

**Concursul pentru ocuparea postului de manager al
Filarmonicii "Oltenia" Craiova**

PROIECT DE MANAGEMENT

AUGUST 2020

Perioada 2021 - 2025

GABRIEL ZAMFIR

CUPRINS:

A. Analiza socioculturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existent;

B. Analiza activității instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia;

C. Analiza organizării instituției și propuneri de restructurare și / sau reorganizare, după caz;

D. Analiza situației economico-financiare a instituției;

E. Strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, conform sarcinilor formulate de autoritate;

F. Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției publice de cultură, 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;

A. Analiza socioculturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existent:

1. instituții, organizații, grupuri informale (analiza factorilor interesați) care se adresează aceleiași comunități;

Filarmonica Oltenia este instituția numărul unu din oraș, județ, regiune. Este un generator de evenimente noi, o Filarmonică a prezentului, care respectă trecutul.

Regiunea Oltenia a devenit în ultimii ani o parte deloc de neglijat în ce privește diversitatea culturală oferită prin instituțiile de cultură care își desfășoară activitatea. Săptămânal asistăm la programe artistice și culturale ce îmbracă „Arta” într-o diversă și colorată formă.

Cultura, ca domeniu de analiză, este definită în județul Dolj, dar mai ales în Craiova, de un mediu cultural cu o veche și însemnată tradiție, reprezentând și în prezent un pol important la nivel național. Acest lucru se datorează în primul rând vechimii instituțiilor de cultură existente și a diversității acestora, dar și a manifestărilor culturale desfășurate. Astfel, în Dolj activitatea culturală este susținută de: 9 muzee (Muzeul de Artă din Craiova, Muzeul de Artă și Etnografie din Calafat, Muzeul Olteniei Craiova fiind cele mai reprezentative), 303 biblioteci, 5 teatre și instituții asimilate, dintre care se remarcă Teatrul Național „Marin Sorescu”, Biblioteca Județeană „Alexandru și Aristia Aman”, Filarmonica Oltenia, Opera Română Craiova, Teatrul pentru Copii și Tineret „Colibri”, Ansamblul Folcloric „Maria Tănase” și Casa de cultură „Traian Demetrescu”.

Urmărind cursul istoriei vom realiza că aceste instituții poartă cu sine informații de o mare însemnătate socioculturală și istorică, ce reprezintă o puternică mărturie a faptului că un popor fără cultură este infinit mai sărac.

Dintre toate instituțiile care își desfășoară activitatea în județul Dolj, cele cu care definim un parteneriat cultural ce vizează aceiași beneficiari ai actului cultural sunt:

- Opera Română a luat ființă pe 28 mai 1979, Comitetul Executiv al Consiliului Popular al județului Dolj emite Decizia nr. 264, conform căreia începând cu 1 iunie 1979 se înființează Teatrul Liric Craiova (vechea denumire a instituției), marcând astfel ieșirea de sub tutela Filarmonicii „Oltenia”, care a găzduit-o timp de 7 stagioni (o activitate dublă a corului și orchestrei filarmonice, a dirijorului Teodor Costin și a maestrului de cor Alexandru Racu).

În prezent activitatea instituției are în prim plan organizarea de spectacole de opera și balet.

- Teatrul pentru copii și tineret “Colibri” a fost înființat în anul 1949, ca secție de Teatru de Păpuși a Teatrului Național Marin Sorescu, devenind autonom în 1956. Din 1998 instituția se redefinește ca Teatru pentru copii și tineret Colibri, păstrând specificul teatrului de păpuși și animație, lărgind aria de adresabilitate și de exprimare artistică. Este singura instituție fără profil muzical care se intersectează cu activitatea Filarmonicii. Acest fapt se datorează prezenței în programul ambelor instituții a concertelor educaționale. Teatrul pentru copii și tineret “Colibri” reprezintă primul contact cultural pentru mulți dintre cetățenii acestui oraș, datorită activității orientate către copii și adolescenți. Filarmonica Oltenia a colaborat în multiple ocazii cu actorii Teatrului pentru realizarea de proiecte culturale educative pentru preșcolari și școlari, în vederea introducerii acestora în lumea fascinantă a instrumentelor muzicale.

