

CZU: 687.5.01(478)

UDC: 687.5.01(478)

EVOLUȚIA INDUSTRIEI DE MODĂ ÎN CONTEXTE EMERGENTE ȘI ROLUL CENTRELOR CREATIVE

*Drd. Doina NISTOR, UTM
doinitanistor@gmail.com*

ORCID: 0000-0002-7451-275X

DOI: <https://doi.org/10.53486/econ.2024.127.034>

FASHION EVOLUTION IN EMERGING CONTEXTS AND THE ROLE OF CREATIVE CENTERS

*PhD candidate Doina NISTOR, UTM
doinitanistor@gmail.md,*

ORCID: 0000-0002-7451-275X

DOI: <https://doi.org/10.53486/econ.2024.127.034>

Articolul explorează impactul centrului de design vestimentar ZIPhouse în evoluția industriei modei din R. Moldova, evidențiind trecerea de la manufactură la design și branduri proprii. Industria ușoară din R. Moldova a demonstrat reziliență și creștere, în special în exporturi, cu toate acestea, industria respectivă necesită o tranziție către modele mai inovatoare, o concentrare pe design și mărci proprii, pentru a fi competitivă pe termen lung și a depăși provocările ce țin de costurile înalte și forța de muncă, care este în scădere. Dezvoltarea strategică a hub-urilor creative, precum Centrul de design vestimentar ZIPhouse, este esențială pentru susținerea inovației și a creșterii durabile în industria modei. Colaborarea dintre universități și industrie, precum și integrarea tehnologiilor digitale, joacă un rol decisiv în avansarea competențelor și a afacerilor în sectorul respectiv. Articolul subliniază contribuțiile Centrului ZIPhouse la promovarea educației modei sustenabile și în ecosistemul modei din R. Moldova, punând accentul pe dezvoltarea comunității și colaborarea internațională.

***Cuvinte-cheie:** sectorul modei, competitivitate, valoare adăugată, centru creativ, hub de inovare.*

***JEL:** L67, M11, M13.*

Introducere

Sectorul modei trece printr-o transformare semnificativă, în special în contexte emergente, în care schimbările culturale, economice și tehnologice remodelează industria. Considerăm

The article explores the impact of the fashion design center ZIPhouse on the evolution of the fashion industry in the Republic of Moldova, highlighting the transition from manufacturing to design and own brands. The light industry in the Republic of Moldova has demonstrated resilience and growth, especially in exports, but it requires transitioning to more innovative models and focusing on design and own brands to remain competitive in the long term and overcome challenges related to high costs and declining workforce. The strategic development of creative hubs, such as ZIPhouse, is essential for supporting innovation and sustainable growth in the fashion industry. Collaboration between universities and industry, as well as the integration of digital technologies, plays a crucial role in advancing skills and businesses in this sector. The article emphasizes ZIPhouse's contributions to sustainable fashion education and the fashion ecosystem in the Republic of Moldova, highlighting community development and international collaboration.

***Keywords:** fashion sector, competitiveness, added value, creative hub, innovation.*

***JEL:** L67, M11, M13.*

Introduction

The fashion sector is undergoing a significant transformation, especially in emerging contexts where cultural, economic, and technological changes are reshaping the industry. It is important to emphasize the need for research focused on understanding the evolution of

important să subliniem necesitatea cercetării, axate pe înțelegerea evoluției modei în aceste contexte emergente și a rolului esențial pe care centrele creative îl joacă în conducerea acestei evoluții. Explorând interacțiunea dinamică dintre cultură, tehnologie și creativitate, cercetarea în cauză încearcă să elucideze mecanismele care dictează schimbările în modă și implicațiile pentru industrie în ansamblu.

Moda nu este doar despre îmbrăcăminte, așa cum este percepută de unii, dar reprezintă o reflectare a normelor sociale, a valorilor culturale și a expresiei individuale. Pe măsură ce economiile emergente cresc și interconexiunea globală crește, peisajul modei devine din ce în ce mai divers și mai complex. În acest context, centrele creative – centre de inovare, design și schimb cultural – joacă un rol crucial în modelarea traiectoriei evoluției modei. Cu toate acestea, există o lipsă de cercetări axate în mod special pe înțelegerea tiparului în care moda evoluează în aceste contexte emergente și a contribuțiilor specifice ale centrelor creative la această evoluție.

În ideea celor expuse, în prezentul articol ne-am pus drept scop să evidențiem tendințele industriei ușoare din țară, cu accent pe industria modei, și să accentuăm rolul modelelor de hub creativ în dezvoltarea industriei analizate. Drept obiect de cercetare am selectat ZIPhouse, primul centru creativ pentru dezvoltarea industriei de modă din Republica Moldova, evidențiind impactul acestuia asupra promovării inovației în industria locală de modă.

Metode de cercetare aplicate

Cercetarea privind evoluția modei în contexte emergente și rolul centrelor creative în baza industriei ușoare presupune o viziune multidisciplinară, bazându-se pe diverse metode de cercetare științifică, pentru a aborda totalmente complexitatea subiectului. În prezentul articol am efectuat o analiză a literaturii existente la acest capitol, am analizat situația industriei ușoare din Republica Moldova, bazându-ne pe informația Biroului Național de Statistică. Pentru a reda lucrării o abordare aplicativă, am apelat la studiu de caz ca metodă de cercetare, în

fashion in these emerging contexts and the essential role that creative centers play in driving this evolution. By exploring the dynamic interaction between culture, technology, and creativity, the research at hand seeks to elucidate the mechanisms driving changes in fashion and their implications for the industry as a whole.

Fashion is not just about clothing, as perceived by some, but it represents a reflection of societal norms, cultural values, and individual expression. As emerging economies grow and global interconnectedness increases, the fashion landscape becomes increasingly diverse and complex. In this context, creative centers – hubs of innovation, design, and cultural exchange – play a crucial role in shaping the trajectory of fashion evolution. However, there is a lack of focused research, particularly in understanding how fashion evolves in these emerging contexts and the specific contributions of creative centers to this evolution.

