ridicate unele preocupări privind durabilitatea și întreținerea. Băncile au fost apreciate în mod special pentru îmbunătățirea atracției sociale și estetice a pieței.

Având în vedere toate aspectele, instalarea obiectelor pretext în Piața Paul Richter a contribuit pozitiv la utilizarea spațiului și experiența vizitatorilor. Deși nu a schimbat drastic motivele fundamentale pentru care oamenii vizitează piața, a adăugat valoare prin oferirea mai multor locuri de ședere și oportunități de interacțiune socială. Nivelul constant ridicat de angajament local și atractivitatea pieței atât pentru rezidenți cât și pentru turiști subliniază importanța sa ca un centru comunal și cultural. Îmbunătățirile viitoare ar putea să se concentreze pe abordarea preocupărilor legate de siguranță și accesibilitate, menținând în același timp farmecul istoric și arhitectural al pieței.

Mergând mai departe, atracția principală în **Piața Brassai** este, fără îndoială, terasa specializată în brunch, care atrage majoritatea vizitatorilor. Piața este destul de ascunsă și puține persoane trec prin ea; mai mult, nu există bănci în piață. După ce se plimbă pe strada După Ziduri, mulți oameni se așază pe una dintre numeroasele bănci de pe stradă înainte de a intra în piață. Observațiile pre-instalare au relevat că Piața Brassai avea un trafic pietonal variat, cu cele mai aglomerate perioade fiind la prânz și seara, datorită activităților de la terasă și a evenimentelor. Observațiile post-instalare în timpul săptămânii au arătat o scădere a traficului dimineața, probabil din cauza factorilor externi, cum ar fi activitățile de curățenie. Perioadele de prânz și seară au marcat o creștere a interacțiunii, în special a localnicilor care folosesc băncile. În weekend-uri, s-a înregistrat un număr și mai mare de vizitatori, cu mai multe familii și localnici interacționând cu obiectele, în special la ora brunch-ului și seara.

Studiind percepțiile vizitatorilor Pieței Brassai, preocupările pre-instalare ale respondenților s-au concentrat pe infrastructura modernă, curățenie și zonele de recreere. Sondajele post-instalare au evidențiat o preocupare mai mică față de curățenie, dar îngrijorările legate de infrastructură și siguranță au rămas constante. Lipsa zonelor de recreere a rămas și ea o problemă semnificativă. Răspunsurile emoționale la piață, cum ar fi admirația pentru arhitectură și relaxarea, au fost constante în ambele faze, deși datele post-instalare au arătat o ușoară creștere a relaxării, posibil datorată într-o oarecare măsură și noului mobilier.

Motivațiile vizitatorilor pre- și post-instalare au arătat variații notabile. Pre-instalare, motivația principală era socializarea cu familia și prietenii. Post-instalare, relaxarea a devenit motivul predominant, reflectând ambianța îmbunătățită a pieței. Rolul pieței ca punct de tranzit a rămas semnificativ, dar a arătat o ușoară scădere în accentuare. În ceea ce privește aspectele sociale, datele post-instalare au arătat o creștere a angajamentului în Piața Brassai în rândul localnicilor, în special seara, cu familii și grupuri petrecând mai mult timp în piață. Noile bănci au oferit oportunități sociale, încurajând vizite mai lungi și mai multe interacțiuni între vizitatori.

Aprecierea culturală a rămas constantă în Piața Brassai, cu vizitatori care au exprimat un respect profund pentru patrimoniul său cultural. Piața a continuat să servească drept reper cultural, menținând niveluri ridicate de angajament cultural post-instalare. Obiectele de preț au fost apreciate pentru designul și oportunitățile sociale pe care le-au oferit. Vizitatorii au subliniat funcționalitatea și atractivitatea estetică a noilor bănci, deși au fost făcute sugestii pentru îmbunătățirea amplasării și întreținerii acestora.

Observațiile efectuate în **Piața Apollonia-Hirscher** oferă perspective valoroase asupra dinamicii și caracteristicilor acestui spațiu urban. Pre-instalare, Piața Apollonia-Hirscher avea un tipar echilibrat al vizitatorilor, cu un amestec de turiști și localnici angajați în vizite scurte. În ciuda atracțiilor arhitecturale și a vederii impresionante a semnelor Brașov, turiștii par să facă opriri scurte pentru fotografii, dar nu zăbovesc. Post-instalare, piața a continuat să atragă o mulțime diversă, cu o creștere a implicării în timpul după-amiezii și serii. Prezența băncilor și a elementelor interactive a crescut ușor timpul mediu petrecut de vizitatori, în special în rândul familiilor și grupurilor.

