



O P E R A  
R O M Â N Ă  
C R A I O V A

**RAPORT  
DE  
ACTIVITATE  
MANAGERIALĂ**

***11 august – 31 decembrie 2025***

<b>Titlu:</b>	<b>RAPORT DE ACTIVITATE</b>	<b>Perioada:</b>	<b>11 august – 31 decembrie 2025</b>
<b>Instituția:</b>	<b>OPERA ROMÂNĂ</b>	<b>Acronim:</b>	<b>ORC</b>
<b>Locația:</b>	<b>CRAIOVA</b>	<b>Județ / Țară:</b>	<b>DOLJ/ROMÂNIA</b>
<b>Adresa:</b>	<b>Str. Popoveni nr.3C</b>	<b>Cod:</b>	<b>200633</b>
<b>Telefon:</b>	<b>(+4) 0251.41.84.26</b>	<b>Mobil manager:</b>	<b>(+4) 0745.84.48.90</b>
<b>Fax:</b>	<b>(+4) 0251.41.55.70</b>		
<b>E-mail:</b>	<b>operacraiova@yahoo.com</b>		
<b>Web site:</b>	<b>http://www.operacraiova.ro</b>		
<b>Acest document este destinat:</b>			
<b>PRIMĂRIEI MUNICIPIULUI CRAIOVA</b>		<b>Str. A. I. Cuza, nr. 7, cod 200585, Craiova, Dolj</b>	
<b>Scurtă prezentare:</b>			
<p>Prezentul raport de activitate a fost elaborat pentru evaluarea managementului de către Primăria Municipiului Craiova, denumită în continuare <i>autoritatea</i> pentru <i>Opera Română Craiova</i>, aflată în subordinea sa, în conformitate cu prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 269/2009, precum și cu cele ale Regulamentului de evaluare.</p>			
<b>Perioada redactării:</b>	<b>10-16.02.2026</b>		
<b>Data depunerii:</b>	<b>17.02.2026</b>		

**MANAGER**  
**Antoni ZAMFIR**

## **ANEXA nr. 4: MODEL-CADRU AL RAPORTULUI DE ACTIVITATE**

(cf. ORDIN nr. 2799 din 10 decembrie 2015 pentru aprobarea Regulamentului-cadru de organizare și desfășurare a concursului de proiecte de management, a Regulamentului-cadru de organizare și desfășurare a evaluării managementului, a modelului-cadru al caietului de obiective, a modelului-cadru al raportului de activitate, precum și a modelului-cadru al contractului de management).

### **CAPITOLUL I:**

Prezentul raport de activitate a fost elaborat pentru evaluarea anuală a managementului de către **Primăria Municipiului Craiova**, denumită în continuare autoritatea, pentru **Opera Română Craiova**, denumită în continuare instituția, aflată în subordinea sa, în conformitate cu prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. **189/2008** privind managementul instituțiilor publice de cultură, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. **269/2009**, cu modificările și completările ulterioare, denumită în continuare ordonanța de urgență, precum și cu cele ale regulamentului de evaluare.

Analiza și notarea raportului de activitate și a interviului se fac în baza următoarelor criterii de evaluare:

**1. evoluția instituției în raport cu mediul în care își desfășoară activitatea și în raport cu sistemul instituțional existent;**

**2. îmbunătățirea activității instituției;**

**3. organizarea / sistemul organizațional al instituției;**

**4. situația economico-financiară a instituției;**

**5. strategia, programele și implementarea planului de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice instituției, conform sarcinilor formulate de autoritate;**

**6. evoluția economico-financiară a instituției, pentru următoarea perioadă de management, cu menționarea resurselor financiare necesare de alocat de către autoritate.**

În conformitate cu prevederile contractului de management, datele și informațiile din prezentul raport sunt aferente perioadei: **11.08.2025 – 31.12.2025**, reprezentând **evaluarea anuală a Mandatului de Manager instituțional.**

## CAPITOLUL II:

### ***STRUCTURA RAPORTULUI DE ACTIVITATE***

#### **A) Evoluția instituției în raport cu mediul în care își desfășoară activitatea**

##### **a.1. Colaborarea cu instituții, organizații, grupuri informale care se adresează aceleiași comunități:**

Orașul Craiova este un centru istoric, cultural, economic și administrativ al României, cu o viață artistică intensă. Aici și-au desfășurat activitatea, începând cu secolul al XIX-lea asociații culturale de mare impact asupra locuitorilor acestei comunități. În domeniul Teatrului, atât al celui dramatic cât și al celui muzical, există mărturii care dovedesc că în această urbe spectacolul de orice factură *era la el acasă*. Se poate vorbi de o veritabilă deschidere a publicului acestor locuri pentru cultură și artă. Actuala Operă Română își trage obârșia din spectacolele muzicale pe care Teatrul Național din Craiova le prezenta, în anumite perioade, cu o frecvență demnă de un teatru liric, și care au fost *gustate* de iubitorii de frumos încă din a doua jumătate a secolului al XIX-lea. Fără îndoială că, de atunci, și în deceniile ce au urmat, muzica s-a aflat în centrul preferințelor culturale ale publicului oltean. De aceea, nașterea Operei Române Craiova (1 decembrie 2013), ca instituție distinctă în peisajul cultural craiovean, a avut loc în 1972, la început ca o Secție de Operetă, pe lângă Filarmonica „Oltenia“, iar ca unitate de sine stătătoare, sub denumirile de – *Teatrul Liric* (1979), *Teatrul de Operă și Operetă* (1996) și *Teatrul Liric „Elena Teodorini”* (2002).

Reprezentantă a artei lirice și a culturii locale și naționale, instituția Operei Române Craiova și-a onorat statutul istoric al primei instituții lirice înființate în zona Olteniei în anul 1972, de-a lungul întregului său parcurs liric. De la înființare și până în prezent, Opera Română Craiova s-a remarcat prin prestața și ținuta remarcabilă a artiștilor, spectacolelor și montărilor sale, scena teatrului liric craiovean găzduind *peste 100 de titluri de operă, operete și balet din repertoriul universal și peste 20 de creații românești, multe în premieră absolută*, demonstrând astfel o largă deschidere spre toate școlile și stilurile. Din primii săi ani de activitate și până în prezent, instituția lirică din Craiova, a susținut peste 50 de turnee realizate în Italia, Olanda, Germania, Belgia, Austria, Elveția și Franța.

Ofertele culturale ce vizează același public potențial al Operei Române sunt reprezentate fără îndoială de concertele simfonice, vocale sau vocal-simfonice susținute pe scena Filarmonicii „Oltenia“, de spectacolele Teatrului Național „Marin Sorescu“, dar și de spectacolele susținute de către Teatrul pentru copii și tineret „Colibri“, toate acestea desfășurându-și activitatea în orașul Craiova.

Centru universitar și cultural de importanță majoră, municipiul Craiova oferă diverse oportunități de colaborare cu instituții de învățământ și cultură. Colaborarea cu aceste instituții se desfășoară în avantajul celor implicați și al publicului, în timp ce elevilor și studenților li se oferă oportunități de formare profesională, publicul experimentează opera în spații neconvenționale sau aplaudă tineri artiști de operă și balet.

- PRIMĂRIA MUNICIPIULUI CRAIOVA ȘI CONSILIUL LOCAL CRAIOVA

În calitate de Ordonator principal de credite, Primăria municipiului Craiova a fost principalul partener sub egida căruia s-au desfășurat toate activitățile Operei Române Craiova, în perioada 11 august – 31 decembrie 2025, perioadă ce face obiectul prezentului Raport de activitate.

În perioada raportată, Opera Română Craiova a prezentat **premiera: *Il Trovatore*** de G. Verdi (5 octombrie 2025), eveniment care a deschis **Stagiunea 2025–2026, dedicată Centenarului Elena Teodorini**, în anul 2026 împlinindu-se un an de la trecerea în eternitate a legendarei soprane craiovene. Fiecare spectacol inclus în programul stagiunii s-a dorit a fi un tribut adus mării artiste, patroana spirituală a Operei craiovene și una dintre marile voci care au scris istorie pe scenele lumii.

Opera Română Craiova a continuat și în perioada raportată activitatea artistică în orașul Craiova, prezentând și tradiționalul spectacol-eveniment de Crăciun. Anul **2025** fiind pentru iubitorii muzicii un moment aniversar special, împlinirea a **200 de ani de la nașterea lui Johann Strauss**, spectacolul de Crăciun *Strauss Magical Christmas* a fost o celebrare a „regelui valsului”, a frumuseții, tradiției și armoniei artistice.

În afara evenimentelor artistice menționate, Opera Română Craiova a oferit spectacole de operă, operetă, dans și musicaluri pentru copii și a participat cu spectacole în aer liber în cadrul Târgului de Crăciun.

### **11 august -31 decembrie 2025 (34 de evenimente):**

În perioada raportată, Opera Română Craiova a desfășurat **36 de evenimente**, dintre care:

- **34 evenimente ale Operei Române Craiova** (34 de spectacole toate desfășurate în orașul Craiova);
- **2 evenimente ale altor instituții de cultură - Filarmonica Oltenia și Teatrul Național Marin Sorescu au prezentat un un concert și spectacol din repertoriul propriu, pe scenele proprii, sub egida Centenarului Elena Teodorini.**

Cele 34 spectacole ale Operei Române Craiova au avut loc în Craiova după cum urmează:

- 16 în săli de spectacol;
- 18 în spații publice- cu acces liber.

## **Premieră (1)**

1. 5 octombrie 2025, *Il Trovatore* de G. Verdi, Cercul Militar – PREMIERĂ.

**Evenimente în cadrul unor evenimente, gale (22)** (22 evenimente ale Operei Române Craiova - 18 în spații publice - cu acces liber și 4 în săli de spectacol)

### **18 spectacole în spații publice, dintre care:**

17 prezentate în cadrul Târgului de Crăciun organizat de Primăria Municipiului Craiova

1. 14 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
2. 15 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
3. 21 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
4. 21 noiembrie 2025, *Pe aripile sunetului*, Piața Frații Buzești;
5. 22 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
6. 28 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
7. 28 noiembrie 2025, *Pe aripile sunetului*, Piața Frații Buzești;
8. 29 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
9. 5 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
10. 5 decembrie 2025, *Armonii de Crăciun*, Piața Frații Buzești;
11. 6 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
12. 12 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
13. 12 decembrie 2025, *Armonii de Crăciun*, Piața Frații Buzești;
14. 13 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
15. 19 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
16. 19 decembrie 2025, *Armonii de Crăciun*, Piața Frații Buzești;
17. 20 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul.

### **- 1 spectacol prezentat la Promenada Mall:**

- 13 decembrie 2025, *Armonii de Crăciun*, Promenada Mall.

### **4 evenimente în săli de spectacol:**

1. 30 octombrie 2025, *Gala Elena Teodorini*, Teatrul Național Marin Sorescu;
2. 22 noiembrie 2025, *Poduri de Romanță*, Filarmonica Oltenia, - concert al Operei Române Craiova în colaborare cu Asociația Culturală „Cetatea Romanței” Târgoviște, eveniment asociat Festivalului Național de Romanțe „Crizantema de aur”, sub patronajul Comisiei Naționale a României pentru UNESCO;
3. 29 noiembrie 2025, *Unirea cea Mare* de E. Doga, Cercul Militar - spectacol dedicat Zilei Naționale;

4. 21 decembrie 2025, *Strauss Magical Christmas*, Teatrul Național Marin Sorescu - spectacol-eveniment al Operei Române Craiova de Crăciun, dedicate împlinirii a 200 de ani de la nașterea lui Johann Strauss.

#### **Spectacole curente (11):**

1. 11 octombrie 2025, *Albă ca Zăpada și cei șapte pitici*, Cercul Militar;
2. 18 octombrie 2025, *Micuța Dorothy* de M. Țeicu, Cercul Militar;
3. 20 octombrie 2025, *Micuța Dorothy* de M. Țeicu, Cercul Militar;
4. 21 octombrie 2025, *Micuța Dorothy* de M. Țeicu, Cercul Militar;
5. 4 noiembrie 2025, *Albă ca Zăpada și cei șapte pitici*, Cercul Militar;
6. 8 noiembrie 2025, *Gianni Schicchi* de G. Puccini, Cercul Militar;
7. 10 noiembrie 2025, *Albă ca Zăpada și cei șapte pitici*, Cercul Militar;
8. 11 noiembrie 2025, *Albă ca Zăpada și cei șapte pitici*, Cercul Militar;
9. 16 noiembrie 2025, *Văduva veselă*, de F. Lehár, Cercul Militar;
10. 9 decembrie 2025, *Logodnicul din lună* de E. Künneke, Cercul Militar;
11. 17 decembrie 2025, *Suor Angelica* de G. Puccini, Cercul Militar.

Așa cum am menționat anterior, în afara evenimentelor proprii, **sub egida Centenarului Elena Teodorini** s-au desfășurat **2 evenimente ale altor instituții de cultură:**

1. 7 noiembrie 2025, *Ultimul cântec al iubirii*, concert vocal-simfonic susținut de Filarmonica Oltenia Craiova, sub egida Stagiunii 2025-2026 Centenarul Elena Teodorini;
2. 28 noiembrie 2025, *Ivanov* de A. P. Cehov, spectacol susținut de Teatrul Național Marin Sorescu Craiova sub egida Stagiunii 2025-2026 Centenarul Elena Teodorini.

În anul 2025, Opera Română Craiova a continuat să coordoneze activitățile desfășurate la Teatrul de Vară din Parcul Nicolae Romanescu, activitate care s-a desfășurat începând cu anul 2017, în urma Hotărârii nr. 208 din 25.05.2017 privind aprobarea asocierii între municipiul Craiova, prin Consiliul Local al Municipiului Craiova și Opera Română Craiova, în vederea administrării în comun a Teatrului de Vară, iar începând din anul 2023, ca urmare a Hotărârii Consiliului Local Craiova nr. 653 din 22.12.2022 privind aprobarea dării în administrare către Opera Română Craiova a Teatrului de Vară.

În anul 2025, pe scena Teatrului de Vară au avut loc 33 de evenimente și activități cultural-educative, însă acestea nu s-au desfășurat în perioada raportată (11 august–31 decembrie 2025), motiv pentru care nu sunt incluse în prezentul raport.

## **a.2. Analiza SWOT (analiza mediului intern și extern, puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări):**

### **STRENGTHS (Puncte tari)**

Puternic impregnate de istoria sa – *tradiția, parcursul, misiunile și identitatea Operei Române Craiova* – sunt păstrate cu fidelitate și în parcursul cultural-artistic contemporan, al cărui principal deziderat continuă să fie *excelența*. Aceasta se regăsește în parametrul conceptual și totodată în cel structural, reflectându-se în activitățile noastre culturale, artistice, în producțiile realizate, colaborările naționale și internaționale stabilite, precum și în *sala de spectacole ocupată în procent de 90-100%* cu prilejul fiecărui spectacol pus în scenă până la începerea pandemiei COVID-19. Această creștere fulminantă a calității actului artistic, a structurii interne, dar și a dezvoltării imaginii, vizibilității și notorietății instituției pe care o reprezentăm, aduce cea mai mare satisfacție și realizare a celor cinci ani de mandat managerial pe care am dorit să îl onorez cu implicare deplină.