In light of the above, the aim of this article is to highlight trends in the light industry of the country with a focus on the fashion industry and to emphasize the role of creative hub models in the development of the analysed industry. As a research subject, we selected ZIPhouse, the first creative hub for the development of the fashion industry in the Republic of Moldova, highlighting its impact on promoting innovation in the local fashion industry in Moldova.

Applied research methodology

Research on the evolution of fashion in emerging contexts and the role of creative centers in the light industry is based on a multidisciplinary vision, relying on various scientific research methods to comprehensively address the complexity of the subject. In this article, we conducted an analysis of existing literature in this area and examined the situation of the light industry in the Republic of Moldova, based on information from the National Bureau of Statistics. To give the article an applied approach, we employed a case study as a research method to examine a creative center in emerging contexts, such as the creative hub for the development of the fashion industry in the Republic of Moldova,

vederea examinării unui centru creativ în contexte emergente, precum este hub-ul creativ pentru dezvoltarea industriei de modă din Republica Moldova, denumit ZIPhouse, oferind perspective detaliate asupra structurilor organizaționale, operațiunilor, strategiilor și impactului lor asupra ecosistemelor modei locale și globale.

Rezultatele cercetării și discuții

1. Tranziția industriei ușoare din Republica Moldova spre industria de modă

Industria ușoară din Republica Moldova se află într-un moment decisiv din perioada 2018-2022, după cum demonstrează tendințele exporturilor și ale ocupării forței de muncă, ilustrate în figura 1. Deși exporturile naționale în ansamblu au înregistrat o tendință ascendentă, aceasta a fost însoțită de o scădere a forței de muncă. Faptul în sine denotă o necesitate imperativă pentru industrie, cu scopul de a face tranziția de la modelul tradițional bazat pe servicii de perfecționare activă sau regim de prelucrare în lohn [1], care constă în servicii de confecționare a articolelor vestimentare, adică manoperă, către un model mai inovator, concentrat pe design și crearea de branduri proprii. Serviciile în lohn generează o valoare adăugată scăzută și limitează perspectivele de dezvoltare a întreprinderilor din această industrie. Acest model, deși este eficient din punctul de vedere al costurilor, limitează capacitatea industriei de a adăuga valoare, dar și rezultate bune, fiind o industrie susceptibilă la fluctuațiile pieței globale și la concurența cauzată de țările cu costuri mai scăzute. În ultimii ani, industria s-a confruntat cu provocările de productivitate și profitabilitate, cu un declin al exporturilor pe angajat în 2018-2020, până la o fază de ușoară recuperare în 2021-2022, când a înregistrat creșteri de până la 15000, respectiv 17000 de dolari SUA per angajat. Forța de muncă a înregistrat o scădere constantă, cu o medie a declinului anual de 5%, de la 30000 de angajați în 2018, la 24500 în 2022, unele fabrici reducând forța de muncă cu până la 33% în timpul pandemiei.

named ZIPhouse, providing detailed perspectives on organizational structures, operations, strategies, and their impact on local and global fashion ecosystems.

Research results and discussions

1. The transition of the light industry in the Republic of Moldova towards the fashion industry

The light industry in the Republic of Moldova is at a crucial moment, as evidenced by the trends in exports and employment from 2018-2022, illustrated in the figure 1. Although overall national exports have shown an upward trend, this was accompanied by a decline in employment. This suggests an imperative need for the industry to transition from the traditional model based on active improvement services or processing under the labour subcontracting regime [1], which consists of garment manufacturing services, i.e., labour, to a more innovative model focused on design and creating own brands. Labour subcontracting services generate low added value and limit the development prospects of enterprises in this industry. This model, although cost-effective, limits the industry's capacity to add value, as well as resulting in an industry susceptible to fluctuations in the global market and competition from countries with lower costs. The industry has faced challenges of productivity and profitability in recent years, with a decline in exports per employee from 2018-2020 to a slight recovery phase in 2021-2022, which saw increases to USD 15,000 and USD 17,000 per employee, respectively. Employment has registered a constant decline, with an average annual decline of 5%, from 30,000 employees in 2018 to 24,500 in 2022, with some factories reducing their workforce by up to 33% during the pandemic.

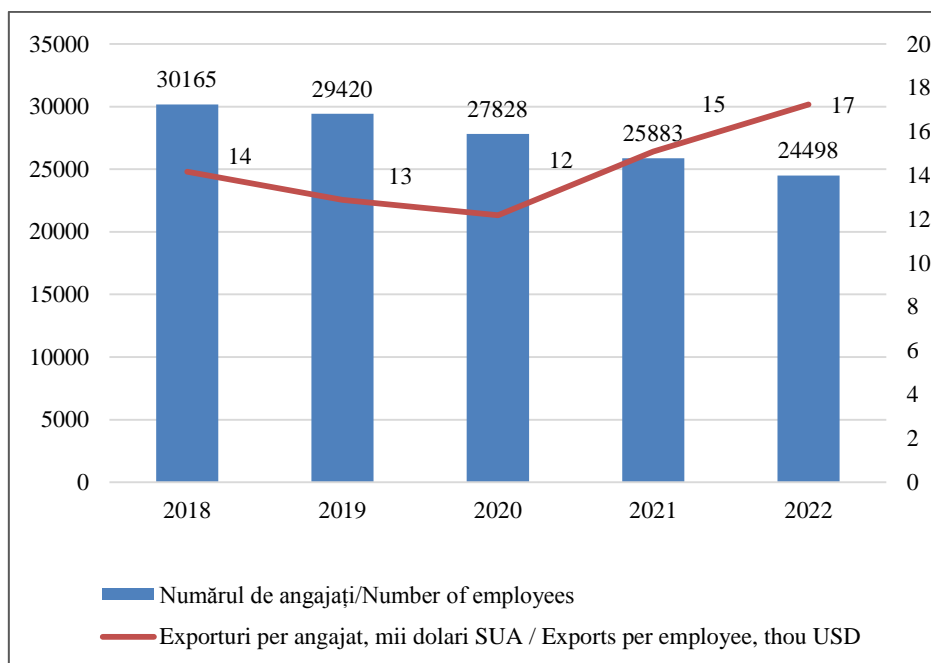


Figura 1. Evoluția angajaților și exporturilor per angajat în industria ușoară din Republica Moldova, 2018-2022/ Figure 1. Evolution of employees and exports per employee in the light industry of the Republic of Moldova, 2018-2022

Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS [2]/

Source: author's elaboration based on BNS data [2]

Se impune adoptarea unei viziuni integrate de modă, menite să alinieze industria ușoară din R. Moldova la tendințele și cerințele pieței europene și globale și se propune un model de dezvoltare sustenabil, bazat pe valoare adăugată pentru întreprinderile autohtone. Astfel, industria ușoară din Republica Moldova, definită prin Clasificatorul Activităților Economice (CAEM) și cuprinzând **producția textilă**, îmbrăcămintea și încălțăminte, trebuie să fie dezvoltată ca **industrie de modă** mai cuprinzătoare, care include nu doar fabricarea, dar și designul, logistica, distribuția, marketingul și comercializarea îmbrăcămintei, încălțăminte și accesoriilor de modă, adică întregul lanț valoric al industriei de modă, cu activitățile sale tangibile și intangibile [3], [4]. O astfel de schimbare nu numai că ar putea spori valoarea adăugată a produselor de modă moldovenești pe piața internațională, dar ar putea revigora industria, substituind, potențial, tendința descendentă în ocuparea forței de muncă, prin atragerea unei forțe de muncă calificate, motivată de sarcini creative și de înaltă valoare.

The transition of the light industry in the Republic of Moldova to the fashion industry is imperative to align with European and global market trends and requirements and propose a sustainable, value-added development model for domestic enterprises. Thus, the light industry in the Republic of Moldova, currently defined by the Classifier of Economic Activities (CAEM) and encompassing **textile production**, clothing, and footwear, needs to be developed into a more comprehensive **fashion industry**, which includes not only manufacturing but also design, logistics, distribution, marketing, and sales of clothing, footwear, and fashion accessories, i.e., the entire value chain of the fashion industry with its tangible and intangible activities [3], [4]. Such a change could not only increase the added value of Moldovan fashion products in the international market but also rejuvenate the industry, reversing the downward trend in workforce employment by attracting skilled labour motivated by creative and high-value tasks.

2. Modelele de hub creativ și rolul lor în inovația și dezvoltarea industriei

Conform Conferinței Națiunilor Unite privind Comerțul și Dezvoltarea (UNCTAD), designul și moda fac parte din industriile creative alături de arte, meșteșuguri și alte subsectoare [5]. De asemenea, Strategia Industrială a UE include designul de modă ca un subsector important al ecosistemului industriei culturale și creative, care dă dovadă de expertiză și de patrimoniu cultural european [6]. În consecință, când se ia în considerare inovarea industriei modei, trebuie să se considere hub-urile creative ca un instrument care poate juca un rol critic și catalizator.

Creșterea hub-urilor creative, în ultimul deceniu, poate fi atribuită dezvoltării tehnologice, schimbărilor economice și evoluției consumatorului [7]. Hub-urile creative devin rapid un fenomen la nivel mondial și un nou mod de organizare a inovației și dezvoltării economiei creative [8], [9]. Deși contribuția lor, atât la dezvoltarea economică, cât și la cea socială, este tot mai recunoscută, înțelegerea și valorificarea întregului lor potențial rămâne un studiu în desfășurare. Acest lucru se datorează, parțial, faptului că hub-urile creative funcționează diferit comparativ cu organizațiile tradiționale ale secolului trecut, necesitând mecanisme de suport noi și recunoaștere pentru modurile lor unice de generare a valorii, pe care o adaugă unor industrii creative, precum moda [7].

Studiul Organizației Națiunilor Unite pentru Dezvoltare Industrială (ONUDI), care a inclus 16 centre din diverse țări, a constatat că cele mai importante roluri ale acestor centre sunt de a conecta oamenii, de a servi ca un mediu de inspirație, de a promova incluziunea socială și creativă, de a oferi o platformă pentru creativitate, de a incuba afaceri și de a consolida comunitatea [8].

Deși hub-urile pot avea multe forme, care variază în funcție de contextele culturale și economice specifice, British Council a definit hub-urile creative ca fiind niște instrumente, care „oferă microîntreprinderilor creative șansa de a se integra cu alte întreprinderi, pentru a accesa

2. Creative hub models and their role in innovation and industry development

According to the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), design and fashion are part of the creative industries alongside arts, crafts, and other subsectors [5]. Additionally, the EU's Industrial Strategy includes fashion design as an important subsector of the cultural and creative industries ecosystem that demonstrates expertise and European cultural heritage [6]. Consequently, when considering innovation in the fashion industry, creative hubs should be regarded as an instrument that can play a critical and catalytic role.

The growth of creative hubs in the past decade can be attributed to technological advancements, economic changes, and shifts in consumer behaviour [7]. Creative hubs are rapidly becoming a global phenomenon and a new way of organizing innovation and developing the creative economy [8], [9]. Although their contribution to both economic and social development is increasingly recognized, understanding and harnessing their full potential remain an ongoing study. This is partly due to the fact that creative hubs operate differently compared to traditional organizations of the past century, requiring new support mechanisms and recognition for their unique ways of adding value to creative industries, such as fashion [7].

The study carried out by the United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) included 16 hubs from around the world, reported that the most important roles of hubs are to connect people, serve as an environment for inspiration, foster social and creative inclusion, provide a platform for creativity, incubate businesses, and be a voice for communities [8].