Sondajul pre-instalare a evidențiat probleme de curățenie, infrastructură și accesibilitate. Datele post-instalare au indicat unele îmbunătățiri, în special în ceea ce privește infrastructura, dar au rămas preocupări legate de curățenie și spații de recreere. Răspunsurile emoționale, cum ar fi admirația și relaxarea, au rămas ridicate în ambele faze, cu date post-instalare care arată o ușoară creștere a satisfacției vizitatorilor.

Motivațiile principale pentru vizitarea Pieței Apollonia-Hirscher au rămas constante pre- și post-instalare, cu accent pe socializare și relaxare. Datele post-instalare au indicat o ușoară creștere a vizitelor determinate de curiozitate și explorare, posibil influențate și de noile instalații. În ceea ce privește aspectele sociale, datele colectate post-instalare arată o creștere a interacțiunilor sociale în Piața Apollonia-Hirscher. Noile instalații au încurajat vizite mai lungi și mai multe activități sociale, făcând piața un spațiu social mai atractiv. Aprecierea culturală a rămas ridicată în Piața Apollonia-Hirscher. Vizitatorii au continuat să își exprime admirația puternică pentru elementele istorice și arhitecturale ale pieței, cu o ușoară creștere a implicării post-instalare.

Mobilierul urban nou a primit feedback pozitiv, vizitatorii apreciind funcționalitatea îmbunătățită și atractivitatea estetică a instalațiilor. Băncile și elementele interactive au contribuit la creșterea interacțiunilor sociale și la prelungirea vizitelor.

**Piața Sf. Ioan** a demonstrat un atașament puternic local atât pre-, cât și post-instalare, având cel mai mare număr de vizitatori recurenți dintre toate piețele. Modelele de utilizare pre-instalare au indicat un nivel moderat de implicare pe parcursul zilei, cu vârfuri în timpul orelor sociale. Dimineața, numărul de vizitatori era redus, majoritatea fiind localnici care treceau prin piață. La prânz, numărul vizitatorilor creștea, apărând mai mulți turiști. După-amiaza activitatea scădea, iar seara era un flux moderat cu puține persoane care zăboveau.

Observațiile post-instalare au relevat modele similare, cu interacțiuni crescute cu noile instalații, în special în rândul familiilor și copiilor în weekend. Observațiile de dimineață post-instalare arătau un număr mic de vizitatori, cu un mix de localnici și turiști. La prânz, numărul vizitatorilor creștea, cu familii și copii care se implicau mai mult în utilizarea băncilor și a altor instalații. După-amiezile rămâneau relativ liniștite, în timp ce serile marcau un nivel moderat de implicare, în special cu familii și grupuri sociale care utilizau noile zone de ședere.

Preocupările pre-instalare în Piața Sf. Ioan au fost în principal legate de curățenie, siguranță și spații de recreere. Vizitatorii au menționat adesea lipsa curățeniei și măsurile de siguranță inadecvate, precum și oportunitățile limitate de recreere. Sondajele post-instalare au arătat îmbunătățiri în domeniul siguranței și al spațiilor de recreere, dar problemele de curățenie au continuat să persiste. Vizitatorii și-au exprimat o satisfacție crescută față de noile aranjamente de ședere și de mediul mai sigur, deși necesitatea unei întrețineri mai bune a fost încă o dată subliniată. Răspunsurile emoționale, cum ar fi admirația și relaxarea, au fost constante, cu o ușoară creștere a satisfacției post-instalare. Semnificația istorică și arhitecturală a pieței a continuat să evoce sentimente puternice de apreciere.

Motivațiile pentru vizitarea Pieței Sf. Ioan au rămas constante, socializarea și relaxarea fiind principalele motive. Datele pre-instalare au arătat că vizitatorii foloseau în principal piața pentru întâlniri sociale și scurte momente de relaxare în timpul activităților lor. Datele post-instalare au indicat o ușoară creștere a vizitelor în scopuri recreative, reflectând impactul noilor instalații. Noile bănci și elemente interactive au oferit mai multe motive pentru ca familiile și grupurile sociale să petreacă timp în piață, sporindu-i rolul de nucleu comunitar.

Noile obiecte din Piața Sf. Ioan au promovat interacțiunea socială crescută, în special în rândul familiilor și copiilor. Prezența noilor bănci și elemente interactive a încurajat vizite mai lungi și mai multe activități comunale. Câteva familii au fost observate petrecând mai mult timp în piață, unii copii s-au angajat în activități cu elementele interactive și grupurile sociale au folosit băncile pentru întâlniri.