Valențele forte – atât cele deja existente și sedimentate în acest interval de timp, cât și componentele noi pe care le-am transformat în puncte tari, ce îmbogățesc capitalul calitativ al instituției lirice craiovene, sunt următoarele:

- *Istoricul, tradiția și identitatea cultural-artistică a instituției;*
- *Identitatea, tradiția și valorile teatrului liric craiovean* au fundamentul unui *elitism cultural* respectat pe parcursul celor *44 de ani de activitate* ai acestuia (1979 - 2023) și menținut în continuare prin activitatea sa artistică și inițiativele culturale întreprinse;
- **Aducerea în repertoriul curent al instituției a unor titluri rezonante ale portofoliului operistic universal**, prezentate în premieră absolută publicului craiovean, ce au lărgit deschiderea față de stilurile abordate și au determinat o creștere a diversității în fața unui public activ, mereu dornic de nou și spectaculos;
- publicul tânăr prezent în sala de spectacol, precum și la evenimentele oferite în spații alternative (piețe publice, locații inedite sau turnee naționale) depășește în prezent procentul de 50%, fiind într-o continuă ascensiune – această dezvoltare reprezintă una dintre principalele misiuni ale programului nostru de management, pornind de la problema identificată a nivelului scăzut de interes în rândul tinerilor pentru actul artistic liric și coregrafic, tineri ce odinioară (înainte de anul 2015), ocupau mai puțin de 30% din locurile sălii noastre de spectacole;
- **Copiii - publicul de mâine!** S-a acordat o atenție deosebită copiilor, dezvoltând o serie de programe speciale dedicate lor. Promovarea spectacolelor pentru copii, dovedită a fi foarte eficientă, se face prin contactul direct al reprezentanților Operei cu cadrele didactice, prin

acțiuni în spații neconvenționale (artiști în costume de spectacol în Centrul orașului precum și în Parcul Nicolae Romanescu) și nu în ultimul rând, prin *Zilele Porților Deschise micilor spectatori* (vizite ghidate prin teatru în timpul pregătirilor tehnice și muzicale sau a repetițiilor generale, când copiii pot vedea cum se desfășoară activitatea în teatrul liric craiovean, simțindu-se parte a unei povești mereu fascinante pentru ei);

- realizarea de **noi concepții regizorale și scenografice originale**, de decoruri și costume special create pentru premierele menționate mai sus – detalii ce atrag plus-valoare și interes în rândul publicului;
- **multiplele colaborări internaționale**, cu personalități notabile ale universului liric: regizori, scenografi, dirijori, artiști lirici și balerini;
- **diversitatea evenimentelor** puse în scenă – repertoriul clasic universal fiind îmbogățit de producții noi, în cheie modernă și contemporană, mulțumind diversele categorii de public;
- **frecvența considerabilă a spectacolelor lirice montate**, precum și **creșterea numărului evenimentelor alternative** oferite – acestea atrăgând totodată creșterea calității actului artistic, dar și un suflu înprospătat, aliniat la nivelul internațional al teatrului nostru liric. Beneficiile acestora au fost resimțite atât de instituția noastră, cât și de publicul spectator, căruia i s-au oferit ocazii artistice deosebite;
- **Introducerea plății cu cardul**, prin sistem **POS** – inițiativă ce oferă publicului posibilitatea și confortul de selecție a modalității de plată pentru biletele dorite;
- **Atragerea de publicuri noi** și extrem de diverse, tineri și de vârstă medie, inițial mai puțin familiarizate cu genul liric, însă dornice de noi întâlniri cu spectacolele repertoriului ORC;
- Sprijinirea și **dezvoltarea calitativă a manifestărilor culturale craiovene**, prin oferirea unor evenimente lirice și coregrafice de anvergură, apreciate atât la nivel local, național, cât și internațional;
- **Propagarea și dezvoltarea fără precedent a actului cultural-artistic** și a artei lirice în rândul comunității locale – atât prin spectacolele oferite în mod clasic în sălile de spectacol, precum și prin inițiative artistice aparte, realizate în spațiul public prin spectacole montate în aer liber și în locații neconvenționale, cu acces liber publicului larg, sub egida proiectului „Operissima”;
- Stabilirea unei **relații mai accesibile și transparente cu publicul larg**, în scopul educării și fidelizării acestuia, care își va dori ulterior să revină în sala de spectacol pentru noi experiențe artistice;
- **Diversificarea publicului** craiovean prin spectatorii de operă veniți în mod regulat din județele limitrofe – Olt, Vâlcea, Gorj, Mehedinți. Aderarea acestora dovedește aprecierea față de Opera Română Craiova, precum și față de calitatea actului său artistic, frecvența premierelor și a spectacolelor speciale, devenind un public care revine în mod constant în sala noastră de spectacole;

- Dezvoltarea și încurajarea pe termen lung a **colaborărilor internaționale cu artiști și instituții cultural-artistice locale, naționale și străine** (teatre lirice, centre culturale etc) din propriul domeniu, precum și din zone culturale conexe;
- Atragerea și reconfirmarea unei **abordări culturale moderne, inovative și originale** pentru orașul Craiova, prin numărul mare de inițiative artistice ale teatrului nostru liric, precum și prin proiectele alternative aflate sub egida acestuia;
- Creșterea vizibilității și a prestigiului orașului Craiova, perceput precum **veritabil promotor cultural-artistice la nivel național și european** datorită vieții academice, culturale și artistice extrem de active – acest statut favorizează totodată inițiativele Operei Române Craiova și îi încurajează propriile proiecte, care aduc la rândul lor un aport important în dezvoltarea culturii locale;
- **Creșterea numărului de voluntari** dornici să se implice în activitățile organizatorice și artistice ale instituției (voluntari-figuranți), precum și stabilirea unei forme strânse și fidele de colaborare cu aceștia;
- Menținerea și dezvoltarea relațiilor de colaborare cu actualii **parteneri mass-media** și stabilirea unor noi parteneriate mediatice cu reprezentanți importanți din presa locală, regională și națională (publicații scrise, ziare, reviste tipărite și online, posturi radio – Radio Craiova, Radio România Cultural, Radio România Muzical, și posturi TV: TVR, TVR Craiova, TVR 3, Oltenia TV, 3TV Oltenia ș.a.), care ne sprijină în promovarea vizibilă a evenimentelor artistice, atât prin instrumente clasice de promovare, precum și prin suporturi moderne (ecrane LED, autocolante, proiecții în mall-uri și în locațiile ultra-centrale ale orașului, promovare prin afișe, autocolante de dimensiuni mari și medii în locații intens circulate);

#### WEAKNESSES (Puncte slabe)

- **Starea de degradare a clădirii și a sălii de spectacole** a Operei Române Craiova (deși lucrările de reabilitare au început, este resimțită din plin lipsa unei săli proprii de spectacole);
- **Starea avansată de uzură a majorității instrumentelor orchestrei și a pianelor**, care pot influența negativ reprezentațiile și performanța artistică – se încearcă înlocuirea treptată a acestora, în funcție de posibilitățile financiare, care sunt însă insuficiente, în ciuda inițiativelor instituției;
- Lipsa unui **buget de promovare**, nevoia de a limita în continuare acțiunile de promovare ale activităților artistice prin intermediul parteneriatelor, a sponsorizărilor, ori prin tehnici gratuite de atragere a vizibilității;

- Tehnica de scenă rămasă la nivelul anilor '80;
- Lipsa unui buget suficient aprobat pentru investiții;

#### OPPORTUNITIES (Oportunități):

- **Creșterea numărului colaborărilor naționale și internaționale cu instituții de cultură, artiști renumiți și importanți reprezentanți culturali** – colaborări și parteneriate ce atrag o vizibilitate deosebită Operei Române Craiova, noi oportunități cultural-artistice pentru instituție și oraș, precum și ocuparea unei poziții fruntașe pe harta europeană a operatorilor culturali;
- **Încurajarea cooperării** dintre principalele instituții culturale craiovene, oficialitățile locale și întărirea colaborării acestora cu Opera Română Craiova – Primăria Municipiului Craiova, Consiliul Local Craiova și Consiliul Județean Dolj, Filarmonica „Oltenia”, Departamentul de Arte din cadrul Universității din Craiova, Teatrul Național „Marin Sorescu”, Teatrul pentru copii și tineret „Colibri”, Liceul de Arte „Marin Sorescu”- principali susținători și colaboratori ai proiectelor de anvergură inițiate de instituția noastră;
- Sprijinirea și dezvoltarea unei **imagini culturale moderne a orașului Craiova**, caracterizată de *inovație, varietate și deschidere* în favoarea publicului larg, invitat să participe *activ* la actul cultural-artistic;
- Sporirea accesului publicului larg la un **act artistic impresionant**, ce îi oferă o nouă perspectivă, disponibilitate și interes pentru cultură și artă;
- **Importanța vizibilitate, prestigiul și ascensiunea identitară** aduse Operei Române Craiova prin intermediul proiectelor propuse de mandatul nostru: *Operissima – edițiile anilor 2016, 2018 și Festivalul Internațional „Elena Teodorini” 2015, 2016, 2017, 2019, 2021 și 2023*, dar și perspectiva edițiilor viitoare - spectacolelor eveniment montate în aer liber dedicate întregii comunități, care se bucură de acces liber cu ocazia fiecărei ediții;
- Prezența artiștilor Operei Române Craiova în cadrul unor **festivaluri și colaborări culturale naționale** – sporindu-le acestora vizibilitatea și aprecierea, precum și oportunitatea unor viitoare colaborări;
- Stabilirea și dezvoltarea unor noi relații cu **reprezenți culturali naționali și internaționali**, care vor facilita proiecte artistice viitoare și oportunitatea unor noi turnee în țară și străinătate;
- Dezvoltarea unor **relații strânse cu mass-media națională** și parteneriatul fundamental cu postul tv național (**Televiziunea Națională Română, TVR 3, TVR Internațional** prin intermediul postului local **TVR Craiova** – partener oficial al ORC, care difuzează în exclusivitate toate premierele și spectacolele-eveniment, pe posturile local, național și internațional), care promovează constant evenimentele artistice ale Operei Române Craiova,

atrăgând publicuri diverse ca interes, medii de proveniență și pregătire, precum și potențiale noi colaborări artistice și sedimentarea în mentalul colectiv a instituției lirice;

- **Abordarea modernă în comunicarea** instituției și lărgirea oportunităților instituției noastre prin atragerea și fidelizarea unor noi publicuri la activitățile noastre artistice;
- Continuarea și dezvoltarea tradiției **evenimentelor alternative**: întâlniri culturale, conferințe cultural-artistice, avanpremiere, recitaluri în locații inedite - toate atrag publicul larg, familiarizându-l cu activitatea artistică a teatrului nostru liric și fidelizându-l.

#### THREATS (Amenințări)

- **Numărul redus de personal** artistic și tehnic al instituției, de personal implicat în organizarea sălii de spectacol, personalul administrativ și specializat în tematica fundraising-ului – o lipsă imposibil de suplinit prin alte modalități;
- **Concurența mare de pe piața evenimentelor craiovene**, uneori peste puterea de consum a publicului, ceea ce duce la riscul realizării unor evenimente cu public scăzut – totuși, ultimii ani au stabilit o delimitare și afirmare aparte pentru Opera Română Craiova, a cărei ofertă artistică a atras un procent considerabil de participanți cu fiecare ocazie.

### a.3. Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia:

*Ascensiunea identitară și de imagine a Operei Române Craiova* reprezintă unul dintre principalele deziderate și misiuni ale *Proiectului personal de management*, depus în **anul 2025** și reper esențial atât pentru debutul promițător al mandatului nostru, cât și pentru anii ce urmează. Redarea fidelă a acestora și *dezvoltarea – calitativă și cantitativă a imaginii Operei* – intenționează reafirmarea sa pe harta culturală națională și europeană.

În ceea ce privește *cunoașterea activității* Operei Române Craiova în rândul comunității în care își desfășoară activitatea, aceasta s-a realizat prin postări pe site-ul operei, [www.operacraiova.ro](http://www.operacraiova.ro), modern și ușor accesibil, actualizat cu informații utile, programul ofertei de programe educative și culturale, actualizat la zi, proiecte viitoare, prin dezvoltarea paginii proprii de Facebook (<http://www.facebook.com/operacraiova>) și crearea de evenimente pe rețeaua de socializare, precum și alimentarea contului de Instagram. De asemenea, au fost încheiate sau reînnoite parteneriate cu trusturi media locale și naționale și a fost realizată o conexiune strânsă cu comunitatea de blogeri din zona Olteniei.

Pagina web [www.operacraiova.ro](http://www.operacraiova.ro) are un design modern și conține informații despre Opera Română Craiova în limba română și în două limbi străine (italiană și engleză). Acest site este legat prin link de site-uri ale unor instituții importante din Craiova.

Toate aceste demersuri au avut și au ca scop o promovare cât mai corectă în rândul

comunității a tuturor proiectelor, evenimentelor și spectacolelor susținute în cadrul Operei Române.

Problema promovării, și în special a *comercializării* spectacolului muzical este sensibilă și delicată, după cum, în particular, folosirea marketingului, ca instrument specializat în dinamizarea vânzărilor de *produse* și/sau *servicii* culturale, presupune o înaltă specializare. Omul de cultură, artistul acceptă cu greu (trebuie să o recunoaștem) ideea că „produsul” său este tratat ca „marfă”.

Politica de preț a biletului de intrare la spectacol a trebuit să țină cont de cerere, de calitatea artistică a reprezentației, de particularitățile concurenței (adică a spectacolelor prezentate de celelalte instituții de spectacol din Craiova). În acest sens, succesul depinde și de profesionalismul persoanelor care „vând” produsul cultural, precum și de cele mai adecvate mijloace mass-media. Legea concurenței, a cererii și ofertei este dominantă, ceea ce impune ca teatrul să recepteze, cu mai mare promptitudine, preferințele publicului.

Fiind o instituție cu activitate complexă, *acțiunile* întreprinse pentru îmbunătățirea promovării imaginii și activității acesteia sunt:

- *promovarea excelenței, a experimentului și a inovației.* Altfel spus, promovarea mai ales a capodoperelor lirice de cea mai înaltă factură muzicală. Promovarea celor mai bune cadre artistice ale instituției și reputați muzicieni din țară și străinătate. Aceștia reprezintă puncte de maxim interes și atractivitate pentru publicul meloman. Pe linia experimentului și a inovației, se poate vorbi de diversificarea unor manifestări artistice neconvenționale și colaborarea cu artiști din țară și străinătate;
- *promovarea concurenței în domeniul ofertei culturale.* Un demers esențial a constat în afirmarea identității culturale și dezvoltarea instituției ca entitate de influențare spirituală a spectatorului.

Pentru promovarea proiectelor instituției, Opera Română Craiova realizează afișe generale și pliante informative care cuprind programul lunar de spectacole. Afișele sunt postate la sediul instituției (indoor / outdoor), în locuri cu trafic intens din oraș (outdoor) și la sediile unor instituții (Primăria Municipiului Craiova, Universitatea din Craiova, Filarmonica Oltenia, Teatrul Național „Marin Sorescu”, Casa de Cultură „Traian Demetrescu”, Biblioteca Județeană „Alexandru și Aristia Aman”, Teatrul pentru Copii și Tineret „Colibri”, Liceul de Arte „Marin Sorescu” etc.).

Pliantele sunt distribuite la agenția de bilete, în foaiere cu ocazia spectacolelor, la hoteluri etc., precum și în locuri cu trafic pietonal din oraș (cu acordul Primăriei Municipiului Craiova).

Fiecare reprezentație a fost promovată pe site-ul oficial al instituției, [www.operacraiova.ro](http://www.operacraiova.ro) (pe homepage și în secțiunea „stagiune”), pe pagina de Facebook a instituției, <https://www.facebook.com/operacraiova> și pe Instagram.

Programul lunar este comunicat cu regularitate presei (în format Word și JPG). De asemenea, fiecare reprezentație în parte este comunicată (ca reminder), în format Word și însoțită de fotografii. Pentru completări, modificări, lamuriri etc. au loc săptămânal convorbiri telefonice cu

reprezentanții mass-media.

Toate spectacolele au beneficiat de avancronici publicate în majoritatea jurnalelor locale din Craiova, iar la marile evenimente, au fost publicate avancronici și prin intermediul trusturilor de presă naționale.

Unul dintre cele mai importante mijloace de promovare este site-ul oficial al instituției, [www.operacraiova.ro](http://www.operacraiova.ro), structurat inițial pe 8 secțiuni mari, fiecare dintre acestea având multiple subsecțiuni. Prima pagină conține, în principal, slide-uri succesive de promovare a spectacolelor lunii în curs. Secțiunea „stagiune” cuprinde identitatea vizuală a fiecărui spectacol, precum și toate informațiile conținute pe afișul general: titlurile lunii, data și ora, distribuțiile și, după caz, invitații speciali. Pentru a facilita decizia publicului de a achiziționa bilete la spectacole, subsecțiunea „Agenția de bilete” cuprinde o prezentare detaliată a prețurilor, cu indicarea locurilor în diagrama de sală.