While hubs can take many forms and vary depending on specific cultural and economic contexts, the British Council has defined creative hubs as “offering micro-creative enterprises the chance to aggregate with other businesses to access crucial resources such as tools, specialized services, or inspiration to help develop projects and businesses” [7].

resurse capitale, precum: mijloace, servicii specializate sau inspirație, necesare în dezvoltarea proiectelor și afacerilor” [7].

Hub-urile creative ar putea avea un impact și mai mare dacă ar fi amplasate în universități, pentru a deveni astfel o platformă durabilă de inovație [10]. Definind clusterelor de succes, Porter a concluzionat că universitățile au un rol important în competitivitatea afacerilor locale [10]. În plus, mesajul lui Porter către factorii de decizie a constat în faptul că Guvernele ar trebui să promoveze formarea și modernizarea clusterelor și dezvoltarea bunurilor publice sau semi-publice, care au un impact semnificativ asupra mai multor afaceri interconectate [10]. Se consideră că universităților le revine un rol central în promovarea inovației, datorită activităților lor extinse de cercetare și educație [11]. În trecut, rolul principal al universităților era asociat cu activitățile de cercetare. Cu toate acestea, odată cu intensificarea competiției economice internaționale, în ultimele decenii s-a accentuat importanța colaborării dintre universități și industrie, anume în domeniul inovației și al cercetării. Acest fenomen a fost susținut de numeroși factori de decizie, înțelegând că interacțiunea dintre aceste două entități poate stimula dezvoltarea economică și inovația într-un mod mai eficient și mai eficace [11].

3. Rolul Centrului de modă ZIPhouse în dezvoltarea industriei ușoare din Republica Moldova

În vederea confirmării celor expuse mai sus, ne-am propus să cercetăm parcursul primului hub creativ pentru dezvoltarea industriei de modă din Republica Moldova, denumit ZIPhouse, precum și impactul acestuia asupra promovării inovației în industria locală de modă din R. Moldova, pe durata celor 8 ani de activitate, cuprinși între 2015 și 2023. Fondat în 2015 ca centru de excelență și inovație în designul vestimentar și tehnologie, în campusul Universității Tehnice a R. Moldovei, în parteneriat cu APIUS, asociația Patronală a Întreprinderilor din Industria Ușoară din R. Moldova, dar și cu sprijinul Proiectului de Competitivitate din Moldova, finanțat de Agenția Statelor Unite

Creative hubs can have a greater impact if they can be located in universities to become a sustainable platform for innovation [10]. Defining successful clusters, Porter concluded that universities have a role in the competitiveness of local businesses [10]. Furthermore, Porter’s message to policymakers was that Governments should promote the formation and modernization of clusters and the development of public or semi-public goods that have a significant impact on multiple interconnected businesses [10]. Universities are considered to play a central role in promoting innovation, due to their extensive research and education activities [11]. In the past, the main role of universities was associated with research activities. However, with the intensification of international economic competition in recent decades, the importance of collaboration between universities and industry in the field of innovation and research has been emphasized. This phenomenon has been supported by numerous policymakers, understanding that the interaction between these two entities can stimulate economic development and innovation in a more efficient and effective manner [11].

3. The Role of ZIPhouse Fashion Hub in the Development of Light Industry in the Republic of Moldova

This article examines the journey of the first creative hub for the development of the fashion industry in the Republic of Moldova, called ZIPhouse, as well as its impact on promoting innovation in the local fashion industry in the Republic of Moldova over the course of its 8 years of activity, between 2015 and 2023. Founded in 2015 as a center of excellence and innovation in fashion design and technology on the campus of the Technical University of Moldova, in partnership with APIUS, the Employers’ Association of Light Industry Enterprises in the Republic of Moldova, and with the support of the Moldova Competitiveness Project funded by the United States Agency for International Development, Sweden, and the United Kingdom [12].

pentru Dezvoltare Internațională, Suedia și Regatul Unit [12].

ZIPhouse a fost conceput ca o platformă de inovare și dezvoltare de competențe noi, pentru a avansa industria ușoară din Republica Moldova, de la servicii de manoperă, la modele de afaceri de modă, având ca scop consolidarea poziției acesteia pe piața regională și globală. Misiunea sa vizează pregătirea personalului calificat cu cunoștințe și competențe relevante, stimularea antreprenoriatului și modernizarea practicilor de afaceri. ZIPhouse a fost creat cu **obiective clare**, precum urmează:

- ❖ *dezvoltarea cunoștințelor și competențelor noi* pentru universitate și industria locală, pentru a migra către practici mai eficiente, digitalizate și sustenabile, inclusiv integrarea de strategii de marketing contemporane, precum ar fi: comerțul electronic și noi tehnologii de design vestimentar, ca elaborarea tiparelor digitalizate și proiectarea tridimensională 3D;
- ❖ *stimularea antreprenoriatului în modă*, prin dezvoltarea mărcilor locale și a designului de autor, astfel, valorificând capacitățile de producere din R. Moldova, pentru a adăuga valoare și a cataliza apariția unui sector local de modă;
- ❖ *cultivarea unei comunități robuste de modă*, promovând inovația printre fabrici, designeri, profesioniști în modă și artiști, pentru viitorul industriei de modă din R. Moldova.