Aprecierea culturală a rămas semnificativă în Piața Sf. Ioan. Vizitatorii au continuat să își exprime admirația puternică pentru semnificația istorică și arhitecturală a pieței. Datele post-instalare au arătat un angajament cultural susținut, vizitatorii petrecând mai mult timp pentru a explora și a aprecia contextul istoric al pieței. Noile instalații au evidențiat și au completat elementele culturale ale pieței, îmbunătățind experiența generală a vizitatorilor.

Percepția asupra obiectelor pretext din Piața Sf. Ioan a fost una pozitivă. Vizitatorii au apreciat noile bănci și elemente interactive, remarcând contribuția lor la atractivitatea socială și estetică a pieței. Obiectele au fost laudate pentru că au făcut piața mai atractivă și mai interactivă, în special pentru familii și copii. Cu toate acestea, au existat și sugestii pentru îmbunătățirea durabilității și întreținerii mobilierului pentru a se asigura utilizarea sa pe termen lung.

În cele din urmă, **Piața George Enescu** a servit ca locație de control pentru studiu, oferind un punct de referință împotriva căruia efectele obiectelor pretext din celelalte piețe au putut fi măsurate. Spre deosebire de celelalte piețe, Piața George Enescu nu a primit niciun fel de noi instalații, permițând astfel evaluarea tendințelor naturale și a comportamentelor vizitatorilor neafectate de intervenție. Deși piața a continuat să funcționeze eficient ca spațiu public, nu a experimentat aceleași tendințe pozitive în ceea ce privește implicarea vizitatorilor, interacțiunea socială și aprecierea culturală observate în celelalte piețe.

## ANEXA 1 – FIȘA DE OBSERVAȚIE

Numele piațetei \_\_\_\_\_ Data vizitării \_\_\_\_\_ Ziua săptămânii \_\_\_\_\_

**1. Câte persoane se află în piațetă în fiecare dintre momentele cheie ale zilei?**

9-10 AM	
12-1 PM	
3-4 PM	
6-7 PM	

**2. Ce proporție reprezintă comunitatea locală, prin comparație cu turiștii, în piațeta vizitată, în fiecare dintre momentele cheie ale zilei?**

9-10 AM	
12-1 PM	
3-4 PM	
6-7 PM	

**3. Care sunt comportamentele persoanelor care sunt în piațetă în fiecare dintre momentele cheie ale zilei? (de ex., oamenii interacționează cu străinii, stau singuri, vizitează magazine, folosesc obiectele pretext etc.)**

9-10 AM	
12-1 PM	
3-4 PM	
6-7 PM	

## ANEXA 2 – CHESTIONAR POST-INSTALARE

### Date demografice

#### 1. Gen

- a. Masculin
- b. Feminin
- c. Prefer să nu spun
- d. Altul

#### 2. Vârstă

- a. < 18 ani
- b. 18-24 ani
- c. 25-34 ani
- d. 35-44 ani
- e. 45-54 ani
- f. 55-64 ani
- g. 65+ ani

#### 3. Ce categorie vă descrie cel mai bine?

- a. Angajat(ă) cu normă întreagă (peste 30 de ore pe săptămână)
- b. Angajat(ă) cu normă parțială (<30 de ore pe săptămână)
- c. Antreprenor / Freelancer
- d. Student(ă)
- e. Șomer(ă)
- f. Pensionar(ă)
- g. Casnic(ă)
- h. Altă situație. Care? \_\_\_\_\_

#### 4. În ce piațetă vă aflați în acest moment?

- a. Piațeta Brassai
- b. Piațeta Apollonia Hirscher
- c. Piațeta Richter
- d. Piațeta Sf. Ioan

#### 5. Cine vă însoțește astăzi? (răspuns multiplu)

- a. Nimeni
- b. Soț/ soție/ partener
- c. Alți adulți (15+) din propria gospodărie
- d. Copii sub 15 ani din propria gospodărie
- e. Adulți de peste 15 ani din altă gospodărie
- f. Copii sub 15 ani din altă gospodărie
- g. Animalul de companie
- h. Altcineva. Cine? \_\_\_\_\_