Celelalte instituții, Teatrul Național Marin Sorescu, Ansamblul Folcloric Maria Tănase, Casa de cultura Traian Demetrescu, reprezintă alte instituții partenere ale instituției noastre, având în vedere ca scopul nostru comun este de a fi promotori permanenți ai ofertei culturale regionale.

2. analiza SWOT (analiza mediului intern și extern, puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări);

Analiza mediului intern:

PUNCTE TARI	PUNCTE SLABE
Activitatea culturală ce se întinde pe o perioadă de 116 ani și care definește instituția ca fiind unul dintre cele mai importanți promotori ai vieții culturale regionale și naționale; Personalul artistic este în proporție de 98% cu studii superioare de profil și cu o bogată activitate concertistică, ce permite abordarea de programe diversificate atât din muzica veche, cât	Lipsa unor spații adecvate ca număr pentru realizarea de repetiții individuale sau pe partide; Schemă incompletă de personal de specialitate (compartimentul artistic); Descoperirea unor partide instrumentale în orchestra simfonică (partide suflatori);

<p>și contemporană;</p> <p>Personalul TESA prezintă calificări necesare și competențe conforme posturilor deținute;</p> <p>Filarmonica deține o sală de concerte situată în zona centrală a orașului, ce permite o accesibilitate facilă ;</p> <p>Patrimoniul mobil și imobil de instituție are o valoare incomensurabilă, fiind reprezentat de opere de mare valoare, dar și de instrumente noi;</p> <p>Oferta artistică oferită este adaptată pe segmentele de beneficiari ;</p> <p>Posibilitatea instituției de a se plia pe permanenta evoluție a stilului muzical, putând realiza programe artistice simfonice, vocale, vocal-simfonice, jazz, folk, folclor clasic, muzică pop, rock, etc.</p>	<p>Lipsa resurselor financiare pentru realizarea de masterclass-uri externe pentru personalul artistic, în vederea realizării unor schimburi de experiență necesare în procesul de perfecționare continuă;</p> <p>Interesul scăzut al reprezentanților mass-media zonali pentru activitățile cu profil cultural;</p>
--	--

Analiza mediului extern:

OPORTUNITĂȚI	AMENINȚĂRI
<p>Programele de finanțare externă nerambursabilă reprezintă o oportunitate majoră de consolidare a investițiilor în dezvoltarea internă a</p>	<p>Instabilitatea mediului economic crează din ce în ce premiza unei susțineri din ce în ce mai dificile a mediului cultural;</p>

<p>patrimoniului mobil;</p> <p>Parteneriatele externe cu instituții de profil cultural;</p> <p>Colaborările fructuoase cu artiști de renume internaționali și transformarea acestora în promotori ai instituției noastre;</p> <p>Parteneriatele cu mediul local privat în vederea susținerii instituției;</p> <p>Parteneriatele media pentru promovarea continuă a ofertei culturale;</p> <p>Parteneriatele cu instituțiile de învățământ preuniversitar și universitar pentru asigurarea unei continuități privind personalul artistic, dar și pentru ca Filarmonica reprezintă o instituție de educație socio-culturală odată cu activitatea concertistică oferită;</p> <p>Implementarea unor programe naționale de genul: voucherele culturale, ce permit o deschidere și mai mare către mediul privat;</p> <p>Receptivitate și interes crescute ale publicului pentru activitățile artistice desfășurate în cadrul Filarmonicii „Oltenia”.</p>	<p>Lipsa resurselor financiare și a mediului incert duce la o migrare a forței de muncă din domeniu către zonele europene cu un nivel de trai mai ridicat și cu avantaje sigure;</p> <p>Lipsa unor măsuri clare și unitare privind domeniul cultural;</p> <p>Minimizarea din ce în ce mai accentuată a rolului unei instituții de cultură în societatea actuală;</p> <p>Nivelul educațional este tot mai precar de la an la an.</p>
--	---