Locația strategică a ZIPhouse-ului pe teritoriul Universității Tehnice din Moldova, a fost aleasă pentru îndeplinirea mai multor obiective cheie și pentru facilitarea realizării misiunii și obiectivelor sale. În continuare, sunt prezentate argumente pentru a justifica alegerea acestei locații și funcționalitatea spațiului:

- ❖ **Proximitatea de Facultatea de Design:** plasarea ZIPhouse-ului în apropierea Facultății de Design asigură accesul mai ușor studenților și cadrelor didactice, dar și facilitează colaborarea dintre ZIPhouse și universitate. Această apropiere încurajează schimbul de cunoștințe și experiențe între mediile academice și industriale;

ZIPhouse was conceived as a platform for innovation and the development of new skills to advance the light industry in the Republic of Moldova from labour services to fashion business models, aiming to strengthen its position in the regional and global market. Its mission is to train qualified personnel with relevant knowledge and skills, stimulate entrepreneurship, and modernize business practices. ZIPhouse was created with **clear objectives**, as follows:

- ❖ *to develop new knowledge and skills* for the university and local industry to transition to more efficient, digitized, and sustainable practices, including the integration of contemporary marketing strategies such as e-commerce and new fashion design technologies such as digital pattern making and 3D dimensional design;
- ❖ *to stimulate entrepreneurship* in fashion by developing local brands and original design, thus leveraging Moldova's production capabilities to add value and catalyse the emergence of a local fashion sector;
- ❖ *to cultivate a robust fashion community*, promoting innovation among factories, designers, fashion professionals, and artists for the future of R. Moldova's fashion industry.

The strategic location of ZIPhouse on the premises of the Technical University of Moldova was chosen to fulfil several key objectives and to facilitate the achievement of its mission and goals. Below are the arguments to justify the choice of this location and the functionality of the space:

- ❖ **Proximity to the Faculty of Design:** Placing ZIPhouse near the Faculty of Design ensures easy access for students and faculty members and facilitates collaboration between ZIPhouse and the academy. This proximity encourages the exchange of knowledge and experiences between academic and industrial environments.

- ❖ **Spațiu modern și versatil:** spațiul de 1,000 de metri pătrați a fost renovat cu un design modern și deschis, oferind facilități adaptate nevoilor industriei modei. Această versatilitate permite hub-ului atât să găzduiască activități de formare, întâlniri și conferințe, cât și oferă facilități de producție pentru prototipuri și producție la scară mică;
- ❖ **Locațiunea cu Asociația Patronală din Industria Ușoară (APIUS):** faptul că sediul APIUS este situat în ZIPhouse promovează colaborarea dintre lumea academică și cea industrială. Această proximitate facilitează schimbul de idei și resurse între universitate și profesioniștii din industrie, contribuind la stimularea inovației și a experiențelor de învățare practică;
- ❖ **Catalizator pentru antreprenoriatul din industria modei:** configurația spațiului ZIPhouse și colaborarea cu APIUS au scopul de a încuraja antreprenoriatul în industria modei. Prin facilitarea schimbului de idei și resurse între universitate și industrie, ZIPhouse contribuie la formarea practică a studenților și la dezvoltarea inițiativelor antreprenoriale în domeniul modei.

În concluzie, locația și funcționalitatea spațiului ZIPhouse sunt fundamentale pentru atingerea obiectivelor sale de promovare a inovației; colaborarea mediului academic cu cel industrial și stimularea antreprenoriatului în industria modei din R. Moldova.

Modelul de parteneriat dintre Universitatea Tehnică a Moldovei și APIUS a fost esențial pentru dezvoltarea ZIPhouse-ului, întrucât este gestionat printr-un model de guvernare comună, prin intermediul unui Consiliu Consultativ, în care universitatea și asociația au locuri egale. Această colaborare unică a avut un rol decisiv nu numai în îmbunătățirea calității educației în domeniul modei, pentru a se alinia mai bine la cerințele industriei, ci și la încorporarea inovației și a suportului necesar pentru dezvoltarea unor oferte cu valoare adăugată,

- ❖ **Modern and versatile space:** The 1,000 square meter space has been renovated with a modern and open design, offering a diverse range of facilities tailored to the needs of the fashion industry. This versatility allows ZIPhouse to host training activities, meetings, and conferences, as well as provide production facilities for prototypes and small-scale manufacturing;
- ❖ **Co-location with the Light Industry Employers Association (APIUS):** the fact that the APIUS headquarters is located within ZIPhouse promotes collaboration between the academic and industrial worlds. This proximity facilitates the exchange of ideas and resources between the university and industry professionals, contributing to the stimulation of innovation and practical learning experiences;
- ❖ **Catalyst for entrepreneurship in the fashion industry:** the configuration of ZIPhouse space and collaboration with APIUS aim to encourage entrepreneurship in the fashion industry. By facilitating the exchange of ideas and resources between the university and industry, ZIPhouse contributes to the practical training of students and the development of entrepreneurial initiatives in the fashion domain.

In conclusion, the location and functionality of the ZIPhouse space are fundamental for achieving its objectives of promoting innovation, academic-industrial collaboration, and fostering entrepreneurship in R. Moldova's fashion industry.

The partnership model between the Technical University of Moldova and the APIUS light industry association has been essential for the development of ZIPhouse, as it is managed through a common governance model, via an Advisory Board where the university and the association have equal representation. This unique collaboration has played a crucial role not only in improving the quality of education in the fashion field to better align with industry requirements but also in incorporating innova-

esențiale pentru competitivitatea pe termen lung a sectorului.

Structura Consiliului Consultativ al hub-ului ZIPhouse, prezentată în figura 2, reflectă o reprezentare echilibrată între Universitatea Tehnică a Moldovei și APIUS. Acest leadership dual constituie un element critic de succes pentru hub.

Din partea universității, rolurile de conducere superioară, precum prorectorul pentru relații internaționale, prorectorul pentru finanțe și decanul Facultății de Design, au responsabilitatea gestionării hub-ului, a operațiunilor sale, a dezvoltării și implementării programelor, a colectării de fonduri, a implicării studenților și facultății, precum și a ajustării programelor de studiu. Această implicare asigură o aliniere eficientă între activitățile ZIPhouse și cerințele industriei, precum și standardele educaționale.

Președintele, un membru delegat al consiliului, și directorul executiv reprezintă APIUS în cadrul Consiliului Consultativ. Rolurile lor vizează încurajarea unei mentalități antreprenoriale, transmiterea nevoilor industriei, contribuția la însușirea noilor cunoștințe, suportul pentru actualizarea programelor de studiu, cofinanțarea și participarea la programe. Acest angajament asigură integrarea perspectivei industriale în activitățile ZIPhouse, aliniindu-le la cerințele și oportunitățile reale ale pieței.