### **Principalele acțiuni pentru îmbunătățirea imaginii instituției**

#### **Spectacolele în aer liber**

Spectacolele susținute de instituția noastră în aer liber au avut ca scop *cunoașterea activității Operei Române Craiova* în rândul comunității, vizând în primul rând publicul nefidelizat spectacolelor de operă, operetă, balet și musical. Astfel Opera Română Craiova a fost prezentă în fiecare an în spații publice, iar în perioada 11 august-31 decembrie 2025 a susținut 18 evenimente în aer liber, dintre care 17 în cadrul Târgului de Crăciun în Piața Mihai Viteazul și Piața Frații Buzești și 1 eveniment în Centrul comercial Promenada.

#### **Prezența la evenimente cu potențial de promovare în rândul mediului de afaceri și a altor categorii de potențial public: Gala „Topul Firmelor” din județul Dolj**

Tot în această categorie este de menționat și parteneriatul între Opera Română Craiova și Camera de Comerț și Industrie Dolj. Urmând tradiția din anii trecuți (2017, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023), Opera Română Craiova își propune ca și în anii viitori să fie partener al evenimentului Gala „Topul Firmelor” din județul Dolj, continuând promovarea la nivelul mediului de afaceri.

#### **Creșterea prezenței materialelor de promovare în spații publice**

În perioada raportată materiale de promovare a programului Operei Române Craiova au fost afișate, ca în anii precedenți, la majoritatea instituțiilor de cultură din oraș, Universitatea din Craiova, sediile facultăților, cămine studentești, cantine și alte spații publice în care este permisă afișarea. În plus, evenimentele au fost prezentate atât la Teatrul de Vară, cât și pe toate panourile special amenajate din Parcul Nicolae Romanescu.

## **Platforma web și social media**

Platforma web [www.operacraiova.ro](http://www.operacraiova.ro) a fost constant actualizată, structura ei a fost îmbunătățită, iar spectatorii Operei Române Craiova au putut și în anul 2024 să achiziționeze bilete online, fără a mai fi necesară deplasarea la agenție.

Conținutul postărilor pe pagina de Facebook <https://www.facebook.com/operacraiova> a fost dezvoltat și diversificat. Au fost prezentate atât spectacolele programate, cât și artiștii implicați, fie soliști ai Operei, fie invitați, în vederea apropierei instituției de spectatori. Structura conținutului online a dat rezultate, numărul fanilor paginii Operei Române Craiova crescând substanțial în fiecare an.

De asemenea, contul Instagram al instituției, reactivat în anul 2020, a fost alimentat în mod constant și în anul 2025 pentru amplificarea promovării în mediul online și a înregistrat o creștere în ceea ce privește numărul de urmăritori. Contul YouTube al Operei Române Craiova, de asemenea reactivat în anul 2020, a continuat și în anul 2025 să înregistreze aprecieri și vizionări ale spectacolelor difuzate în perioada pandemică.

## **Aplicații și platforme**

În perioada raportată, programul stagiunilor a fost prezentat pe **operabase.com**, platforma internațională care reprezintă cea mai amplă sursă de informații privind spectacolele de operă.

Opera Română Craiova are o pagină dedicată în **Discover Dolj**, ghidul turistic al județului, dezvoltat de Consiliul Județean Dolj sub formă de platformă web și aplicație Android și iOS, în care sunt incluse cele mai relevante activități și resurse pentru turiști. Pagina dedicată Operei Române Craiova a fost activă începând cu data de 10 iulie 2019, iar evenimentele instituției au fost prezentate în articole dedicate evenimentelor culturale și în anul 2025.

De asemenea, alte platforme, precum CraiovaLive.ro, care prezintă toate evenimentele din Craiova, includ și evenimentele Operei Române Craiova.

## **Ziua Mondială a Operei**

O importantă strategie de promovare este participarea Operei Române Craiova la amplul program Ziua Mondială a Operei, sărbătoare denumită anterior Zilele Europene ale Operei. Opera Română Craiova s-a alăturat începând cu anul 2016 zecilor de instituții și companii de profil din Europa, dar și din alte țări, la cel mai important eveniment de promovare a artei lirice la nivel european. Evenimentul este o inițiativă comună a organismelor Opera Europa și RESEO, în colaborare cu United States of Opera-Benelux, Opera XXI-Spania, Réunion des Opéras de France, NOCC- Marea Britanie, OperaNorge-Norvegia și AMT-Rusia. Manifestările sunt menite celebrării operei, având scopul de a contribui la aducerea ei în prim-planul practicilor culturale și de a spori aprecierea ei în

societatea actuală. Ziua Mondială a Operei, sărbătorită în lume începând cu anul 2019 pe data de 25 octombrie, este un prilej pentru operele din lume să își deschidă porțile către un public nou și către cel existent pentru a celebra această formă de artă și talentul celor care o produc.

Ne propunem participarea la edițiile viitoare ale Zilei Mondiale a Operei, precum și la evenimente similare, în vederea creării și consolidării unor bune relații, atât în cadrul comunității în care ne desfășurăm activitatea, cât și cu zecile de companii de profil europene și luând în considerare posibilitatea realizării unor parteneriate strategice la nivel european, precum și depășirea granițelor promovării locale.

### **Reflectarea imaginii instituției în mass-media**

Strategia de management în alcătuirea programului de spectacole a dus și la creșterea gradului de reflectare al instituției în presa de specialitate.

Desigur că o astfel de abordare a agendei culturale a atras și un altfel de interes din partea instituțiilor din presa scrisă. Dacă la începutul perioadei raportate ne-am confruntat cu problema existentă la nivelul comunității craiovene ce constă în dificultatea de a depăși o abordare strict „de consemnare” pe care presa de specialitate o manifestă datorită unui nivel scăzut de specializare al jurnaliștilor de profil activi, această situație s-a îmbunătățit. Considerăm în continuare că o astfel de problemă nu va putea fi soluționată decât prin implicarea tuturor factorilor interesați din cetatea culturală, ori din această perspectivă, suntem extrem de motivați pentru a iniția ori susține demersuri ce ar putea contribui la o presă culturală locală mai specializată și de mai bună calitate.

### **Îmbunătățiri relevante în ceea ce privește reflectarea instituției în presă în perioada raportată**

Cu prilejul marilor evenimente culturale (Premiera „Il Trovatore” și spectacolul-eveniment „Strauss Magical Christmas”, reprezentațiile din cadrul Târgului de Crăciun organizat de municipalitate) a avut loc o creștere a promovării, care a avut ca efect o bună prezență în presa de specialitate, națională, locală și regională.

În sensul intensificării prezentării spectacolelor în presa de specialitate, Opera Română Craiova a consolidat relația cu publicația culturală craioveană *Mozaicul* care a publicat regulat cronici specializate ale spectacolelor Operei Române Craiova și în anul 2025.

Strategia de alcătuire a programului de spectacole, prin includerea unor titluri dorite de public (de exemplu premiera spectacolului de operă „Il Trovatore”) sau a invitării unor soliști de prim rang la nivel internațional a atras atenția atât a publicului, cât și a criticilor de specialitate.

În finalul prezentului capitol, vom insera câteva dintre cele mai reprezentative titluri de presă care au reflectat, în perioada raportată, evenimentele artistice ale Operei Române Craiova:

## **ANUL 2025 (11 august-31 decembrie)**

Premiera operei „Trubadurul” deschide stagiunea Operei Române Craiova

<https://www.radiooltenia.ro/premiera-operei-trubadurul-deschide-stagiunea-operei-romane-craiova/>

„Trubadurul” deschide stagiunea 2025-2026 la Opera Română Craiova – o seară de pasiune, dramă și aplauze

<https://marianbuzarnescu.ro/trubadurul-stagiunea-2025-2026-opera-romana-craiova/>

Premiera „Trubadurul” la Opera Română Craiova

<https://cronicaromana.net/2025/09/30/premiera-trubadurul-la-opera-romana-craiova/>

„Albă ca Zăpada și cei șapte pitici” – spectacol de dans al Operei Române Craiova, pe scena Cercului Militar

<https://jurnalulolteniei.ro/2025/10/09/alba-ca-zapada-si-cei-sapte-pitici-spectacol-de-dans-al-operei-romane-craiova-pe-scena-cercului-militar/>

Dans, muzică și poveste: două spectacole fermecătoare la Opera Craiova

<https://www.gds.ro/Actualitate/cultura/2025-10-10/dans-muzica-si-poveste-doua-spectacole-fermecatoare-la-opera-craiova/?amp>

Elena Teodorini, omagiată la Opera Română Craiova

<https://www.gds.ro/Actualitate/cultura/2025-10-29/elena-teodorini-omagiata-la-opera-romana-craiova/?amp>

Puccini revine în forță la Craiova! „Gianni Schicchi” promite o seară de rafinament și comedie la Opera Română!

<https://jurnaldecraiova.ro/puccini-revine-in-forta-la-craiova-gianni-schicchi-promite-o-seara-de-rafinament-si-comedie-la-opera-romana/>

„Gianni Schicchi”, rafinament muzical la Opera Craiova

<https://www.radiovacanta.ro/evenimente/gianni-schicchi-rafinament-muzical-la-opera-craiova-68747.html>

Evenimente speciale în noiembrie, la Operă

<https://www.mihaelatoila.ro/2025/11/evenimente-speciale-in-noiembrie-la.html>

„Logodnicul din lună” revine la Opera Craiova

<https://oltenasul.ro/2025/12/09/logodnicul-din-luna-revine-la-opera-craiova/>

Invitație la Operă: ‘Sora Angelica’ pe scena Cercului Militar

<https://www.amosnews.ro/invitatie-la-opera-sora-angelica-pe-scena-cercului-militar/>

#### **a.4. Măsuri luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari:**

Cunoașterea *publicului Operei Române Craiova, existent și potențial*, a reprezentat pentru noi un prim factor de interes în momentul realizării Proiectului managerial, din dorința trasării unei direcții consistente și implementării unei viitoare strategii eficiente de management. Studiile interne realizate de noi la începutul anului 2015 revelau la acel moment un public precar numeric, format majoritar din spectatori de vârstă medie (40-65 de ani) fideli instituției și cu o cultură artistică bogată. Era însă aproape inexistent publicul tânăr și foarte tânăr, reticent față de arta lirică pe care o considerau inabordabilă și elitistă – acesta era publicul pe care ne doream să îl atragem și fidelizăm în timp. Astfel, acțiunile, inițiativele și proiectele cultural-artistice întreprinse pe parcursul anilor de mandat 2015 – 2020 și 2020 – 2025 au încercat și, considerăm noi, au reușit să atingă acest scop primordial – de formare și apropiere a „publicului de mâine”.

Prin intermediul programului nostru artistic diversificat și cu o notă împrăștiată (ce au valorizat în egală măsură repertoriul clasic, oferind totodată alternative moderne și inedite), numeroasele categorii de public (publicul deja existent – de vârstă medie; tinerii – adolescenți, studenți și masteranzi; micii spectatori, precum și tinerele familii) au fost transformate în spectatori de operă, fidelizați pe parcursul ultimelor stagioni.

Vizibil diversificat din punct de vedere al intereselor sale și caracteristicilor social-demografice, *actualul nostru public* manifestă un numitor comun prin *interesul ascensiv* demonstrat instituției noastre lirice și proiectelor sale. Pornind de la apropierea acestora, dobândită pe parcursul ultimilor ani prin activități susținute - atât din registrul spectacolelor clasice, cât și a celor mai puțin convenționale – *echipa teatrului nostru analizează periodic specificul tuturor grupurilor-țintă*, din dorința de a le cunoaște interesele, nevoile, dorințele și așteptările.

*Caracteristicile, interesele, dorințele și așteptările* tuturor acestor categorii de spectatori, variabilele preferințelor și a intereselor lor sunt urmărite constant prin intermediul comunicării directe, a campaniilor online și a instrumentelor mediatice utilizate de instituția noastră. Acestea sunt completate în mod deosebit de ieșirile din registrul clasic, prin proiectul „*Operissima*”, care pășește în afara sălii de spectacol, în spațiile publice – într-o interacțiune nemărginită cu toți spectatorii noștri, din dorința cunoașterii lor, a atragerii unor noi categorii de public și a fidelizării celor deja existente.

## a.5. Grupurile-țintă ale activităților instituției

În ceea ce privește grupurile-țintă ale Operei Române Craiova, conform analizei atente a categoriilor de *publicuri-destinare ale activităților noastre cultural-artistice*, o analiză de asemenea inclusă și în *Proiectul nostru de Management* - distingem următoarele segmente, care se remarcă în specificul activității noastre:

- *Principalul grup-țintă* al Operei Române Craiova este format din **publicul spectacolelor de operă, operetă și balet** – educat în spiritul culturii și al artei, fin cunoscător și analist al artei lirice. Caracteristicile sale socio-demografice îl afirmă ca și un public matur (vârstă medie 45-65 de ani), cu studii superioare. Această categorie de spectatori este una fidelă, se regăsește frecvent în sala noastră de spectacol și apreciază repertoriul clasic universal, caracterizant pentru teatrul nostru de operă, dar se dovedește atras și de evenimentele alternative, plasate în locații neconvenționale. Această primă categorie s-a remarcat, la primele noastre studii, realizate la nivel intern de către echipa biroului Organizare spectacole / Marketing, drept un public preponderent feminin (67%) – această structură inițială a cunoscut însă modificări pe parcursul anilor, spectatorii de gen feminin și masculin ai spectacolelor noastre indicând acum un procent egal, cu mici variații.
- **Publicul-țintă secundar** este reprezentat de *spectatorii ocazionali* – participanți la o parte a evenimentelor noastre lirice, caracterizați de interesul general pentru domeniul cultural și activitățile artistice ale orașului și atenți la o mai vastă agendă de proiecte culturale. Aceasta este categoria de public preponderent tânăr (25-35 de ani) care manifestă un interes aparte și o curiozitate față de evenimentele noastre alternative sau montările neconvenționale, demonstrând un important potențial de participare pe viitor, în contextul interacțiunii constante și atragerii sale mai frecvente la Operă. În categoria publicurilor secundare se regăsesc și *potențialii spectatori (+18 ani)*– cei mai puțin sau deloc familiarizați cu genul liric, care ar avea curiozitatea interacțiunii cu opera, însă simt o oarecare rețineră în fața necunoscutului acestui gen, dar care arată o reacție pozitivă și plină de interes la vederea evenimentelor inedite, care îi oferă ocazia de a intra în contact cu arta lirică în propriul mediu de confort, în locații alternative sălii propriu-zise de spectacol. Publicul tânăr și foarte tânăr a reprezentat și el un reper important al atenției noastre, acesta fiind un public în plin proces de formare și dezvoltare culturală, pe care dorim să îl educăm prin proiectele noastre cultural-artistice și căruia instituția noastră îi dedică evenimente specifice, adaptate categoriei de vârstă (spectacole pentru copii, proiecte culturale desfășurate în operă dar și în instituțiile de învățământ, Zilele porților deschise, prezentări și tururi ghidate, activități educative și de inițiere în genul operistic ș.a.).

## a.6. Profilul beneficiarului actual:

Melomanii care pășesc în sala de spectacole a Operei sunt, în marea lor majoritate, de tip tradiționalist, în sensul că optează predilect spre marile capodopere ale genului operistic: *La Traviata*, *Trubadurul* și *Aida* de G. Verdi, *Boema* și *Tosca* de G. Puccini, *Cavalleria rusticana* de P. Mascagni, *Paiate* de R. Leoncavallo, *Don Pasquale* de G. Donizetti, *Carmen* de G. Bizet; în ceea ce privește creația de operetă, preferințele publicului se orientează spre: *Liliacul*, *Voievodul țiganilor* și *Sânge vienez* de J. Strauss – fiul, *Silvia* de E. Kalman etc. Nici musicalurile pentru copii nu pot fi trecute cu vederea, spectacole ca *Frumoasa din pădurea adormită*, *Drumu-i lung*, *povestea-i scurtă*, *Peter Pan*, *Soldățelul de plumb*, *Micuța Dorothy* etc. fiind spectacole ce ocupă un loc aparte în preferințele copiilor și nu numai.