#### 6. Câte persoane vă însoțesc? \_\_\_\_\_ persoane

#### 7. În relație cu orașul Brașov, sunteți:

- a. Localnic
- b. Fost localnic, locuiesc în alt oraș din România
- c. Fost localnic, locuiesc în altă țară
- d. Turist / Vizitator

e. Altă situație. Care? \_\_\_\_\_

### 8. Unde locuiți?

- a. În zona Centrului Istoric
- b. În altă zonă din orașul Brașov
- c. În alt oraș din țară
- d. În străinătate

### Percepții asupra piețetei vizitate

### 9. Ați mai vizitat această piață înainte?

- a. Nu, vizitez piața pentru prima dată
- b. Da, am fost aici recent (în ultimele 6 luni)
- c. Da, am fost aici acum mai mult de 6 luni
- d. Da, am fost aici acum mai mult de 1 an

### 10. Care sunt principalele probleme / neajunsuri ale piețetei în care ne aflăm? (răspuns multiplu)

- a. Lipsa unei infrastructuri moderne
- b. Probleme legate de curățenie
- c. Lipsa zonelor de agrement
- d. Probleme de siguranță și / sau securitate
- e. Accesibilitate redusă pentru persoane cu dizabilități
- f. Altele. Care? \_\_\_\_\_

### 11. Ce sentimente / trăiri nutriți în momentul vizitei acestei piețete? (răspuns multiplu)

- a. Admirație față de arhitectura și istoria sa bogată
- b. Oferă o conexiune cu tradițiile și cultura orașului
- c. Uimire față de frumusețea peisajelor
- d. Bucurie din cauza atmosferei primitoare și a activităților de aici
- e. Respect față de patrimoniul cultural și artistic prezent
- f. Nostalgie pentru trecut și pentru evocarea vremurilor vechi
- g. Inspirație pentru călătoria în timp și explorarea istoriei
- h. Conexiune emoțională cu locurile și evenimentele istorice
- i. Sentiment de comunitate datorită interacțiunilor cu localnicii
- j. Relaxare în mijlocul atmosferei liniștite și pitorești
- k. Curiozitate în explorarea detaliilor și a unghiurilor ascunse
- l. Amestec de entuziasm și mister dat de poveștile locale
- m. Altele. Care? \_\_\_\_\_

### Motivație

### 12. Care este motivul pentru care vizitați astăzi acest loc?

- a. Pentru a admira arhitectura locală
- b. Pentru a aprecia artiștii locali (*se citește doar ptr. Piațeta Sf. Ioan*)
- c. Pentru a petrece timp cu familia / prietenii
- d. Pentru a mă relaxa
- e. Pentru a vedea / folosi obiectele pretext
- f. Pentru afaceri

- g. Sunt doar în tranzit
- h. Fără o motivație anume
- i. Altul. Care? \_\_\_\_\_

#### **Social**

**13. În ce măsură vizitarea [acestei locații] v-a făcut să simțiți un sentiment de mândrie față de Centrul Istoric?**

- a. Foarte mult
- b. Mult
- c. Nici mult, nici puțin
- d. Puțin
- e. Foarte puțin / Deloc

**14. În ce măsură vizitarea [acestui loc] v-a încurajat să vorbiți cu trecătorii?**

- a. Foarte mult
- b. Mult
- c. Nici mult, nici puțin
- d. Puțin
- e. Foarte puțin / Deloc

#### **Cultural**

**15. În ce măsură vizitarea [piațetei] v-a făcut mai conștient de arhitectura locală?**

- a. Foarte mult
- b. Mult
- c. Nici mult, nici puțin
- d. Puțin
- e. Foarte puțin / Deloc

**16. În ce măsură vizitarea [piațetei] v-a permis să vă bucurați de reprezentațiile artiștilor locali? (se citește doar ptr. Piațeta Sf. Ioan)**

- a. Foarte mult
- b. Mult
- c. Nici mult, nici puțin
- d. Puțin
- e. Foarte puțin / Deloc

**17. V-a inspirat vizitarea [piațetei] să reveniți în Centrul Istoric în viitor? (răspuns multiplu)**

- a. Da, voi vizita Centrul Istoric mai des
- b. Da, și voi spune și prietenilor/ familiei
- c. Da, și intenționez să postez detalii despre experiența mea pe rețelele de socializare
- d. Nu sunt sigur(ă)
- e. Nu

#### **Economic**

**18. Cât timp petreceți în Centrul Istoric atunci când îl vizitați? / (pentru turiști) Cât timp ați petrecut vizitând Centrul Istoric?**



- a. 0 - 30 min
- b. 30 - 60 min
- c. 1 - 1.5 h
- d. 1.5 - 3 h
- e. 3 - 5 h
- f. >5 h.