Directorul Executiv, numit de Consiliu și angajat de universitate, servește ca mediator între cele două entități, asigurând că direcția strategică și operațiunile zilnice ale ZIPhouse-ului să reflecte viziunea și obiectivele comune ale partenerilor academici și din industrie.

Prin prezența conducerii de nivel înalt atât din partea universității, cât și a asociației industriale, în cadrul Consiliului Consultativ este promovată o abordare sinergică, unde politicile educaționale și practicile industriale sunt armonizate. Această structură favorizează un mediu în care cercetarea academică și inovația industrială se influențează reciproc, contribuind la succesul hub-ului ZIPhouse în dezvoltarea și promovarea talentelor în industria modei din R. Moldova, atât la nivel local, cât și global.

tion and providing support for the development of value-added offerings, essential for the long-term competitiveness of the sector.

The structure of the ZIPhouse Advisory Board, presented in figure 2, reflects a balanced representation between the Technical University of Moldova and APIUS, the light industry association. This dual leadership is a critical element for the hub's success.

From the university side, top leadership roles, such as the Vice-Rector for International Relations, the Vice-Rector for Finance, and the Dean of the Faculty of Design, are responsible for managing the hub, its operations, program development and implementation, fundraising, student and faculty engagement, and curriculum adjustments. This involvement ensures close alignment between ZIPhouse activities and industry requirements, as well as educational standards.

The President, a delegated member of the board, and the Executive Director represent APIUS on the Advisory Board. Their roles aim to encourage an entrepreneurial mindset, convey industry needs, contribute knowledge, support curriculum updates, co-fund, and participate in programs. This commitment ensures the integration of the industrial perspective into ZIPhouse activities, aligning them with real market requirements and opportunities.

The Executive Director, appointed by the Board and employed by the university, serves as a mediator between the two entities, ensuring that ZIPhouse's strategic direction and day-to-day operations reflect the shared vision and objectives of academic and industry partners.

With the presence of high-level leadership from both the university and the industrial association on the Advisory Board, a synergistic approach is promoted, where educational policies and industrial practices are harmonized. This structure fosters an environment where academic research and industrial innovation mutually influence each other, contributing to ZIPhouse's success in developing and promoting talent in R. Moldova's fashion industry, both locally and globally.

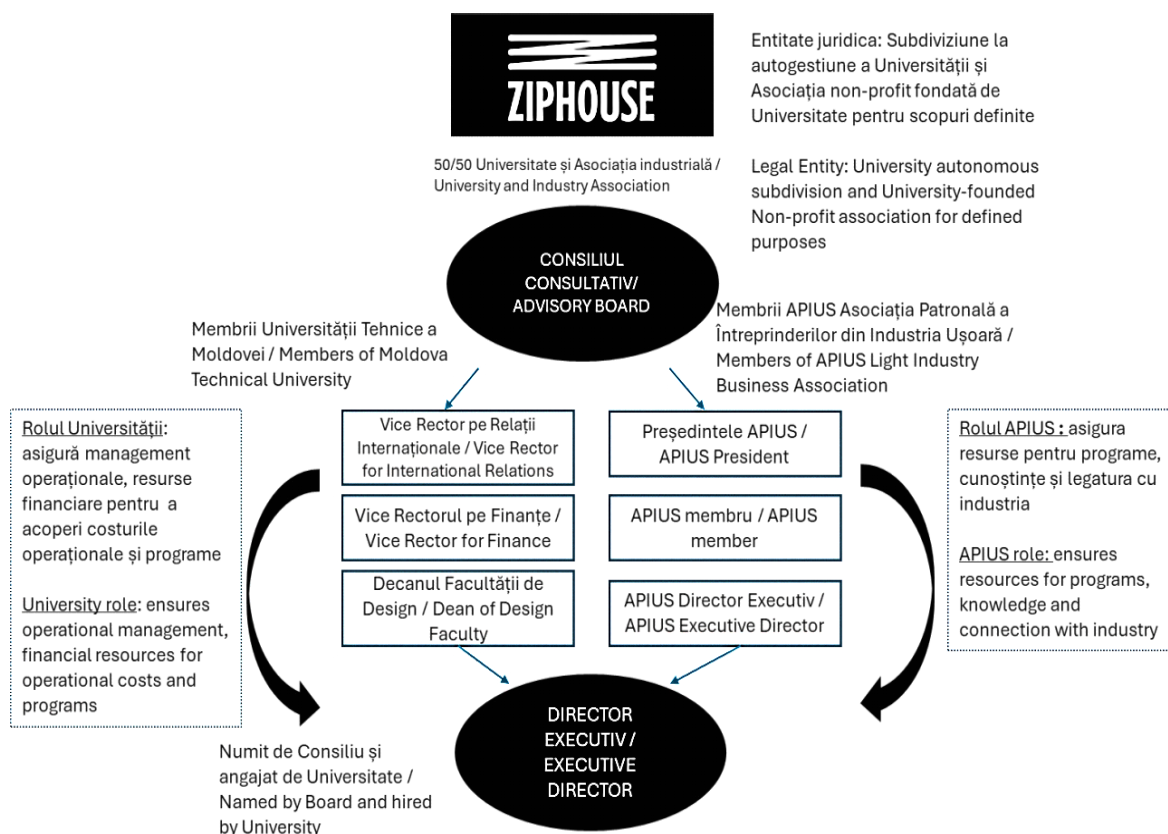


Figura 2. Modelul de governanță comună: universitatea și asociația industrială a ZIPhouse/
Figure 2. The joint university-industry association governance
model of ZIPhouse Fashion Hub

Sursa: elaborată de autor/Source: developed by author

Data fiind complexitatea industriei de modă, resursele, programele, cursurile și formările oferite de ZIPhouse, adaptate nevoilor industriei și contextului local, acestea s-au dovedit esențiale pentru cei care aspiră la profesionalism și excelență în domeniu. În figura 2 sunt prezentate axele programatice, dezvoltate în decursul anilor 2015-2020, care evidențiază rolul ZIPhouse-ului în această privință.