Din discuțiile purtate cu reprezentanți ai diverselor comunități profesionale din Craiova, am constatat un interes minim și pentru spectacole de tip neconvențional (concerte de arii, duete, coruri, uverturi, recitaluri de lieduri, concerte de muzică de cameră etc.). În acest context demersurile noastre au fost canalizate spre o proporționare corectă a acestui tip de concerte cu spectacolele clasice de operă, operetă, balet sau musical pentru copii. Acest lucru este impus cu stringență de profilul artistic al Operei Române, instituție organizatoare de *spectacole*, mai ales în contextul existenței unei instituții concitadine, Filarmonica „Oltenia“ al cărui specific este exclusiv bazat pe organizarea de *concerte* fie ele vocale, simfonice sau vocal-simfonice.

De asemenea, în rândul publicului tânăr și foarte tânăr am putut constata preferințe spre spectacole de tip educativ (cu prezentări și exemplificări în detaliu a unor fragmente din opere și operete).

Așadar, portretul robot al spectatorului ce vine în sala Operei este diferențiat după criteriul vârstei. În momentul actual, spectatorii teatrului se situează la două extreme: *copii între 5 și 14 ani și adulți peste 40 de ani*.<sup>1</sup>

**Copii:** preponderent proveniți din mediul urban cu ofertă culturală destul de variată (mai puțin operă), învățând la instituții de nivel mediu și peste mediu, provenind din familii cu venituri medii și peste medii, având ca pregătire studii medii sau superioare;

**Adulți 1:** provenind din mediul urban (în special Craiova), venituri medii și peste medii, preponderent ocupații liberale, studii medii sau superioare, fidelizați ca spectatori de operă și operetă, constituind un public constant și destul de conservator. Este publicul care urmărește viața culturală în toate aspectele ei, poziționați între spectacolele de divertisment de bună calitate și oferta culturală mai complexă a concertelor simfonice și ale spectacolelor de operă și operetă. Public specializat care face cu simț critic comparație și distinge cu claritate genul de operă și operetă față de teatrul de revistă sau dramatic.

---

<sup>1</sup> Informațiile sunt obținute din surse combinate, analize și observații la nivelul Biroului Organizare spectacole / Marketing.

**Adulți 2:** public întâmplător, cu venituri medii și mari, studii medii și superioare, lucrând în mediu de stres și cu program prelungit, pentru care prezența la unele spectacole este o întâmplare. Pentru ei opera și opereta sunt un divertisment, nefăcând foarte clar distincția între cele două genuri. Angajați ai unor companii multinaționale, în administrația publică locală sau centrală.

**Pensionari:** adulți cu venituri medii, cu studii superioare sau medii, având copii în îngrijire sau fiind singuri, este un mod de educare în primul caz și de relaxare nostalgică în cel de-al doilea. De obicei reprezintă un public ce compară activitatea actuală cu trecutul istoric al teatrului, așa cum l-au perceput de-a lungul anilor.

Pentru atragerea și formarea unor noi segmente de public, în cadrul programelor instituției, ORC a organizat, pentru grupuri de elevi și studenți vizite în clădirea instituției. Acestora li se prezintă sala de spectacole, fosa orchestrei, spațiile de repetiții și spațiile de depozitare a costumelor, a decorurilor și a recuzitei. În timpul acestor vizite elevii pot sta de vorbă cu artiștii, își pot face fotografiile alături de aceștia sau alături de decorurile din spectacole. Această ultimă categorie o considerăm deosebit de importantă, ținând cont că este într-o contunută schimbare (prin înaintarea în vârstă), constituind an de an un segment de public potențial, format din persoane care nu au mai fost niciodată într-o sală de spectacol și care au o vârstă propice pentru formarea gustului și a interesului pentru genul liric.

În paralel am început construirea unei campanii de atragere alături de arta lirică a beneficiarilor din mediul de afaceri, printr-o strategie de promovare și de marketing elitist.

În vederea îmbunătățirii activității în general prin conectarea la practicile internaționale, dar și punctual, pentru mai buna cunoaștere a beneficiarilor activității Operei Române Craiova, instituția a continuat contactul cu organismul Advisory Board for the Arts.

Advisory Board for the Arts a fost o sursă de informare constantă privind practicile manageriale internaționale începând cu anul 2020. În contextul crizei mondiale generate de pandemia de coronavirus, *Advisory Board for the Arts* (<https://www.advisoryboardarts.com>) a organizat și oferit o serie de seminare online, care a început pe 26 martie 2020 cu webinar-ul *The New Loyals* pentru membrii organizației Opera Europa. Opera Română Craiova, invitată să participe deși nu este membru al organizației Opera Europa, a fost singura participantă din România la acest prim seminar online.

Seria a pornit de la premisa că revenirea după pandemie va necesita acțiuni fără precedent pentru a reface publicul existent și pentru a atrage spectatori noi. Companiile de operă trebuie să gândească dincolo de abordările tradiționale de creștere a audienței, care și-au dovedit limitele chiar și în economiile puternice ale ultimei decade, și să ia în considerare posibilitatea de a adapta pentru arte abordări de succes ale altor industrii și cele mai bune practici în găsirea unui nou public loial.

Proiectul de cercetare și seminarele au continuat până în prezent, iar un reprezentant al Operei Române Craiova a urmărit seminarele online puse la dispoziție, precum și rezultatele sondajelor pe diverse teme printre conducătorii unor organizații de profil din întreaga lume. Bucurându-se de participarea unor importante instituții sau companii de profil, au fost discutate chestiuni relevante domeniului, dar și modalitățile în care operatorii din domeniul artelor răspund diverselor inconveniențe.

În perioada raportată au fost puse în discuție teme care țin de cultura organizațională și de organizarea activității și teme care vizează beneficiarii, răspunzând principalei preocupări a operatorilor culturali: cunoașterea și atragerea publicului. Cele mai importante teme abordate în perioada august-decembrie 2025 au fost: optimizarea experienței publicului, spațiile de închiriat, frecvența și preferințele comunicării cu abonații prin e-mail, pregătirea pentru deschiderea stagiunii: strategii pentru a crea entuziasm și a menține dinamica, bugete și costuri operaționale pentru 2025 și referințe comparative pentru proiecțiile din 2026, principalele surse de „alte” venituri și multe altele.

În urma discuțiilor despre experiențele unor diverse companii de artă din lume, ne propunem elaborarea unor demersuri prin care să fie înțelese motivele preferințelor spectatorilor Operei Române Craiova, dar și comportamentul publicului nostru în situații speciale, cum a fost situația pandemică, pentru a putea identifica segmente de populație pe baza acestor motive, modalități de atragere și fidelizare a acestora și oferirea unor experiențe culturale potrivite pentru aceste categorii.

## **B) Evoluția profesională a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia:**

### **b.1. Adecvarea activității profesionale a instituției la politicile culturale la nivel național și la strategia culturală a autorității:**

În calitatea sa de instituție direct subordonată *Primăriei Municipiului Craiova și Consiliului Local Municipal Craiova*, Opera Română Craiova își desfășoară activitatea în funcție de politicile culturale locale, naționale și europene, având ca principală misiune *crearea, dezvoltarea și promovarea genului liric*. Având aceste principale misiuni și premise esențiale, activitatea profesională și cultural-artistică a instituției noastre a urmărit atent și cu fidelitate, pe parcursul perioadei evaluate, următoarele elemente și obiective:

- *producția de spectacole de operă, operetă, balet și musical pentru copii* – manifestând deschidere față de toate genurile. Ultimii ani de activitate au relevat și îndeplinit întocmai această misiune, prin intermediul diversificării repertoriului liric al Operei Române Craiova, prin realizarea unor spectacole clasice și capodopere nepuse în scenă de mulți ani, precum și a unor producții noi, inedite, a unor premiere absolute pentru orașul nostru și spectacole-eveniment;

- *punerea în scenă a unui paletar complet de spectacole (misiunea afirmată în cadrul proiectului nostru de management sub titulatura reprezentativă „Opera și opereta noilor generații”) - atât din repertoriul liric universal, cât și producții moderne și contemporane;*
- *împropățarea formulei spectaculare prin invitarea unor regizori de prestigiu (misiunea afirmată în cadrul proiectului nostru de management sub titulatura reprezentativă „Regizorala”), dar și conexiuni la realitățile contemporane, din dorința de a crește nivelul personalului artistic din cadrul Operei Române Craiova, de a promova excelența și avea o adresabilitate sporită către toate genurile de public.*
- *evenimente excepționale organizate în aer liber sau pe scene alternative (misiunea afirmată în cadrul proiectului nostru de management sub titulatura reprezentativă „Opera de lângă tine: Evenimente, Festivaluri”), ce oferă acces liber întregii comunități locale, trezindu-i acesteia interesul pentru inițiativa noastră artistică;*
- *realizarea cu regularitate a unor turnee artistice internaționale (misiunea afirmată în cadrul proiectului nostru de management sub titulatura reprezentativă „Opera Română Craiova în patrimoniul cultural european”). Activitatea transnațională a îndeplinit astfel rolul de lobby cultural care a avut menirea de a repune Opera Română Craiova pe harta Teatrelor de Operă europene, ca instituție-lemnă a Craiovei peste hotare.*
- *evenimente specifice dedicate în mod deosebit publicului tânăr („Opereta și musicalul pentru copii” – înclinarea spre publicul tânăr, educarea și formarea publicului de mâine) – din dorința familiarizării acestuia cu opera, a atragerii și educării lui în ceea ce ne-am dorit să devină viitorul public matur și culturalizat;*
- *ridicarea nivelului de educație a spectatorilor – prin evenimente specifice, întâlniri culturale, gale, prezentări de spectacole, conferințe culturale ce cresc notorietate și vizibilitatea Operei și, totodată, sporesc interesul și aderența publicului larg.*

Aceste inițiativă au respectat, susținut, încurajat și dezvoltat specificul activității profesionale de profil, aducându-i totodată o particularitate prin abordarea instituției noastre, potrivită publicurilor noastre specifice, din aceeași dorință a îndeplinirii misiunilor principale afirmate.

## **b.2. Orientarea activității profesionale către beneficiari:**

Inițiativă, proiectele propuse și implementate au avut în permanență în centrul atenției beneficiarii Operei Române Craiova. Prin intermediul activităților cultural-artistice întreprinse ne-am propus *crearea, sedimentarea și dezvoltarea unei interacțiuni strânse și consistente* cu beneficiarii noștri, bazată pe *cunoașterea profilului, a cerințelor, nevoilor, dorințelor și expectanțele* acestora, pentru o abordare aplicată și corespondentă cu care ne dorim să le ieșim în întâmpinare.

Fiecare dintre activitățile noastre s-a orientat, așadar, atât în funcție de microuniversul spectatorilor și a beneficiarilor noștri (directi, indirecti și potențiali), precum și în raport cu macro- universul artistic european, din dorința transmiterii unei oferte artistice superioare, alinate la peisajul operistic internațional.

În acest sens, evenimentele realizate de Opera Română Craiova – atât cele aparținând repertoriului clasic universal, precum și unui registru artistic modern și inovativ, montări puse în scenă în interiorul sălii de spectacole, dar și în aer liber sau în locații alternative – toate au fost direct

orientate înspre *beneficiarii noștri, aduși acum mai aproape de actul artistic în sine, de artiști și lumea din spatele scenei;*

Misiunea atragerii publicului larg către universul nostru artistic a fost puternic susținută și prin *proiecte cultural-artistice alternative (programe educative, întâlniri culturale, gale, prezentări de spectacole ș.a.)* care îndeplinesc la rândul lor apropierea de spectatorii noștri actuali și viitori. Opera Română Craiova a creat totodată o tradiție prin proiectul *Operissima*, ce oferă spectacole în aer liber, cu acces liber, menite să atragă *publicul potențial*, precum și pe *cel latent*, mai puțin familiarizat cu sala de spectacol, dar care ulterior s-a dovedit dornic să adere la următoarele noastre evenimente, susținute în mod clasic în sala de spectacole. Acest public potențial – în mare măsură un *public tânăr și activ* – a devenit un important beneficiar dornic de interacțiunea cu universul cultural-artistic și ușor de atras către noi experiențe lirice.

Orientarea eficientă a activității noastre de profil către beneficiari este realizată prin *promovarea constantă și susținută a agendei de spectacole* – la nivel lunar și trimestrial, dar mai ales individual, reliefând astfel fiecare reprezentație în parte – informațiile sunt oferite grupurilor-țintă prin canalele informative ale Operei Române Craiova (spații de publicitate special amenajate outdoor și indoor, precum și online: site-ul oficial al instituției, pagini online Facebook, Instagram, online ticketing), prin mass-media locală, regională, națională și internațională (presă scrisă – tipărită și online, radio, TV), suporturi publicitare amplasate în spații publice intens circulate oferite de partenerii instituției – toate tehnicile și suporturile abordate asigură *o comunicare eficientă, consistentă, constantă și atractivă.*

### **b.3. Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse:**

Opera Română Craiova, ca instituție publică de cultură, de importanță națională, are menirea de a asigura diverselor colectivități socio-culturale și profesionale accesul la informație și educație muzicală, contribuind la dezvoltarea intelectuală și spirituală a personalității umane, la formarea sistemului estetic și al judecăților de valoare în domeniul culturii muzicale.

Principalele direcții de acțiune corelative strategiei propuse pe timpul mandatului au fost în concordanță cu cerințele stabilite prin *Caietul de obiective* de către Primăria Municipiului Craiova, fiind structurate astfel:

#### **Principiile personale manageriale în relația cu Opera Română Craiova:**

- *Realism și dinamism* al acțiunilor și a deciziilor;
- *Coerența măsurilor*, astfel încât toate acțiunile să se subsumeze obiectivului fundamental al întregii comunități, definit în cadrul Politicilor Culturale Naționale și Europene;
- *Creativitate, transparență și flexibilitate* în procesul de conducere, prin promovarea și sprijinirea soluțiilor inovatoare, care pot spori calitatea și eficiența activităților specifice operei;

- *Centrarea preocupărilor pe calitatea activităților cultural artistice*, de formare educațional-culturală, de cercetare specifică proceselor de producție ale creației contemporane, orientarea către și pentru publicul țintă;
- *Eficiența procesului managerial*, prin implicarea tuturor factorilor și a eșaloanelor decizionale, a artiștilor permanenți și colaboratori, personalului tehnic de scenă și a întregului personal angajat, în analiza și conducerea diferitelor activități, potrivit competențelor ce au fost atribuite prin Regulamentul de Organizare și Funcționare, dar și în spiritul O.U.G 21/2007;
- *Deschidere în dialogul cu stakeholder-ii* care au gravitat în jurul ORC, care s-au concretizat în disponibilitatea de a discuta, negocia, coopera și implica diverși parteneri din țară și străinătate.

Întreaga echipă managerială a ORC a aderat la *Principiile Strategiei culturale și repertoriale* (prezentate în Capitolul E, al prezentului Raport de activitate), care pornesc de la drepturile culturale de bază și principiile fundamentale europene, reprezentate de drepturi individuale și drepturi colective ale cetățenilor. Astfel, principalele direcții s-au bazat pe o serie de priorități după cum urmează:

### **I. Priorități generice:**

- Dreptul de acces la viața culturală;
- Dreptul de participare la viața culturală.

### **II. Priorități fundamentale / Direcții generale de acțiune:**

- Excelența artistică;
- Creșterea participării societății civile, a tinerilor și a cetățenilor;
- Îmbunătățirea capacității funcționale administrative și artistice;
- Întreținerea și utilizarea eficientă a resurselor artistice și patrimoniale;
- Întrebuințarea durabilă a resurselor patrimoniale și promovarea valorilor artistice.