**19. Atunci când vizitați Centrul Istoric, care este nivelul cheltuielilor dvs.? / (pentru turiști) Care este / a fost nivelul cheltuielilor pe durata vizitei Centrului Istoric?**

- a. Nu cheltui nimic / Nu am cheltuit nimic
- b. Cheltui puțin (mâncare, băutură) / Am cheltuit puțin (mâncare, băutură)
- c. Cheltui mult (mâncare, băutură, cumpărături, cadouri etc.) / Am cheltuit mult (mâncare, băutură, cumpărături, cadouri etc.)

**20. În termeni aproximativi, cât ați cheltuit astăzi în piațetă / Centrul Istoric? \_\_\_\_\_ [în RON]**

**21. Aproximativ ce proporție din suma cheltuită s-a dus către organizații / locații creative sau culturale?**

- a. Deloc (0%)
- b. Puțin (1-25%)
- c. O parte mică (25-50%)
- d. Cea mai mare parte (50-75%)
- e. Aproape tot (75-100%)
- f. Tot (100%)

#### **Obiectele pretext**

**22. Ați observat noile obiecte de mobilier urban din piațetă?** (Banca Roabă, Banca Triunghi, Banca Simplă - Apollonia Hirscher; Banca Șarpe cu Totem - Paul Richter; Pșiantul, Foișorul – Brassai; Banca Barcă, Băncile Articulate - Sf. Ioan)

- a. Da, le-am văzut înainte și le-am testat/utilizat
- b. Da, le-am văzut înainte, dar nu le-am testat/utilizat
- c. Nu, nu le-am observat până la vizita de azi.

**23. Cum ați aflat despre aceste obiecte de mobilier urban?** (răspuns multiplu)

- a. Le-am descoperit pur și simplu în timp ce exploram Centrul Istoric
- b. Am aflat despre ele din presă
- c. Am aflat despre ele de pe un site web/pagină de social media
- d. Am aflat despre ele de la o cunoștință / prieten / rudă
- e. Altă situație. Care? \_\_\_\_\_

**24. Cum ați interacționat cu obiectele de mobilier urban?** (de exemplu, lăsând copilul/copiii să le exploreze, pur și simplu așezându-vă pe ele, citind, petrecând timp cu cineva/ conversație etc.)

**25. Aproximativ cât timp ați petrecut interacționând cu obiectele de mobilier urban în această piață?**

- a. Deloc
- b. Un sfert de oră
- c. O jumătate de oră
- d. O oră
- e. Mai mult de o oră

**26. Ce ați apreciat / apreciați cel mai mult la obiectele de mobilier urban? (răspuns multiplu)**

- a. Designul lor
- b. Funcționalitatea lor
- c. Locația lor
- d. Altceva. Ce? \_\_\_\_\_

**27. Ce nu va-a plăcut atât de mult, dacă există ceva?**

---

**28. Ce credeți că ați putea face diferit ca rezultat al experienței cu obiectele de mobilier urban? (răspuns multiplu)**

- a. Le-aș spune prietenilor/familiei despre asta
- b. Aș posta despre asta pe social media
- c. Aș interacționa cu alte persoane cu care nu aș interacționa în mod normal
- d. Aș acționa cu mai multă grijă pentru a menține cartierul atractiv
- e. Aș vizita Centrul Istoric mai frecvent
- f. Aș cheltui mai mult când vizitez Centrul Istoric
- g. M-aș alătura cluburilor sau grupurilor locale de artă sau cultură din Centrul Istoric
- h. Aș participa la discuții politice, la acțiuni comunitară
- i. Altceva. Ce anume? \_\_\_\_\_

**29. Dacă obiectele pre-text nu ar fi fost aici, ce ați fi făcut astăzi?**

- a. Aș fi venit oricum în această piațetă
- b. Aș fi mers în altă parte a Centrul Istoric
- c. Aș fi mers în altă parte a orașului, dar în afara Centrul Istoric
- d. Aș fi mers în altă parte în afara orașului
- e. Nu aș fi mers nicăieri (de exemplu, aș fi stat în casă)
- f. Nu aș fi făcut nimic diferit

**30. Bazat pe răspunsurile de mai sus, cât din cheltuielile dvs. de astăzi ar fi rămas în Centrul Istoric?**

- a. Deloc (0%)
- b. Puțin (1-25%)
- c. O parte mică (25-50%)
- d. Cea mai mare parte (50-75%)
- e. Aproape tot (75-100%)
- f. Tot (100%)