În decurs de șapte ani, ZIPhouse a dezvoltat strategic pilonii săi programatici, astfel încât să susțină creșterea și dinamismul industriei de modă din R. Moldova. Începând cu un *program de accelerare*, ZIPhouse a catalizat dezvoltarea mai multor startup-uri de modă și propulsarea acestora către internaționalizare, oferind mentorat și oportunități de networking, esențiale pentru succesul afacerilor tinere. În perioada 2016-2021, ZIPhouse a accelerat peste

Given the complexity of the fashion industry, the resources, programs, courses, and trainings offered by ZIPhouse, tailored to industry needs and the local context, have proven essential for those aspiring to professionalize and excel in the field. Figure 2 presents the programmatic axes developed during 2015-2020, highlighting ZIPhouse's role in this regard.

Over the course of seven years, ZIPhouse strategically developed its programmatic pillars to support the growth and dynamism of R. Moldova's fashion industry. Starting with an *acceleration program*, ZIPhouse has been pivotal in developing multiple fashion start-ups and propelling them towards internationalization, providing mentoring and essential networking opportunities for the success of young businesses. Between 2016 and 2021, ZIPhouse accelerated over 90 fashion start-ups, of which 95%

90 de startup-uri de modă, dintre care 95% și-au continuat activitatea pe piețele locale și internaționale [12]. A urmat pilonul de *dezvoltare a comunității*, creând o rețea de colaborare care conectează comunitățile de modă locale și internaționale, facilitând un schimb intens de cunoștințe și resurse. În decursul anilor 2015-2020, Ziphouse a creat o comunitate de 7953 de beneficiari unici (~15% creștere anuală), [12] cu participanți diverși din industria modei, de la profesioniști din industrie, la lideri de afaceri, studenți, artiști, fotografi, profesori.

Înființarea ulterioară a *Academiei de Modă* a adus în prim-plan formarea tehnică avansată și atelierelor practice, conduse atât de experți locali, cât și internaționali, având ca scop promovarea competențelor industriale orientate către viitor. În paralel, a fost dezvoltată o *componentă de leadership*, pentru îmbunătățirea competențelor manageriale și profesionale ale celor aflați la conducerea întreprinderilor de modă din Moldova, inclusiv ale personalului academic. Impactul inițiativelor ZIPhouse este evident, cu peste 7953 de participanți, care au beneficiat de 258 de ateliere practice în perioada 2015-2020, însumând peste 3272 de ore de formare [12]. Aceasta nu doar că a îmbunătățit capacitatea operațională și competitivitatea a peste 190 de companii locale [12], reprezentând mai mult de jumătate din IMM-urile industriei ușoare din R. Moldova, dar a și cultivat expertiza internă, care contribuie la practici de afaceri sustenabile. ZIPhouse a avansat competențele digitale în modă, prin instituirea formării în Design Asistat de Calculator pentru îmbrăcăminte, design digital și elaborarea prototipurilor în 3D, implicând studenți, profesori universitari și integrând tehnologiile digitale în curriculumul universitar al Universității Tehnice a Moldovei, în special, în specializarea Design Vestimentar, prin cursul de Design Digital (4 Credite) [12], [13].

Cel mai recent program pentru penetrarea pe piețe noi, „*Market Icebreaker*”, a fost conceput pentru a ajuta designerii și mărcile emergente să parcurgă complexitățile intrării pe piață, făcând posibile vânzările online și offline și

continued their activities in local and international markets [12]. This was followed by the pillar of *community building*, creating a collaborative network that connects local and international fashion communities, facilitating a rich exchange of knowledge and resources. Throughout 2015-2020, ZIPhouse has built a community of 7953 unique beneficiaries (~15% annual growth) [12], comprising diverse participants from the fashion industry, including industry professionals, business leaders and CEOs, students, artists, photographers, and teachers.

The subsequent introduction of the *Fashion Academy* brought to the forefront advanced technical training and practical workshops, led by both local and international experts, aimed at promoting future-oriented industry skills. In parallel, a *leadership component* was developed to enhance the managerial and professional skills of those leading fashion enterprises in Moldova, including academic staff. The impact of ZIPhouse initiatives is evident, with over 7953 participants benefiting from 258 practical workshops between 2015 and 2020, totaling over 3272 training hours [12]. This has not only improved the operational capacity and competitiveness of over 190 local companies [12], representing more than half of the SMEs in Moldova's light industry but also cultivated internal expertise contributing to sustainable business practices. ZIPhouse has advanced digital skills in fashion by offering training in Computer-Aided Design for clothing, digital design, and 3D prototyping, involving students and university professors, and integrating digital technologies into the university curriculum at the Technical University of Moldova, especially in the fashion design specialization, through the Digital Design course (4 Credits) [12], [13].

The most recent program for market penetration “*Market Icebreaker*”, was designed to help designers and emerging brands navigate the complexities of market entry, enabling both online and offline sales and ensuring the discovery of new talent. In response to the economic impact of the COVID-19 pandemic in 2020, ZIPhouse developed an e-commerce acce-

asigurând descoperirea de noi talente. Ca reacție de frondă la impactul economic al pandemiei COVID-19 în 2020, ZIPhouse a dezvoltat un accelerator pentru comerțul electronic în Republica Moldova, facilitând inițierea vânzărilor online pentru 45 de mărci de îmbrăcăminte moldovenești, inclusiv 15 startup-uri, astfel consolidând industria modei și facilitând intrarea Republicii Moldova pe piața digitală [12].

Împreună, acești piloni formează un cadru robust pentru cultivarea unui ecosistem de modă sustenabil în Republica Moldova.