### **III. Priorități specifice:**

#### Artistic:

- Performanță artistică:
  - Standarde internaționale;
  - Spectacole de calitate excepțională.
- Programe inovative și echilibrate:
  - Îmbinarea repertoriului clasic de bază cu producții de noutate.

#### Public:

- Accesibilitate:
  - Prin atitudine, acoperire geografică, preț și permisivitate;
  - Acțiuni privind eliminarea barierelor sociale, economice și etnice;
  - Atragerea publicului nou;
  - Dezvoltarea audienței;

- Fidelizarea publicului;
- Dezvoltarea brandului;
- Creșterea reputației.

#### Financiar:

- Responsabilitate financiară:
  - Controlul costurilor pentru a optimiza valoarea serviciilor culturale;
  - Susținerea activității unei bugetări robuste, dar riguroase;
  - Monitorizarea și măsurarea permanentă a rezultatelor.

#### **IV. Priorități transversale:**

- Arta ca vehicul de intervenție culturală;
- Educația prin cultură și formare profesională;
- Informare + Comunicare + Accesibilitate = Participare.

Într-o sinteză a celor expuse anterior se poate afirma că, principala direcție pentru îndeplinirea misiunii Operei Române Craiova a fost *dezvoltarea durabilă prin artă și cultură* în România europeană, astfel ca ORC să rămână o instituție de prestigiu pe firmamentul teatrelor lirice.

### **C) Organizarea, funcționarea instituției și propuneri de restructurare și / sau de reorganizare, pentru mai buna funcționare, după caz:**

Opera se compune din patru mari sectoare: *artistic, tehnic-scenă* (inclusiv atelierele de producție), *administrativ* și personalul *T.E.S.A. Sectorul artistic* (cel mai numeros) cu secția „Programare și Realizare Artistică“ care cuprinde: compartimentele soliști vocali și actori, orchestra (artiști instrumentiști), corul (artiști lirici și coriști), balet (soliști balet și balerini), dirijori, maeștri corepetitori, regizor artistic și scenograf, consultant artistic, referent de specialitate. *Cel de-al doilea sector* privește pe tehnicienii de scenă (regizor scenă, operator sunet, inginer, operator lumini, machior, peruchier, muncitori calificați-mânuitori decor, recuziteri, electricieni, costumiere, lăcătuși mecanici etc.); atelierele de producție (artist plastic, inginer producție, lăcătuș mecanic, croitorie, tapițerie, tâmplărie). *Serviciul administrativ* cuprinde șef serviciu, Compartimentul Întreținere și Reparații (analist IT, supraveghetor sală, plasatoare, muncitor calificat) și Compartimentul P.S.U (inspectori PSI, muncitori calificați cu specialitatea pompieri). *Sectorul T.E.S.A.* cuprinde Conducerea Instituției (manager, director artistic, director tehnic, contabil șef), Compartimentul juridic (consilier juridic), Serviciul Resurse Umane-Contabilitate-Marketing (șef serviciu, economiști, referenți de specialitate, impresar artistic, secretar PR, grafician), compartimentul achiziții publice (economist, merceolog).

### **c.1. Măsuri de organizare internă:**

Sistemul de Control Intern managerial al Operei Române Craiova guvernat de **O.S.G.G. nr. 600/2018 privind aprobarea Codului controlului intern managerial al entităților publice** este în mod continuu supus procedurilor de actualizare.

Controlul intern cuprinde 5 componente strâns interdependente care decurg din maniera în care sunt administrate activitățile, punerea lor în practică fiind realizată în conformitate cu particularitățile proprii fiecărei entități în parte:

1. **Mediul de control** – un element foarte important al culturii unei entități, fundamentul pe care se clădesc toate celelalte 4 elemente ale controlului intern, impunând disciplină și organizare. Factorii cei mai importanți care determină calitatea mediului de control sunt: integritatea, etica și competența personalului, stilul de management al conducătorilor, politica delegării de responsabilități, organizarea entității, formarea personalului și capacitatea conducerii de a defini obiectivele entității.
2. **Performanțe și managementul riscurilor** – evaluarea riscurilor cu care se confruntă entitatea după stabilirea obiectivelor și analiza factorilor susceptibili de a afecta realizarea acestor obiective precum; măsurile de gestionare a riscurilor asociate obiectivelor.
3. **Informarea și comunicarea** – informațiile trebuie identificate, transmise și recepționate sub o formă și într-un termen care să permită fiecăruia îndeplinirea sarcinilor atribuite. Realizarea responsabilităților în materie de control intern, reclamă o comunicare internă eficientă în sens ascendent-descendent, precum și în plan orizontal, dar și o comunicare bună cu terții.
4. **Activitățile de control** – observarea, supravegherea, analiza, avizarea și aprobarea, realizate la toate nivelele ierarhice și funcționale ale structurii organizatorice.
5. **Evaluarea** – sistemele de control intern trebuie să fie controlate în vederea funcționării în mod eficient, prin evaluări permanente efectuate de persoanele cu funcții de conducere.

**Managerul (ordonatorul de credite)** precum și celelalte persoane care ocupă o funcție de conducere în entitate sunt responsabile pentru crearea și funcționarea aceluiași sistem de control intern care să dea o asigurare rezonabilă că obiectivele entității vor fi atinse.

În vederea implementării sistemului de control intern managerial conform cu cele menționate mai sus, au fost întreprinse următoarele:

- A fost constituită, prin decizia nr. 445/16.11.2021, o structură investită cu atribuții și responsabilități în acest sens, un grup de lucru compus din persoane cu funcții de conducere din instituție ce poartă denumirea de **Comisia de Monitorizare** a dezvoltării Controlului Intern Managerial din cadrul Operei Române Craiova;

- A fost emis **Regulamentul de organizare și de lucru al Comisiei de Monitorizare pentru coordonarea și îndrumarea metodologică a dezvoltării Sistemului de Control Intern Managerial** al instituției;
- S-au stabilit **obiectivele generale ale entității cât și cele specifice** la nivelul fiecărui compartiment funcțional în parte;
- A fost elaborat **Programul de dezvoltare a sistemului de control managerial** care conține obiective, acțiuni, responsabilități, atât pentru persoanele cu funcții de conducere cât și pentru cele cu funcții de execuție, termene de punere în aplicare;
- A fost elaborat **Codul Etic și regulile de conduită a personalului contractul din cadrul Operei Române Craiova**, care, prin grija unui consilier de etică și a conducătorilor structurilor interne, a fost adus la cunoștința tuturor salariaților;
- A fost aprobat de către Consiliul Local, **Regulamentul de Organizare și Funcționare** al entității, adaptat noii organigrame aprobate;
- S-au luat măsuri de asigurare a concordanței între misiunile instituției și cele ale salariaților, prin elaborarea și actualizarea permanentă a **fișelor de post** conținând atribuțiile și sarcinile fiecărui angajat;
- A fost, de asemenea, elaborat un **Registru al riscurilor** cu stabilirea unui responsabil, în vederea asigurării unui sistem de management pentru prevenirea nerealizării obiectivelor specifice propuse;
- A fost înființată o **Comisie de Disciplină**, pentru asigurarea unui sistem de gestiune a abaterilor;
- Au fost identificate activitățile procedurabile la nivelul fiecărui compartiment funcțional și au fost elaborate **procedurile operaționale** aferente;
- Au fost elaborate, de asemenea, **procedurile de sistem** aplicabile la nivel de instituție, cu stabilirea modului de lucru, a modalităților de control intern precum și a resurselor necesare realizării lor;
- A fost elaborat și aprobat prin Decizia nr. 1/07.01.2016 **Circuitul documentelor** la fiecare nivel de responsabilitate din cadrul instituției. Conform reglementărilor în vigoare (OG nr. 119/1999, OMFP nr. 1792/2002 și nr. 522/2003) s-a aprobat circuitul documentelor înregistrat cu nr. 462/14.03.2011, cât și lista specimenelor de semnături ale șefilor de compartimente care au atribuții ce fac obiectul controlului financiar preventiv propriu.
- Pentru aplicarea Regulamentului Uniunii Europene 679/2016 privind protecția datelor cu caracter personal, în anul 2018 a fost numit un ofițer DPO în cadrul instituției.

Toate aceste măsuri, cuprinse într-o documentație adecvată și completă, supusă mereu actualizării, corespund politicilor entității noastre de respectare a cerințelor legate de implementarea standardelor sistemului de control intern managerial și creează toate premisele dezvoltării acestuia.

Pentru eficientizarea activității s-a căutat stimularea și creativitatea personalului în *adoptarea de soluții* (brainstorming). În perioada raportată s-a pus accentul pe lucrul în echipă, în vederea îndeplinirii scopului comun, *realizarea misiunii*.

Simultan, s-a urmărit reorganizarea instituției pe criterii de responsabilitate și delimitare de sarcini, precum și pe criteriul eficientizării activității prin transferul de informații de la un compartiment la altul. Angajații au înțeles că această instituție funcționează pentru îndeplinirea unei misiuni și toți factorii care participă la urmărirea acesteia trebuie să fie unul în sprijinul celuilalt, fără criterii de concurență distructivă.

Luând în considerare regulile importante care stau la baza formării unei structuri organizatorice eficiente s-au avut în vedere următoarele:

- urmărirea raportului și a interdependenței unitare de comandă / decizie și acțiune (evitarea dublei subordonări);
- urmărirea apropierii managementului de execuție;
- interdependența între compartimente și între angajați;
- definirea armonizată a obiectivelor, responsabilităților, competențelor și atribuțiilor aferente posturilor și funcțiilor (fișele posturilor);
- evitarea suprapunerilor de sarcini;
- alegerea variantei optime dintre mai multe variante posibile.

Astfel, instituția a devenit mult mai flexibilă, funcționând la parametri optimi pentru realizarea obiectivelor determinate, prin utilizarea pe criterii de eficacitate sigură și economie a fondurilor alocate, în scopul implementării proiectului de management, artistic și cultural.

## **c.2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne:**

**Regulamentul de organizare și funcționare** (ROF) este instrumentul care aplică principiile de conducere și dezvoltare în cadrul instituției. Aflat în directă corelare cu *Contractul colectiv* de muncă și cu *Regulamentul intern* (RI), Regulamentul de organizare și funcționare trebuie gândit ca un instrument de lucru util, nu realizat doar pentru a marca o evidență. ROF-ul este un document elaborat de întreaga echipă de conducere cu consultarea sindicatelor și pus în aplicare după aprobarea Ordonatorului principal de credite.

*Regulamentul de organizare și funcționare* al Operei Române realizat de aceeași echipă de conducere în luna iunie a anului 2015, cu 2 luni înainte de încheierea primului mandat al subsemnatului, aprobat prin Hotărârea Consiliului Local al Municipiului Craiova, nr. 206/25.06.2015 și după validarea Instituției Prefectului Județului Dolj, nr. 102.664/ 2015.

Fiind un document conceput ca un instrument de lucru care să răspundă necesităților viitoare ale instituției, pe parcursul mandatului supus evaluării a fost modificat și actualizat în luna decembrie

a anului 2023 iar apoi aprobat prin Hotărârea Consiliului Local al Municipiului Craiova, nr.652/18.12.2023.

În ceea ce privește **Regulamentul intern**, trebuie specificat că acesta se aprobă de către Consiliul administrativ, prin consultarea sindicatelor de la nivelul instituției.

*Regulamentul intern* al Operei Române Craiova a fost definitivat la finalul anului 2018, însă pe parcursul anului 2019 a fost negociat, cu sindicatul reprezentativ, Contractul colectiv de muncă la nivelul instituției, fapt ce a determinat amânarea aprobării Regulamentului intern în cadrul Consiliului de administrație, din dorința de a fi prevăzute în regulamentul prevederile Contractului colectiv de muncă.

Prin negocierea acestei convenții, s-a urmărit promovarea unor relații de muncă echitabile menite să asigure securitatea socială a salariaților, prevenirea sau limitarea conflictelor de muncă și evitarea declanșării unor greve, ceea ce ar fi condus la o mai bună funcționare a activității instituției, însă, din păcate, **negocierile nu au fost finalizate**, în termenele prevăzute de legislația în vigoare.

**Organigrama** este instrumentul prin care se observă generic substructurile organizatorice ale instituției, permițând studierea structurii interne intime a acesteia.

Rolul acestui instrument alături de cel al *Statului de funcții* este de a face legătura și a constitui puntea dintre misiunea (scopul) managementul și modul de îndeplinire a acestuia prin mijloacele specifice.

La momentul de față, organigrama actuală a Operei Române Craiova, ca număr de posturi pe colective și ca împărțire a departamentelor este una echilibrată, **problema stringentă cu care ne confruntăm fiind în continuare numărul scăzut de personal artistic din toate compartimentele de specialitate: Soliști / Actori, Orchestră, Cor și Balet.**

Ținând cont de lipsa acută de personal artistic cu care se confruntă majoritatea instituțiilor de cultură din țară, în instituția noastră a existat o intensă preocupare de a depista noi talente muzicale în Craiova și nu numai, de a le atrage pentru a face parte din colectivul artistic al instituției noastre.

Tinerii artiști reprezintă barometrul generației care va veni, aceștia trebuie promovați și motivați. Unul dintre obiectivele Operei Române Craiova (privind resursa umană) a fost și va fi în continuare acela de formare și sprijinire a tinerilor artiști talentați.

### **c.3. Sinteza activității organismelor colegiale de conducere:**

**Consiliul administrativ** trebuie format din reprezentanții compartimentelor cheie ale instituției care să fie ușor determinabili din structura organigramei. În același fel, **Consiliul artistic** trebuie să fie rezultatul întâlnirii factorilor de răspundere sau reprezentativi din punct de vedere artistic din instituție sau din afara ei. Legătura și interferența dintre aceste servicii aduce o congruență a procesului: **Documentare-repetiție-producție-vânzare-efecte.**

**Consiliul administrativ** al Operei Române Craiova, cu rol decizional a fost întrunit în ședințe ordinare în prima vineri din fiecare lună, precum și în ședințe extraordinare, atunci când s-au impus

luări de decizii în termen scurt. Deciziile consiliului administrativ au vizat, *aprobarea planului repertorial, modificările de organigramă și stat de funcții, bugetele de venituri și cheltuieli în anii mandatului, aprobarea listelor de investiții pentru fiecare an bugetar în parte etc.*

**Consiliul artistic** al Operei Române Craiova, având rol consultativ, a fost întrunit, de fiecare dată când a fost necesară o consultare aprofundată asupra *strategiei repertoriale, asupra stabilirii distribuțiilor* sau atunci când s-au impus *analize asupra calității spectacolelor*, atât din punct de vedere regizoral-scenografic, cât și din punct de vedere interpretativ.

Precizez că membrii celor două consilii ale Operei Române Craiova nu sunt remunerați.

#### **c.4. Dinamica și evoluția resurselor umane ale instituției (fluctuație, cursuri, evaluare, promovare, motivare / sancționare):**

1. Pentru desfășurarea activității instituției în condiții optime și utilizarea resurselor umane în concordanță cu pregătirea profesională și competențele dobândite, în perioada de referință, instituția **nu a organizat**, în conformitate cu prevederile *Hotărârii 1336/2022* din 28 octombrie 2022 pentru aprobarea Regulamentului-cadru privind organizarea și dezvoltarea carierei personalului contractual din sectorul bugetar plătit din fonduri publice **concursuri de angajare pentru ocuparea vreunui post contractual vacant**.