În concluzie, analiza SWOT evidențiază existența unor lacune clare în modalitatea de gestionare și implicare a resurselor umane, materiale și financiare în cadrul mediului cultural. Analizând mediul intern și extern al instituției se conturează următoarele direcții cu dificultăți clare:

- lipsa resursei financiare care genereaza o scădere a calității actului cultural, atât prin neputința de a aduce publicului artiști de înaltă ținută, dar și faptul că nu se poate asigura un personal pregătit adecvat;

- lipsa unor parteneriate strategice susținute de administrația locală pentru impulsionarea consumului de cultură;

- ponderea minimă a programelor ce finanțează actul cultural pentru instituțiile de profilul filarmonicilor (ordonatori terțiari de credite).

3. analiza imaginii existente a instituției și propuneri pentru îmbunătățirea acesteia;

Filarmonica Oltenia reprezintă o instituție complexă, cu un patrimoniu cultural vast și cu o arhitectură istorică de o valoare incomensurabilă, ceea ce o situează printre instituțiile de înaltă ținută la nivel național.

Singura instituție autonomă de profil din regiunea Oltenia, excepție făcând, actualmente, municipiul Râmnicu Vâlcea (prin înființarea Filarmonicii „Ion Dumitrescu”), Filarmonica “Oltenia” Craiova a reușit să acumuleze în timp un capital de prestigiu cultural unanim apreciat atât în țară, cât și în străinătate, implinind în anul 2020 73 de ani de la etatizarea ei sub titulatura de Orchestra Filarmonică „Oltenia”, prin Legea nr. 131/17 aprilie 1947, promulgată de Regele Mihai I.

Alături de celelalte instituții de spectacole și concerte importante pentru viața socială a Craiovei, Filarmonica „Oltenia” promovează constant tradiția interpretării creațiilor muzicale de autentică valoare, în conformitate cu exigențele actuale ale artei muzicale interpretative.

Imaginea Filarmonicii Oltenia a cunoscut în ultimii ani evoluții atât negative, cât și pozitive. Strategia de promovare s-a axat foarte mult pe impulsionarea imaginii prin canalele social media, prin prisma paginii pe facebook si instagram create si cele subdivize create pentru fiecare eveniment, fiind fructificată mai mult pentru atragerea publicului tânăr, dar menținând promovarea out-door deschisă.

Strategia managerială utilizată în ultimii ani în ce privește transpunerea imaginii instituției către cadrul extern de profil s-a bazat pe canalele social-media, având în vedere impactul și progresul pe care acest tip de promovare l-a atins în ultimii ani. Trebuie să recunoaștem că partea de promovare pe baza materialelor publicitare tipărite a pierdut mult din terenul de altă dată, în locul lor prinzând tot mai mult contur promovarea on-line, bazată atât pe presa scrisă, canale tv online, concertele oferite pe streaming, dar și blogurile complete (dedicate socialului, culturii și activităților free). Pe lângă acest tip de

promovare am abordat și celelalte elemente de marketing: presa scrisă, materialele tipărite, apariții tv și radio.

Principalul obiectiv de abordare a unor modalități diversificate de promovare a fost de a ajunge cât mai aproape de mai multe categorii a publicului existent și a publicului țintă. Astfel, liniile directe pe care s-a axat dezvoltarea imaginii instituției au fost:

1. Evenimentele culturale dezvoltate și create pentru a fi oferite publicului au fost puse la dispoziția liderilor de opinie (melomani, blogeri) în mediul online pentru a fi promovate direct de aceștia. Practic am utilizat beneficiarii direcți să testeze oferta noastră culturală, dar în același timp să o promoveze în timp real către celelalte categorii de consumatori.