Concluzii

Industria ușoară din Republica Moldova necesită o tranziție către un model de afaceri inovator și orientat spre valoare adăugată, pentru contracararea declinului exporturilor și al ocupării forței de muncă. Adoptarea unei viziuni integrate de modă este esențială pentru transformarea industriei actuale în una cuprinzătoare, care să includă designul, producția, distribuția și comercializarea, potențialul său extinzându-se la nivel internațional și contribuind la revitalizarea forței de muncă, prin atragerea echipei calificate și motivate. Centrele creative și programele de asistență tehnică finanțate pot juca un rol decisiv în promovarea mărcilor locale, susținând designerii tineri și facilitând tranziția către modele de afaceri competitive și sustenabile global. ZIPhouse, hub-ul de Design de Modă din R. Moldova, a revoluționat educația în modă și practicile de afaceri locale, a consolidat poziția Republicii Moldova pe piețele internaționale. Ba mai mult, acesta a contribuit la dezvoltarea unei comunități robuste de modă, prin integrarea tehnologiilor digitale și adaptarea la cerințele pieței.

lerator in Moldova, facilitating the initiation of online sales for 45 Moldovan clothing brands, including 15 start-ups, thereby consolidating the fashion industry and facilitating the Republic of Moldova's entry into the digital market [12].

Together, these pillars form a robust framework for cultivating a sustainable fashion ecosystem in the Republic of Moldova.

Conclusions

The light industry in the Republic of Moldova requires a transition to an innovative, value-added business model to counteract the decline in exports and employment. Embracing an integrated fashion vision is essential to transform the current industry into a comprehensive one, encompassing design, production, distribution, and marketing, with its potential extending internationally and contributing to workforce revitalization by attracting qualified and motivated teams. Creative hubs and funded technical assistance programs can play a crucial role in promoting local brands, supporting young designers, and facilitating the transition to competitive and sustainable global business models. ZIPhouse, the Fashion Design hub in the Republic of Moldova, has revolutionized fashion education and local business practices, consolidating the Republic of Moldova's position in international markets and contributing to the development of a robust fashion community by integrating digital technologies and aligning education with market demands.

Bibliografie/Bibliography:

1. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova privind perfecționarea mecanismului de reglementare a comerțului exterior: nr. 777 din 13 august 1997, versiunea în vigoare din 31 august 2000 [online]. In: *Legis.md* [accesat la 02.12.2023]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=49155&lang=ro
2. *Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova* [online] [accesat la 02.12.2023]. Disponibil: <https://statistica.gov.md/ro>

3. *Global Value Chain* [online]. [accesat la 02.12.2023]. Disponibil: https://sites.duke.edu/sociol342d_01d_s2017_team-7/2-global-value-chain/
4. *Definition of Fashion Industry by Britannica* [online]. [accesat la 11.01.2024]. Disponibil: <https://www.britannica.com/art/fashion-industry/Fashion-retailing-marketing-and-merchandising>
5. *Creative Economy Outlook 2022* [online]. In: *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* [accesat la 11.01.2024]. Disponibil: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2022>
6. *Cultural and Creative Industries* [online]. European Commission [accesat la 02.12.2023]. Disponibil: [https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cultural-and-creative-industries_en#:~:text=This%20includes%20architecture%2C%20archives%2C%20libraries,theatre%20and%20dance\)%2C%20books%20and](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/cultural-and-creative-industries_en#:~:text=This%20includes%20architecture%2C%20archives%2C%20libraries,theatre%20and%20dance)%2C%20books%20and)
7. *Creative Hubs Kit* [online]. Commissioned by British Council, supported by Creative England, 2015 [accesat la 02.12.2023]. Disponibil: https://www.britishcouncil.ro/sites/default/files/creative_hubkit_en.pdf
8. KALITOVA, A., DURANKOVA, K., KOVAC, N. The role of successful creative hubs in fostering sustainable development [online]. *UNIDO*, 2016 [accesat la 02.12.2023]. Disponibil: http://www.ra-un.org/uploads/4/7/5/4/47544571/4_unido_the_role_of_successful_creative_hubs_in_fostering_sustainable_development.pdf
9. DOVER, Jon, PRATT, Andy C., MORETON, Simon, VIRANI, Tarek, MERKEL, Janet, LANDSDOWNE, Jo. *Creative Hubs: Understanding the New Economy 2016* [online]. [accesat la 22.01.2024]. Disponibil: <https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/HubsReport.pdf>
10. PORTER, Michael. Clusters and the New Economics of Competition [online]. *Harvard Business Review*. 1998, pp. 1-32 [accesat la 23.12.2023]. Disponibil: <https://static1.squarespace.com/static/54fe01fde4b068b128045b78/t/568a998c25981d3d913bba04/1451923852664/Clusters+and+the+economy.1998.pdf>
11. KALOUDIS, Aris, ASPELUND, Arild, KOCH, Per M., LAUVÅS, Thomas A., TUFT MATHISEN, Marius, STRAND, Øivind, SØRHEIM, Roger, AADLAND, Torgeir. *How Universities Contribute to Innovation: a Literature Review-based Analysis* [online]. NTNU, 2019. 144 p. [accesat la 23.12.2023]. Disponibil: https://www.ntnu.edu/documents/1272711283/1276140112/Rapport_How+universities+contribute+to+innovation_web.pdf/86b6a699-0499-820e-0f52-35a7b7101de5?t=1574848729613
12. *Final Report Moldova Competitiveness Project* [online]. Funded by USAID, Sweden, UK aid. Chemonics International, 2021 [accesat la 27.02.2024]. Disponibil: <https://chemonics.com/wp-content/uploads/2021/10/Final-Report-Moldova-Competitiveness-Project-1.pdf>
13. *Design Vestimentar Industrial 0723.3: Program de Studii* [online]. Chișinău: UTM, 2023 [accesat la 02.12.2023]. Disponibil: <https://utm.md/wp-content/uploads/2023/06/0723.3-dvi.pdf>