2. **Posturi ocupate pe perioadă determinată, în conformitate cu prevederile Codului Muncii și a O.U.G. 21 / 2007 – privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic (20 contracte pentru perioadă determinată):**

##### **Anul 2025 – perioada 11 august-31 decembrie 2025**

1. *Supraveghetor Sală M I* – 04.09.2025-30.06.2025;
2. *Muncitor Calificat-Electrician M I* – 04.09.2025-30.06.2025;
3. *Dirijor S IA* – 04.09.2025-30.06.2025;
4. *Șef Partidă-vioară S IA* – 04.09.2025-30.06.2025;
5. *Șef Partidă-trombon S IA* – 04.09.2025-30.06.2025;
6. *Șef Partidă-corn S IA* – 08.09.2025-30.06.2025;
7. *3 posturi artist instrumentist S IA* – 04.09.2025-30.06.2025;
8. *2 posturi artist liric S I* – 04.09.2025-30.06.2025;
9. *Artist instrumentist S II* – 04.09.2025-30.06.2025;
10. *Corist S IA* – 04.09.2025-30.06.2025;
11. *Actor S IA* – 05.09.2025-30.06.2025;
12. *Maestru Cor IA* - 05.09.2025-30.06.2025;
13. *Analist IT S IA* – 05.09.2025-30.06.2025;
14. *Solist Vocal S IA* – 09.09.2025-30.06.2025;
15. *Corist S II* – 09.09.2025-30.06.2025;

16. *Referent de Specialitate S II*– 09.09.2025-30.06.2025;

17. *Muncitor Calificat Costumier M I* – 18.09.2025-30.06.2025.

**3. Încetarea contractului individual de muncă prin pensionare a intervenit pentru 2 posturi:**

**Anul 2025 – perioada 11 august-31 decembrie 2025 (3 posturi)**

1. *Muncitor Calificat-croitor M I*– 11.08.2025;

2. *Supraveghetor Sală M I* – 20.08.2025;

3. *Operator Sunet S IA*– 12.11.2025.

**4. Încetarea contractului individual de muncă ca urmare a demisiei sau cu acordul părților (3 posturi):**

**Anul 2025 – perioada 11 august-31 decembrie 2025 (3 posturi)**

1. *Artist Instrumentist S I* – 20.09.2025 – acordul părților;

2. *Corist S IA*– 05.09.2025 – acordul părților;

3. *Consultant Artistic S IA*– 21.11.2025 – acordul părților.

**5. Participarea la cursuri de perfecționare în perioada raportată:**

Dezvoltarea competențelor profesionale ale salariaților prezintă o particularitate și anume că ea excede instituției. Actualmente, nivelul de perfecționare al personalului angajat se realizează prin accesul personalului la completarea studiilor universitare și postuniversitare (masterat, doctorat), participarea la cursuri de management și de operare pe calculator, de contabilitate, de marketing etc. O modalitate specifică instituțiilor muzicale de spectacole o reprezintă prezențele artistice ale soliștilor sau dirijorilor în reprezentații ale altor teatre din țară, unde evoluează în compania unor importanți interpreți, ceea ce îi obligă să se adapteze, din mers, adică în timp foarte scurt, la alte viziuni regizorale. Acest lucru conferă artistului ocazia de a-și perfecționa și îmbunătăți paleta interpretativă.

În perioada 11 august 2025-31 decembrie 2025 nu s-au efectuat demersuri pentru achiziționarea de cursuri de perfecționare.

**6. Evaluarea personalului Operei Române Craiova:**

În ceea ce privește **evaluarea performanțelor profesionale individuale** ale personalului contractual, pe parcursul mandatului de manager supus evaluării a fost utilizat „Regulamentul privind evaluarea performanțelor profesionale individuale, promovarea în grade sau trepte profesionale a personalului contractual plătit din fonduri publice din aparatul de specialitate al primarului municipiului Craiova, precum și din cadrul instituțiilor subordonate Consiliului Local al municipiului Craiova” în conformitate cu **prevederile** HG nr.1336/2022 pentru aprobarea Regulamentului-cadru privind organizarea și dezvoltarea carierei personalului contractual din sectorul bugetar plătit din fonduri publice, conform deciziei interne nr.58/2023 a instituției.

Rezultatele finale ale evaluărilor anuale au fost comunicate fiecărui salariat, nefiind formulate contestații ca urmare a comunicării rezultatelor finale ale evaluărilor profesionale.

În urma evaluării performanțelor profesionale individuale ale personalului angajat, a fost stabilit personalul promovabil și a fost aprobată demararea procedurilor privind promovarea pe funcții, grade sau trepte profesionale a personalului, cu încadrarea în cheltuielile de personal aprobate în buget.

#### **7. Promovarea personalului Operei Române Craiova:**

În perioada raportată, 11 august-31 decembrie 2025, nu a fost organizat examen de promovare în grade sau trepte profesionale superioare pentru personalul contractual care a îndeplinit condițiile legale de promovare, respectiv promovare prin transformarea propriului post din statul de funcții, într-unul de nivel imediat superior, pentru următoarele posturi:

Problematika *motivării profesionale* a angajaților prin acordarea de *prime* sau *salarii de merit* a fost imposibilă în perioada raportată, întrucât legislația actuală interzice conducătorului instituției acordarea acestora. Totuși, prin aplicarea *Legii cadru nr. 153/2017*, personalul artistic, tehnic-scenă, administrativ al instituției, încadrat după anexa III Cultură a beneficiat de acordarea sporului pentru condiții grele de muncă în quantum de 15% aplicat la timpul lunar efectiv lucrat în acele condiții, iar prin ordonanța de urgență nr. 36/2026 pentru stabilirea unor măsuri privind personalul plătit din fonduri publice, s-a dispus plafonarea sporului acordat pentru activitatea profesională desfășurată în condiții periculoase sau vătămătoare la 300 lei brut lunar, corespunzător timpului lucrat la locul de muncă respectiv. OUG nr. 36/2025 vizează modificarea Legii-cadru nr. 153/2017 privind salarizarea personalului plătit din fonduri publice și are aplicabilitate începând cu 1 iulie 2025. Activitatea profesională a personalului TESA se desfășoară în condiții periculoase sau vătămătoare.

#### **c.5. Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului instituției, îmbunătățiri / refuncționalizări ale spațiilor:**

Ca urmare a demarării lucrărilor de reabilitare la corpul A și a depunerii documentației necesare pentru reabilitarea anexei corpului A și a corpurilor B și C, instituția fiind în imposibilitatea de a-și desfășura activitatea în clădirile din Strada Mihai Viteazul nr. 7, prin Hotărârea Consiliului Local al Municipiului Craiova nr. 23 din 27 ianuarie 2022, a fost aprobată darea în administrare, către Opera Română Craiova, a imobilului Business Center Sud Craiova, situat în strada Popoveni nr. 3C. Astfel, încă din anul 2022, în acest imobil au fost relocate birourile administrative, biblioteca muzicală, o parte a spațiilor necesare activității artistice: cabinele pentru soliști și sala de repetiții pentru balet, magazia de costume și atelierul de croitorie.

Raportându-ne strict la starea actuală a infrastructurii Operei Române Craiova, având în vedere că imobilul Corp A, cu cele trei Secțiuni sunt închise pentru procesul de consolidări, reparații

și reabilitări (în acest sens existând deja proiecte, unul în derulare pentru clădirea ce include sala de spectacole, și unul în faza de aprobare a finanțării pentru clădirea administrativă), se impun următoarele:

În ceea ce privește **Corpul A** – secțiunea Tehnică, se impun următoarele lucrări de reabilitare:

- modernizarea și utilizarea cabinelor soliștilor;
- zugrăvirea pereților interiori și expunerea de fotografii din spectacolele curente ale teatrului;
- modernizarea și utilizarea din punct de vedere al aparaturii audio-video a sălii de repetiție balet;
- înlocuirea ușilor de la sala „Ciprian Porumbescu“, sala „George Enescu“, cabina balet (femei) și magaziile de costume.

La momentul demarării proiectelor de anvergură în ceea ce privește consolidarea și reabilitarea celor două corpuri (Corpul A și Corpul B) trebuie avute în vedere următoarele priorități în funcție și de rezultatele expertizelor tehnice realizate de instituțiile de specialitate:

- extinderea fosei orchestrei prin avansarea spre sală, desfacerea parapetului existent, turnare fundație și zid nou;
- realizarea de suportți demontabili și pardoseală pentru extinderea scenei peste fosă;
- pod peste sală – înlocuire șarpantă și învelitoare;
- la subsol (spațiul de sub scenă) propunem schimbarea de destinație a fostei centrale termice în sală de repetiție pentru orchestră, reamenajarea spațiilor anexe și realizarea accesului din exterior la aceste spații;
- mansardarea *spațiului tehnic* (anexa corpului A) și amenajarea unor cabine și săli de studiu individual pentru soliștii și instrumentiștii teatrului. Tot aici pot fi amenajate 2 sau 3 camere, în care să fie cazați o parte dintre colaboratorii teatrului. În felul acesta vor fi făcute economii la sumele destinate plății cazărilor pentru colaboratorii instituției;
- dezafectarea spațiului de la subsolul clădirii administrative și schimbarea destinației din magazie de materiale metalice într-un spațiu media (poate fi amenajată o mediatecă, videotecă și chiar un spațiu tipografic pentru realizarea afișelor, bannerelor, caietelor program etc., prin achiziționarea de aparaturi necesare desfășurării unor asemenea activități);
- recompartimentarea sălilor din cadrul corpului B (parter, etaj I și etaj II) pentru o utilizare cât mai eficientă a acestor spații.

Prin urmare, la momentul actual, Opera Română Craiova nu își mai desfășoară activitatea în corpurile din strada Mihai Viteazul nr. 7, imobile construite anterior anului 1977, care necesită lucrări de reabilitare și consolidare, compartimentele administrative, artistice și tehnic scenă fiind relocate în spații puse la dispoziție de Primăria Municipiului Craiova, după cum urmează:

- activitatea administrativă, cabine studiu, sală de repetiții și regie, biblioteca muzicală, croitorie, magazie costume în imobilul Business Center Sud Craiova din str. Popoveni nr. 3C, primit în administrare prin HCL nr.23/2022;
- pentru o parte din repetiții și pentru o spectacolele stagiunii, instituția închiriază săli pretabile pentru o astfel de activitate: sala de spectacole a Cercului Militar, Filarmonica Oltenia, etc.

În afara evenimentelor proprii, Opera Română Craiova a continuat să administreze activitățile desfășurate la Teatrul de Vară din Parcul Nicolae Romanescu, activitate care s-a desfășurat începând cu anul 2017, în urma Hotărârii nr. 208 din 25.05.2017 privind aprobarea asocierii între municipiul Craiova, prin Consiliul Local al Municipiului Craiova și Opera Română Craiova, iar începând din anul 2023, ca urmare a Hotărârii Consiliului Local Craiova nr. 653 din 22.12.2022 privind aprobarea dării în administrare către Opera Română Craiova a Teatrului de Vară. Tot pe scena Teatrului de Vară în perioada în care condițiile meteo sunt prielnice, se desfășoară o parte din repetițiile și spectacolele instituției.

#### **c.6. Măsurile luate în urma controalelor, verificării/auditării din partea autorității sau a altor organisme de control în perioada raportată:**

În perioada evaluată nu au avut loc controale sau verificări din partea autorității sau a altor organisme de control.

### **D) Evoluția situației economico-financiare a instituției:**

#### **d.1. Analiza datelor financiare din proiectul de management corelat cu bilanțul contabil al perioadei raportate:**

##### **ANUL 2025 (1 august-31 decembrie)**

	PLAN	REALIZAT
TOTAL VENITURI	11.032.000	11.186.089
- subvenții	12.232.000	10.482.734
- subvenții secțiunea Dezvoltare		-
- venituri proprii	-2.553.000	154.759
-sponsorizări	1.353.000	548.596
CHELTUIELI TOTALE	11.032.000	11.861.726
- cheltuieli personal, contracte muncă	9.440.000	7.872.035
- bunuri și servicii – cheltuieli întreținere	1.444.000	3.858.795
- cheltuieli de capital	-	-
- sume aferente persoanelor cu handicap neîncadrate	148.000	130.896

**d.2. Evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției:**

Nr.crt.	Indicatori de performanță	Perioada evaluată
1.	Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri – cheltuieli de capital)/nr. de beneficiari $(10.482.734+154.759)/(40.000+2.932) = 248$ lei	248 lei
2.	Fonduri nerambursabile atrase (lei)	-
3.	Număr de activități educaționale	7
4.	Număr de apariții media (fără comunicate de presă)	40
5.	Număr de beneficiari neplătitori	40.000
6.	Număr de beneficiari plătitori	2.932
7.	Număr de expoziții/Număr de reprezentații/Frecvența medie zilnică	34
8.	Număr de proiecte/ acțiuni culturale	2
9.	Venituri proprii din activitatea de bază	113.961
10.	Venituri proprii din alte activități	40.798

**E) Sinteza programelor și a planului de acțiune pentru îndeplinirea obligațiilor asumate prin proiectul de management:**

**e.1. Viziune:**

*„Viziunea fără acțiune este doar un vis. Acțiunea fără viziune este doar timp pierdut. Viziunea însoțită de acțiune poate schimba lumea”.* – Joel Barker

Vremea europeană pe care o trăim impune schimbarea de viziune a instituțiilor publice de spectacol, iar Opera Română Craiova nu a putut face, în niciun fel excepție. Atingerea standardelor europene, a cotelor de exigență actuale a fost posibilă doar prin *regândirea*, prin *remodelarea conceptului de program estetic* promovat până acum în formele sale clasice.

În mod esențial, viziunea noastră s-a bazat pe implementarea unui sistem de *management pro-activ*, capabil să identifice, să evalueze și să aplice pe termen scurt, mediu și lung strategiile cultural-artistice care să consolideze Opera Română Craiova pe piața culturală.

Avem convingerea că acest tip de management s-a impus cu stringență pentru a crea un liant între patrimoniul inestimabil al trecutului, nevoile tot mai variate ale publicului de mâine și limbajul tot mai complex al artei contemporane.

Atât în ceea ce privește strategia cultural-artistică, cât și din punct de vedere al relaționării echipei manageriale cu mediul intern (echipa artistică, tehnică și administrativă) și cel extern (diversele categorii de public, partenerii naționali și internaționali), a trebuit să reiterăm ideea potrivit căreia ORC este *un organism viu*, care suportă transformări și actualizări.

În concluzie, am considerat că tipul de management care putea asigura implementarea acestei strategii este *Leadership-ul* în accepțiunea sa generală:

- Capacitatea de a crea o viziune inteligibilă / *clarviziune*;
- Abilitatea de a împărtăși viziunea cu ceilalți și de a-i motiva să o urmeze;
- Abilitatea de a crea structura organizatorică, instrumentele și informațiile care permit celorlalți să aibă succes în urmărirea viziunii;
- Capacitatea de a gestiona situațiile de criză.

## **e.2. Misiune:**

Opera Română Craiova a fost înființată în anul 1979, fiind până astăzi o *instituție publică de spectacole și concerte, de repertoriu în domeniile: operă, balet și spectacole muzicale*. Din punct de vedere administrativ, ORC are personalitate juridică proprie, se află în subordinea Primăriei Municipiului Craiova și a Consiliului Local Craiova și este finanțată din subvenții acordate de la bugetul local și venituri proprii.

*Misiunea* Operei Române Craiova, ca instituție publică de cultură, este aceea de a asigura diverselor colectivități socio-culturale și profesionale accesul la informație și educație muzicală, contribuind la dezvoltarea intelectuală și spirituală a personalității umane, la formarea sistemului estetic și al judecăților de valoare în domeniul culturii muzicale.

Fiind *singura scenă lirică* din zona Olteniei, responsabilă de implementarea politicii culturale și pol de educație culturală, Opera Română Craiova își autodefinește misiunea pe următoarele axe principale:

### Misiune generală:

- *Garantarea accesului la cultură, păstrarea identității spirituale naționale, sprijinirea culturii naționale, stimularea artelor, protejarea și conservarea moștenirii culturale, dezvoltarea creativității contemporane, promovarea valorilor culturale și artistice ale*

*României în lume și respectarea politicilor culturale naționale, conform articolului 33 din Constituția României.*

Misiune specifică:

- *Promovarea genului liric* (opera este sincretismul tuturor artelor) pe plan local, național și internațional sub diversele forme consacrate: spectacole de operă, balet, operetă, spectacole pentru copii, precum și orice altă formă de expresie artistică;
- *Promovarea valorilor românești și internaționale* din domeniul artelor spectacolului prin reprezentarea creațiilor muzicale naționale și universale, clasice și contemporane, diversificând genurile reprezentate pentru garantarea adresabilității către toate categoriile de public din toate mediile sociale;
- *Educarea culturală a publicului* prin raportarea ofertei la categoriile de beneficiari identificați, dar și de a suscita interesul unor noi categorii de beneficiari.