2. Având în vedere că Filarmonica reprezintă un promotor al valorilor socio-culturale, am utilizat ca instrument gratuit de marketing cultural voluntarii, o resursă umană utilă și valoroasă, ce au oferit posibilitatea de a promova direct în grupul de prieteni oferta culturală a instituției. De asemenea, instituția s-a bazat pe direcția dată la nivel internațional de a implica voluntarii în viața socio-culturală ca lideri de opinie ai generației noi, oferind astfel posibilitatea de a educa direct generațiile în formare.

3. Viitorul așa cum apare el definit deja partine mediului online în ce privește modalitatea de transmitere a mesajului privind imaginea generală dorită a fi creată, precum și oferta pe care o aduci în prim planul activității tale. Pagina de Facebook a reprezentat în proporție de 70% canalul media de promovare a activității instituției de cultură. De asemenea, folosirea aplicațiilor existente în cadrul platformei Facebook a oferit posibilitatea de interacțiune cu o parte din publicul meloman și preluarea de feedback necesar pentru o dezvoltare continuă și valoroasă.

5. Unul din principiile marketingului este ca un consumator mulțumit îți fa aduce cel puțin încă unul, iar un consumator nemulțumit îți va alunga mulți alții. În acest sens, instituția și-a menținut parteneriatele strategice cu diverse instituții, promotori media, blogeri, asociații, în vederea asigurării transmiterii unui mesaj cunoscut.

6. S-a utilizat partea neconvențională a publicității outdoor pentru asigurarea și a unui mesaj scris, pentru a veni și în întâmpinarea publicului meloman iubitor de clasic absolut. În fond Filarmonica Oltenia este o instituție în care clasicul este prezent mereu, dar care colaborează frumos și cu stilul contemporan. Astfel, s-au abordat afișele cu o tentă între clasic și contemporan, promovări în spații neconvenționale.

Pentru perioada următoare propunerea în ce privește îmbunătățirea imaginii și chiar menținerea acesteia face referire la a crește măsurile explicate mai sus, care sunt purtătoare de valoare adăugată, dar și dezvoltarea unora noi. Cel mai bun mijloc de promovare este calitatea concertelor, dar la care trebuie adăugată și o abordare pro-activă care să răspundă la nevoile identificate în rândul publicului. În acest sens:

- site-ul instituției trebuie reîmprospătat astfel încât să fie perceput ca un „instrument” dinamic, ca un reper pentru toți iubitorii muzicii din Craiova și din împrejurimi – chiar și dincolo de graniță - unul dintre principalii mesageri ai activității instituției către publicul ei. Pagina dedicată tineretului trebuie să cuprindă informație cu caracter educativ. Nu doar o comunicare legată de concertele pentru tineri, ci o contextualizare a acestora, în așa fel încât cei prezenți la concertele educative să aibă la îndemână un suport auxiliar de orientare în valorificarea experiențelor din sala de concerte.

- vânzarea билетelor de acces la concerte să se faca direct de pe site-ul Filarmonicii; se poate apela și la un parteneriat cu o rețea de ticketing; varianta de parteneriat este o soluție favorabilă instituției, pentru că se poate beneficia de know-how-ul operatorului de servicii de acest tip, dar și de promovarea imaginii instituției pe site-ul acestuia.

- să existe o lista a abonaților care să fie înștiințați permanent de activitatea instituției prin newslettere;

- atragerea, în continuare, a atenției publicului prin concursuri care să aibă ca premii invitații la concertele și recitalurile Filarmonicii. Partenerii alături de care am desfășurat în trecut astfel de proiecte ne-au asigurat că aceste concursuri s-au bucurat de mare popularitate în rândul vizitatorilor de site-uri;

- un alt proiect important îl constituie alinierea la trendul digital existent în prezent – crearea unui canal de YouTube. Pe canalul YouTube se pot regăsi transmisiunile înregistrărilor concertelor simfonice, interviuri cu artiștii oaspeți din țară și din străinătate, reportaje, documentare, conferințe, transmisiuni în direct din sala Filarmonicii. Accesul pe canalul online va fi gratuit pentru toți vizitatorii, iar înregistrările vor rămâne valabile timp de 48 de ore.