Prin raportare strictă la cele expuse mai sus, managementul Operei Române Craiova a considerat misiunea instituției ca pe o *responsabilitate prioritară*, în atingerea scopului final, acela *de a contribui la dezvoltarea intelectuală și spirituală a personalității umane, la formarea sistemului estetic și al judecăților de valoare în domeniul culturii – instrument principal prin care statul își îndeplinește misiunea socio-culturală.*

### **e.3. Obiective (generale și specifice):**

<b><i>Obiective generale (OG)</i></b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Asigurarea dreptului constituțional al cetățenilor de a accesa valorile culturale naționale și universale;</li><li>2. Consolidarea unei reputații naționale și internaționale;</li><li>3. Diversificarea ofertei culturale;</li><li>4. Valorificarea creației clasice și contemporane în domeniul artelor spectacolului, a patrimoniului material și imaterial al ORC, prin promovarea valorilor cultural-artistice autohtone și universale pe plan național și internațional;</li><li>5. Promovarea de spectacole pentru un public numeros, eterogen, multicultural, urmărind captarea interesului cât mai multor spectatori prin spectacole de înaltă ținută artistică, prin titluri atractive și de referință;</li></ol>
---	--

	6. <i>Creșterea gradului de educație culturală a publicului</i> – un obiectiv orientat cu precădere înspre publicurile puțin sau deloc familiarizate cu genul liric, însă cu potențial de receptare și apropiere față de acesta.
<b>Obiective specifice (OS)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Creșterea calității actului artistic</i> – un obiectiv esențial pe care considerăm că îl atingem și confirmăm cu fiecare dintre proiectele noastre cultural-artistice.</li> <li>2. <i>Atragerea publicului în sala de spectacole</i> – ne referim atât la fidelizarea publicului specializat și pasionat de arta lirică, precum și la spectatorii mai puțin familiarizați cu aceasta (publicul contextual, neinițiat și potențial spectator);</li> <li>3. <i>Atragerea publicului tânăr</i> (preșcolari, elevi, studenți, masteranzi) – un public în plină formare cultural-artistică, pe care ne dorim să îl educăm de la vârste fragede, acesta reprezentând viitorii spectatori fideli ai teatrului nostru liric.</li> <li>4. Realizarea și prezentarea de spectacole, proprii sau în parteneriat cu alte autorități și instituții de stat sau private, destinate tuturor categoriilor de public;</li> <li>5. Îmbogățirea repertoriului în fiecare stagiune cu producții originale de calitate din creația universală, clasică și contemporană;</li> <li>6. Stimularea inovației și talentului artiștilor din domeniul artelor spectacolului (compozitori, regizori, coregrafi, scenografi, dirijori, soliști vocali, soliști balet, artiști lirici, balerini, instrumentiști ș.a.m.d), precum și sprijinirea debutului și afirmării tinerilor creatori;</li> <li>7. Crearea condițiilor pentru îmbunătățirea performanței interpretative a compartimentelor artistice și nivelul profesional al angajaților;</li> <li>8. Cooptarea de artiști de renume mondial din domeniul artei lirice, pentru realizarea premierelor, dar și pentru realizarea repertoriului curent;</li> <li>9. Modernizarea și dezvoltarea bazei materiale și tehnică a Operei.</li> </ol>

**Obiectivele menționate mai sus au fost monitorizate în perioada supusă evaluării, prin tehnica SMART, iar în funcție de rezultatele obținute, au fost luate măsuri și aplicate strategii pentru realizarea lor:**

<b>S</b>	<i>Specific</i>	Obiectivele au fost clare și bine definite, ajutând echipa de management să monitorizeze și evalueze performanța vs. obiective.
<b>M</b>	<i>Măsurabil</i>	Stadiul îndeplinirii obiectivelor a fost monitorizat permanent pe parcursul implementării proiectului de management, prin implicarea întregii echipe. Am avut astfel posibilitatea cunoașterii etapelor de atingere a obiectivelor propuse, utilizând ca instrumente <i>Raportul anual de activitate a managementului</i> și <i>Controlul managerial intern</i> .
<b>A</b>	<i>Accesibil / Realizabil</i>	Am identificat resursele logistice, umane, financiare, materiale și informaționale, precum și potențialele parteneriate în vederea atingerii obiectivelor.

<b>R</b>	<i>Relevant</i>	Obiectivele stabilite au fost conforme cu valorile și strategiile naționale și europene în domeniul culturii, existând <i>stakeholderi</i> și <i>categorii de public</i> interesate de programele și proiectele Operei Române Craiova.
<b>T</b>	<i>Încadrat în timp</i>	Programele și proiectele propuse au avut un calendar de implementare bine stabilit. Au fost prevăzute: programarea anticipată a premierelor, spectacolelor curente, turneelor și a celorlalte evenimente artistice, cu termene realiste pentru fiecare activitate și fiecare obiectiv.

#### **e.4. Strategie culturală, pentru întreaga perioadă de management:**

*Strategia culturală* a Operei Române Craiova a ținut cont permanent de public și de resursele umane avute la dispoziție (chemate la o benefică provocare!), dar și de evoluția economico-financiară.

Opera Română Craiova este o *instituție de spectacole de repertoriu* cu artiști și compartimente artistice, tehnice și de producție proprii, drept pentru care, obiectivul strategic major al managementului a fost *punerea în valoare a resursei umane actuale*. De asemenea, ne-am propus invitarea unor artiști (regizori, dirijori, soliști vocali, soliști balet, artiști instrumentiști) de certă valoare, care să suplinească deficitul de personal artistic acolo unde a fost cazul sau să contribuie în mod substanțial la creșterea calității artistice a spectacolelor noastre.

Principalele direcții de strategie culturală pentru întreaga perioadă a managementului:

- *dezvoltarea și diversificarea* activității culturale a Operei Române Craiova, prin manifestări de natură să îi sporească prestigiul;
- *consolidarea și extinderea* gamei de servicii oferite și diversificarea acestora;
- *dezvoltarea dezideratelor culturale* de aleasă ținută estetică și formativ-educative, printr-o relație adecvată, modernă, între actul artistic-cultural și consumatorul de artă, în toată complexitatea lui;
- *acoperirea din punct de vedere artistic* a tuturor cerințelor și exigențelor pieței de profil, deoarece responsabilitatea majoră a acestei instituții este unicitatea ei pe plan local și zonal. Lipsa de concurență aparentă și monopolul riscă să fie principale dezavantaje, deoarece acest fapt duce la lipsa motivării artistice a personalului de specialitate;
- *atragera de creatori valoroși* către arta lirică, cointeresându-i să colaboreze cu o instituție care este capabilă de performanță;
- *efectuarea unei analize complexe* a tuturor titlurilor de spectacole prezentate în ultimii 15 ani, pentru ca cele care au adus public să fie reluate cu forțe majoritare interne;

- *montarea pe stagiune* (în funcție și de situația economico-financiară) a unui număr de 3 premiere sau reluări de spectacole dintre care obligatoriu *o operă, o operetă sau o comedie muzicală și un musical pentru copii* sau spectacol de balet.
- *programarea lunară a spectacolelor* a fost făcută după următorul grafic:
  - Spectacole de seară:
    - ◆ *două opere;*
    - ◆ *două operete sau o operetă și o comedie muzicală;*
    - ◆ *un balet sau un musical pentru copii;*
  - Spectacole dimineața:
    - *două musicaluri pentru copii și / sau două spectacole / concerte educative (după caz);*

Ceea ce rămâne cel mai important ca reper metodologic în intenția de a elabora eficient o stagiune de spectacole rezidă în maniera în care programul manifestărilor artistice propuse spre desfășurare concretizează opțiunile, preferințele și interesele grupului țintă căruia i se adresează Opera Română Craiova, prin specificul activității sale, asigurarea fluentei comunicaționale și a feed-back-ului cultural dintre instituția ofertantă și beneficiarul direct al demersurilor sale, respectiv comunitatea spectatorilor.

## **e. 5. Strategie și plan de marketing:**

*Motto: „Existăm în momentul în care se vorbește despre noi”*

Depășind barierele create de sensul pur etimologic al termenului, marketingul este cadrul propice de dezvoltare a ofertei culturale în sensul satisfacerii dorințelor consumatorilor și atragerii unor categorii noi de public. Este un proces continuu care poate contribui la creșterea calității actului cultural, dar și la intensificarea receptării sale. Managementul Operei Române Craiova și-a propus să valorifice știința marketingului cultural, atât de avansată la nivel internațional și prea puțin aprofundată în România.

Problema promovării, și în special a *comercializării* spectacolului muzical este sensibilă și delicată, după cum, în particular, folosirea marketingului, ca instrument specializat în dinamizarea vânzărilor de *produse și / sau servicii* culturale, presupune o înaltă specializare. Omul de cultură, artistul acceptă cu greu (trebuie să o recunoaștem) ideea că „produsul” său este tratat ca o „marfă”.

Politica de preț a biletelor și abonamentelor de intrare la spectacol a trebuit să țină cont de cerere, de calitatea artistică a spectacolelor, de particularitățile concurenței (adică a reprezentațiilor prezentate de celelalte instituții de cultură din Craiova și de ce nu, din țară). În acest sens, succesul a depins și de o riguroasă selecție a personalului care a „vândut” produsul cultural, precum și a celor mai adecvate mijloace mass-media. Legea concurenței, a cererii și ofertei este dominantă, ceea ce a impus ca Opera Română Craiova să recepteze, cu mai mare promptitudine preferințele publicului.

Pentru a putea pune bazele strategiei de marketing, cunoașterea mediului partenerial, dar și concurențial în același timp, a devenit o condiție *sine qua non* în identificarea celor mai eficiente metode de lucru.

Deși au repertoriu diferit, instituțiile de cultură din Craiova duc politici diferite de promovare, drept pentru care ***principalele obiective de marketing pe care ni le-am propus*** au fost următoarele:

- *Creșterea calității, diversificarea și multiplicarea evenimentelor culturale artistice și implicit creșterea numărului de spectatori, dar și fidelizarea acestora;*
- *Identificarea și utilizarea canalelor de comunicare adecvate fiecărui eveniment al Operei Române Craiova în vederea unei diversificări a activității de promovare directe către beneficiarii vizați;*

### **1. Strategia de brand a Operei Române Craiova:**

Elementul vizual definitiv pentru instituție a fost *Logo-ul<sup>2</sup>*, acesta fiind esențial pentru identitatea brandului, reprezentând calitățile și valorile instituției, inspirând loialitate și oferind vizibilitate și atenție. Am fost conștienți, însă, de faptul că puterea brandului a constat în capacitatea acestuia de a fi recunoscut și de a inspira sentimente pozitive în rândul publicului țintă.

### **2. Planificarea strategică a instrumentelor de marketing**

Mixul de marketing a fost cadrul clar și sistematic de la care a trebuit să înceapă planificarea activităților de marketing. În artele spectacolului există cinci elemente recunoscute ca fiind cele mai relevante pentru construcția mixului de marketing: *produsul, plasarea, prețul, promovarea și oamenii*. Abordarea holistică a acestora a condus la îndeplinirea obiectivelor ORC și, implicit, la succesul instituției. Pe întreaga durată a implementării strategiei de marketing, componentele mixului au fost abordate interdependent, după cum urmează:

- ***Produsul*** a fost cel mai important element al mixului de marketing cultural reprezentat în cadrul Operei Române Craiova de evenimentele culturale. Scopul principal al acestui element a fost influențarea comportamentului de consum printr-o ofertă atractivă. Produsele ORC au fost realizate în conformitate cu proiectul de management și deciziile Consiliului Administrativ.
  - *Direcții de acțiune:*
    - Dezvoltarea unor evenimente complexe, ca răspuns la profilul beneficiarilor, care au devenit experiențe culturale memorabile;
    - Furnizarea de informații echipei de management cu privire la nevoile, preferințele, așteptările, precum și a practicilor de consum specifice publicului țintă;

---

<sup>2</sup> Poate fi vizualizat pe coperta prezentului document;

- Planificarea clară a adresabilității fiecărui eveniment cultural realizat;
  - Identificarea activităților conexe care ar fi putut îmbunătăți experiența culturală;
  - Monitorizarea permanentă a ofertei competiției.
- **Prețul.** Pentru Teatrele de Operă, prețul este un aspect delicat. În majoritatea industriilor, prețurile sunt determinate, în linii mari, de costuri, pentru asigurarea profitului. În instituțiile culturale, costul este doar unul dintre factorii care influențează deciziile legate de preț, deoarece generarea veniturilor este doar un mijloc de îndeplinire a misiunii organizației, nu scopul final. În termeni de marketing „prețul” nu reprezintă doar un aspect financiar, ci include toate costurile percepute de consumator, ca de exemplu: lipsa timpului, lipsa locurilor de parcare în împrejurimile clădirii etc. Datoria Operei Române Craiova a fost să prevadă orice cost perceput de consumator și să faciliteze o experiență culturală cu o valoare ridicată, care să reprezinte factorul principal în diferențierea față de competiție. Elementul preț este decisiv în îndeplinirea obiectivelor financiare ale strategiei de marketing.

○ *Direcții de acțiune:*

- Stabilirea prețurilor în funcție de importanța evenimentului susținut sau de notorietatea artiștilor invitați, atât în ceea ce privește spectacolele de operă cât și cele de operetă;
  - Aplicarea reducerilor de tarife pentru categoriile de public formate din elevi, studenți și pensionari;
  - Aplicarea reducerilor de tarife pentru persoane cu dizabilități și grupuri defavorizate;
  - Negocierea tarifelor pentru segmentul grupuri în limitele unor intervale prestabilite impuse negociatorilor (marje de negociere nu mai mari de 15%);
  - Aplicarea tarifelor standard pentru segmentul instituții publice / școli / universități;
  - Promovarea și susținerea achiziționării de abonamente prin oferirea unor beneficii suplimentare spectatorilor fideli;
  - Identificarea oportunităților de promovare a vânzărilor prin intermediul parteneriatelor: concursuri, invitații, bilete la prețuri promoționale pe o perioadă definită de timp;
  - Oferirea contra-cost a unor produse conexe participării la evenimente: caiete program, broșuri, cărți, albume și alte materiale promoționale sub formă de suvenir;
- **Plasarea,** echivalentă cu distribuția din marketingul produselor comerciale, reprezintă procesul prin care este livrată oferta culturală și mijloacele care permit consumatorilor să beneficieze de ea. Deciziile referitoare la plasare influențează profund reacția consumatorilor. Ele se referă și la elementele de atmosferă din jurul procesului, indiferent că este vorba de un loc fizic – sala de spectacol, un site Web sau o convorbire telefonică. Privite din perspectiva consumatorilor, deciziile instituției determină costul pe care ei îl vor plăti – sau nu! – sub forma timpului, efortului și a plăcerii. O abordare de marketing a distribuției culturii înseamnă a face cultura

disponibilă tuturor. Instituțiile culturale se confruntă acum nu cu distanța fizică, ci distanța psihologică a publicului față de oferta culturală. Publicul identifică, în general, Opera Română Craiova cu clădirea în care instituția și-a desfășurat activitatea, deși aceasta este actualmente închisă. Chiar și în atare situație, clădirea a rămas un factor important în construirea unei identități de marcă puternice și a unui public fidel.

- **Promovarea:** Opera Română Craiova ca instituție publică de cultură există pentru a realiza și a facilita comunicarea dintre evenimentul cultural și public. De cele mai multe ori, activitatea de marketing este confundată, în domeniul cultural, cu activitatea de promovare. În realitate, promovarea este pasul final al procesului de marketing, în nici un caz primul. ORC a urmărit pe parcursul perioadei raportate implementarea unei strategii de promovare integrată, care să îmbine potențialul oferit de particularitățile fiecărui eveniment cultural cu nevoile, atitudinile și obiceiurile de consum ale publicului. ORC și-a propus cu ocazia fiecărui eveniment să comunice direct și deschis cu beneficiarii săi prin intermediul canalelor de comunicare adecvate diverselor categorii de public. Direcțiile de acțiune au vizat următoarele tipuri de promovare:

- *Promovare on-line / canale Social-Media:*

- *Adaptarea și reconfigurarea site-ului* pentru a fi „user friendly” – ușor de folosit și intuitiv. Am considerat că site-ul web al ORC trebuie să fie multilingv (limbile română, engleză și italiană). Această caracteristică a site-ului va lărgi perspectivele de informare și de promovare în rândul publicului internațional. De asemenea, ne-am propus ca site-ul să fie „responsive” – layoutul să se adapteze în funcție de dispozitivele de pe care este accesat (desktop, tabletă, smartphone). Considerăm că site-ul trebuie să informeze publicul cu privire la istoricul instituției, la repertoriu și totodată să prezinte evenimentele și spectacolele curente din stagiune, precum și artiștii pe care publicul îi poate vedea pe scena ORC. De asemenea, o funcție importantă a site-ului a trebuit să fie posibilitatea achiziționării biletelor on-line, printr-un procedeu pe care l-am dorit simplificat, fără însă a pierde din vedere componentele de siguranță și de protecție a datelor, atât de dorite de utilizatorii acestui tip de serviciu. Site-ul a fost conectat cu canalele de promovare on-line (Facebook, Instagram) precum și cu partenerii cooptați pentru promovarea on-line (publicații on-line).
- *Construirea unei strategii a postărilor pentru Facebook.* Pentru că mare parte a publicului ORC este format din oameni activi și implicați în mediul on-line și pe rețelele de socializare, ne-am propus implementarea unei strategii a postărilor. Utilizatorii de internet care au conturi pe rețelele de socializare au posibilitatea de a anunța furnizorul de informații ce anume le place (prin butonul „like”) și de asemenea de a urmări doar acele conturi care sunt în concordanță cu nevoile lor de

informare și divertisment. Astfel, am considerat că este necesară o dinamică de aproximativ trei postări principale. Una de informare, alta de „call to action” (invitație la acțiune) și a treia, de infotainment.

- *Promovare off-line:*
  - *Parteneriate media cu publicații tipărite* a căror activitate putea ajuta la promovarea tip „quality” a Operei Române Craiova;
  - *Distribuirea pliantelor* despre activitatea ORC la principalele evenimente socio-culturale și în punctele de informare ale Craiovei;
  - *Plasarea de reclame* (backlit, billboard, derulabil, bus shelter & city light, tranzit, direcțional etc) în Craiova;
- **Oamenii.** Evenimentele artistice ale Operei Române Craiova au fost și sunt indisolubil legate de oamenii care le creează. Din punctul de vedere al marketingului, membrii echipei artistice reprezintă vectori de imagine pentru promovarea instituției. În acest sens ORC a realizat programe dedicate apropiării dintre public și artiști, atât cei angajați cât și colaboratori, în special la începutul și finalul fiecărui eveniment desfășurat sub egida ORC.

#### **e. 6. Programe propuse pentru întreaga perioadă de management:**

Experiența pozitivă generată de programele ultimului mandat de management 2015-2020 (vezi Capitolul B, subcapitolul 1), ne obligă la o continuare firească, cu scopul de a crește de la an la an calitatea proiectelor ce vor fi desfășurate în cadrul acestor programe.

În demersul nostru vom încerca să identificăm noi trăsături definiții ale Operei Române Craiova, îmbinând coordonatele sale de tradiție cu liniile de forță particulare ale vortexului muzical și social din prezent, dar și cu elemente de proiecție a evoluției sale în viitor.

##### **a. Programul: *Opera Română Craiova în patrimoniul cultural european***

Obiectiv: Montarea unor titluri din repertoriul românesc și internațional în vederea promovării valorii creației naționale specifice prin organizarea de spectacole atât la sediu cât și în turnee și deplasări în țară și străinătate precum și participări la festivaluri de profil. Programul va fi destinat exclusiv proiectelor de factură internațională și va consta în desfășurarea unei activități susținute de *networking*, schimburi de experiență și bune practici, dezvoltare de parteneriate și participări la manifestări artistice din străinătate. Activitatea transnațională va îndeplini astfel rolul de lobby cultural care va avea și menirea de a păstra Opera Română Craiova pe harta celor mai importante teatre de operă din România, și ca o instituție emblemă a țării peste hotare.

**b. Programul: *Opera și opereta noilor generații***

Obiectiv: Montarea unor titluri de spectacole din repertoriul românesc sau internațional de către un regizor aparținând noilor generații. Acest program va urmări atât înprospătarea formulei spectaculare prin invitarea unui regizor conectat la realitățile contemporane cât și provocarea unui curent care să propage interesul noilor creatori către acest gen de spectacol. Spectacolele propuse vor face parte din repertoriul de primă valoare, încercând astfel să punem în lumină potențialul creator al artistului, precum și promovarea inovației și a experimentului.

**c. Programul: *Regizorala***

Obiectiv: Se va dori atragerea unor regizori de mare prestigiu pentru a monta spectacole pe scena operei craiovene. Prin derularea acestui program se va urmări o și mai mare creștere a nivelului personalului artistic din cadrul Operei Române Craiova, promovarea excelenței și o adresabilitate sporită către toate genurile de public.

**d. Programul: *Opereta și musicalul pentru copii***

Obiectiv: Realizarea de programe dedicate copiilor și diversificarea lor prin cooptarea a cât mai multor școli și licee. Vor fi formate cercuri artistice pentru a se urmări capacitatea de a trezi și dezvolta abilități de comunicare și de descoperire a talentelor.

**e. Program: *Opera de lângă tine. Evenimente, Festivaluri***

Obiectiv: Organizarea de spectacole cu ocazia unor sărbători și evenimente specifice. Crăciun, Anul Nou, Paștele Ortodox și Catolic, Ziua Internațională a Copilului, Ziua Internațională a Femeii, Zilele Municipiului Craiova etc. Va fi menținut în circuit *Festivalul Internațional „Elena Teodorini”* – o dată la doi ani, în perioada octombrie – noiembrie, festival în cadrul căruia se va dori continuarea organizării *Concursului Internațional de Canto „Elena Teodorini”*, după definitivarea procesului de reabilitare a clădirii Operei Române Craiova. Tot în cadrul acestui program va fi continuat proiectul stagiunii estivale *Operissima*, veritabil succes al stagiunilor precedente.

## e.7. Proiecte din cadrul programelor:

### **PROIECTE ȘI EVENIMENTE PROPRII REALIZATE ÎN CADRUL PROGRAMELOR;**

**2025 (11 august-31 decembrie) – TOTAL – 36 evenimente (34 de evenimente proprii + 2 evenimente în colaborare)**

1. PROGRAMUL: **Opera Română Craiova în patrimoniul cultural european**
2. PROGRAMUL: **Opera și opereta noilor generații**
3. PROGRAMUL: **Regizorala: (1 proiect / 1 eveniment)**
  1. **5 octombrie 2025, *Il Trovatore* de G. Verdi - PREMIERĂ, Cercul Militar.**
4. PROGRAMUL: **Opereta și musicalul pentru copii**
5. PROGRAMUL: **Opera de lângă tine: Evenimente, Festivaluri: (6 proiecte / 22 evenimente)**
  1. **30 octombrie 2025, *Gala Elena Teodorini*, Teatrul Național Marin Sorescu;**
  2. **22 noiembrie 2025, *Poduri de Romanță*, Filarmonica Oltenia, - concert al Operei Române Craiova în colaborare cu Asociația Culturală „Cetatea Romanței” Târgoviște, eveniment asociat Festivalului Național de Romante „Crizantema de aur”, sub patronajul Comisiei Naționale a României pentru UNESCO;**
  3. **29 noiembrie 2025, *Unirea cea Mare* de E. Doga, Cercul Militar - spectacol dedicat Zilei Naționale;**
  4. **13 decembrie 2025, *Armonii de Crăciun*, Promenada Mall;**
  5. **21 decembrie 2025, *Strauss Magical Christmas*, Teatrul Național Marin Sorescu - spectacol-eveniment al Operei Române Craiova de Crăciun, dedicate împlinirii a 200 de ani de la nașterea lui Johann Strauss;**
  6. **Evenimente în cadrul Târgului de Crăciun – (1 proiect/17 evenimente)**
    1. **14 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;**
    2. **15 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;**
    3. **21 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;**
    4. **21 noiembrie 2025, *Pe aripile sunetului*, Piața Frații Buzești;**

5. 22 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
6. 28 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
7. 28 noiembrie 2025, *Pe aripile sunetului*, Piața Frații Buzești;
8. 29 noiembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
9. 5 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
10. 5 decembrie 2025, *Armonii de Crăciun*, Piața Frații Buzești;
11. 6 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
12. 12 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
13. 12 decembrie 2025, *Armonii de Crăciun*, Piața Frații Buzești;
14. 13 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
15. 19 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul;
16. 19 decembrie 2025, *Armonii de Crăciun*, Piața Frații Buzești;
17. 20 decembrie 2025, *Spărgătorul de nuci* – fragmente, Piața Mihai Viteazul.

#### 6. SPECTACOLE CURENTE: (11 evenimente)

1. 11 octombrie 2025, *Albă ca Zăpada și cei șapte pitici*, Cercul Militar;
2. 18 octombrie 2025, *Micuța Dorothy* de M. Țeicu, Cercul Militar;
3. 20 octombrie 2025, *Micuța Dorothy* de M. Țeicu, Cercul Militar;
4. 21 octombrie 2025, *Micuța Dorothy* de M. Țeicu, Cercul Militar;
5. 4 noiembrie 2025, *Albă ca Zăpada și cei șapte pitici*, Cercul Militar;
6. 8 noiembrie 2025, *Gianni Schicchi* de G. Puccini, Cercul Militar;
7. 10 noiembrie 2025, *Albă ca Zăpada și cei șapte pitici*, Cercul Militar;
8. 11 noiembrie 2025, *Albă ca Zăpada și cei șapte pitici*, Cercul Militar;
9. 16 noiembrie 2025, *Văduva veselă*, de F. Lehár, Cercul Militar;

10. 9 decembrie 2025, *Logodnicul din lună* de E. Künneke, Cercul Militar;

11. 17 decembrie 2025, *Suor Angelica* de G. Puccini, Cercul Militar.

#### x. SPECTACOLE ÎN CALITATE DE COORGANIZATOR – SPECTACOL ÎN COLABORARE ȘI TEATRUL DE VARĂ: (2 evenimente)

**Sub egida Centenarului Elena Teodorini s-au desfășurat 2 evenimente ale altor instituții de cultură:**

1. 7 noiembrie 2025, *Ultimul cântec al iubirii*, concert vocal-simfonic susținut de Filarmonica Oltenia Craiova, sub egida Stagiunii 2025-2026 Centenarul Elena Teodorini;
2. 28 noiembrie 2025, *Ivanov* de A. P. Cehov, spectacol susținut de Teatrul Național Marin Sorescu Craiova sub egida Stagiunii 2025-2026 Centenarul Elena Teodorini.

În anul 2025, Opera Română Craiova a continuat să coordoneze activitățile desfășurate la Teatrul de Vară din Parcul Nicolae Romanescu, activitate care s-a desfășurat începând cu anul 2017, în urma Hotărârii nr. 208 din 25.05.2017 privind aprobarea asocierii între municipiul Craiova, prin Consiliul Local al Municipiului Craiova și Opera Română Craiova, în vederea administrării în comun a Teatrului de Vară, iar începând din anul 2023, ca urmare a Hotărârii Consiliului Local Craiova nr. 653 din 22.12.2022 privind aprobarea dării în administrare către Opera Română Craiova a Teatrului de Vară. Pe parcursul anului 2025, pe scena Teatrului de Vară au avut loc 33 de evenimente și activități cultural-educative, însă acestea nu s-au desfășurat în perioada raportată (11 august - 31 decembrie 2025), motiv pentru care nu sunt incluse în prezentul raport.

## **e.8. Alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management:**

- Gale de Operă, Concerte de arii, Concerte vocal simfonice, Recitaluri de lieduri etc. Programarea acestor evenimente a fost făcută doar cu ocazii speciale, la cererea unor parteneri, în special la solicitarea Primăriei Municipiului Craiova;
- concerte de arii, uverturi și coruri din opere și operete celebre, în care au fost incluși studenții Departamentului de Arte, din cadrul Universității din Craiova;
- Expoziții de costume și decoruri în cadrul Evenimentelor speciale, realizate în colaborare cu Primăria Craiova și Casa de cultură „Traian Demetrescu din Craiova”;
- Activități de înregistrare și arhivare a activității Operei – Memoria Operei, atât în format fizic, cât și electronic, element de importanță esențială oricărui demers de analiză și cercetare a activității instituției;
- Activități sociale, ce au vizat desfășurarea unor proiecte diverse dedicate accesului persoanelor cu dizabilități și al categoriilor defavorizate la spectacolele și evenimentele instituției;
- Întâlniri bianuale cu reprezentanții publicului;
- Conferințe de presă cu ocazia fiecărei premiere sau eveniment important.

Deși aceste acțiuni nu fac parte din activitatea curentă a instituției, totuși apreciem că ele au facilitat realizarea sarcinilor și obiectivelor propuse în cadrul proiectului de management pentru Opera Română Craiova.

**F) Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției, cu o estimare a resurselor financiare ce ar trebui alocate de către autoritate, precum și a veniturilor instituției ce pot fi atrase din alte surse:**

În vederea realizării unei proiecții economico-financiare corecte a instituției Operei Române Craiova, pentru următorii cinci ani, orice management responsabil trebuie să își stabilească dintru început o serie de indici și parametri clari, în baza cărora poate fi previzionată obligatoriu o *evoluție* și nu o involuție, a ceea ce reprezintă, poate unul dintre instrumentele tehnice cele mai importante, privind îndeplinirii misiunii ORC, *domeniul economico-financiar*.

**f.1. Proiectul de venituri și cheltuieli pentru următoarea perioadă de raportare:**

	AN DE REFERINȚĂ 2024	2025 (11 august- 31 decembrie)	2026	2027	2028
<b>TOTAL VENITURI</b>	<b>38.896.000</b>	<b>11.186.089</b>	<b>33.419.000</b>	<b>33.163.000</b>	<b>33.037.000</b>
- subvenții	31.863.000	10.482.734	32.819.000	32.691.000	32.628.000
- subvenții secțiunea Dezvoltare	-				
- venituri proprii	2.865.000	154.759	600.000	472.000	409.000
-sponsorizări	4.168.000	548.596	0	0	0
<b>CHELTUIELI TOTALE</b>	<b>38.896.000</b>	<b>11.861.726</b>	<b>33.419.000</b>	<b>33.163.000</b>	<b>33.037.000</b>
- cheltuieli personal, contracte muncă	19.558.000	7.872.035	20.500.000	20.500.000	20.500.000
- bunuri și servicii – cheltuieli întreținere	19.053.000	3.858.795	12.619.000	12.363.000	12.237.000
- cheltuieli de capital	-	-			
- sume aferente persoanelor cu handicap neîncadrate	285.000	130.896	300.000	300.000	300.000
- plăți efectuate în anii precedenți și recuperate în anul curent					

**f.2. Nr. de beneficiari estimați pentru următoarea perioadă de management:**

Perioada	An de referință (2024)	2025 (11 august-31 decembrie)	2026	2027	2028
Nr. de beneficiari	79.821	42.932	50.000	55.000	60.000

**f.3. Analiza programului minimal realizat:**

**ANUL 2025 (11 august-31 decembrie)**

TIP PROIECT	DENUMIRE PROIECT	DEVIZ ESTIMATIV	DEVIZ REALIZAT
Mare (Semestrul II) > 150.000 lei	<i>Il Trovatore</i> <i>de G. Verdi</i> PREMIERĂ	407.000	367.501
Mediu (Semestrul II) < 150.000 lei	<i>Strauss Magical</i> <i>Christmas</i> Spectacol-eveniment	145.500	122.456