Biroul de Organizare și Promovare din cadrul Filarmonicii Oltenia a continuat să își concentreze eforturile în direcțiile consolidării și diversificării partenerilor media, acționând mai ales pentru îmbunătățirea și completarea imaginii filarmonicii și promovând activitățile ce s-au desfășurat în stagiunile în curs.

1. Promovarea în presa scrisă

Exista o deschidere a presei scrise locale pentru domeniul muzicii culte, comunicatele de presa ale Filarmonicii fiind publicate cu „religiozitate“ de urmatoarele publicatii: Gazeta de sud, Cuvântul Libertății, Jurnal de Craiova, Oltenia24, Oltenașul, Ediție specială, Vocea Olteniei, Revista Mozaicul, etc.

2. Afisajul stradal se realizeaza pe 17 puncte de afisaj dispuse pe diferite artere ale orasului Craiova.

3. Site-ul oficial al Filarmonicii include un calendar al recitalurilor și concertelor, istoricul instituției, prezentarea artiștilor și personalului administrativ, activitățile de educație muzicală, programul agenției de bilete, date de contact.

4. Social media a fost fructificată pana in prezent, având în vedere nevoia de atragere a publicului tânăr spre muzica clasică ascultată live. Pagina de facebook a Filarmonicii are peste 10000 de urmăritori. Grupul FAN Filarmonica Oltenia Craiova, înființat la 4 noiembrie 2017, este destinat celor avizi de cultură, în special de muzica de calitate. Informații ante și post eveniment sunt postate pentru a ține la curent melomanii cu date de actualitate. Grupul are 1500 de membri. Pagina de Instagram a Filarmonicii numără 1363 de urmăritori.

5. Echipa de voluntari s-a integrat în activitățile de promovare și organizare ale concertelor Filarmonicii, alături de Asociația „Acces Oltenia”, un partener care continuă frumoasa colaborare din anii precedenți.

În concluzie, parteneriatele media trebuie reorganizate anual și fructificate permanent, liderii formali și informali se vor regăsi și pe următorul mandat în activitatea instituției ca promotori direcți ai activității noastre, iar modalitatea de promovare va rămâne o înglobare a metodelor indoor și outdoor.

4. propuneri pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari (studii de consum, cercetări, alte surse de informare);

Filarmonica Oltenia a început în anul 2013 o acțiune de sondare a opiniei publicului, prin multiplicarea unui chestionar în Foyerul teatrului, instrument util care vizează cunoașterea preferințelor publicului și a expectațiilor culturale ale diferitelor categorii de spectatori cu privire la activitatea Filarmonicii „Oltenia”. Odată cu creșterea ponderii utilizării internetului în relația cu melomanii, chestionarele sunt realizate prin intermediul chatului disponibil in aplicațiile de internet.

De asemenea, instituția dispune de un program de vânzare de bilete care oferă informații precise privind categoriile de melomani:

- vârstă; naționalitate; sex; afinități artistice.

Pe baza acestor informații, Filarmonica Oltenia își structurează programul și oferta culturală.

Pentru cunoașterea și urmărirea preferințelor publicului, Filarmonica Oltenia va trebui să inițieze un sistem elastic de testare permanentă a preferințelor publicului, constând într-un sistem de dialog scris pe hârtie sau în mediul digital prin intermediul căruia auditorii să poată să-și exprime impresiile, preferințele, așteptările, aprecierile sau nemulțumirile.

Trebuie realizate parteneriate cu institute de sondaj pentru toate categoriile de vârstă și socio-profesionale. Studiile acestora vor fi îndreptate cu precădere asupra populației care nu frecventează decât rar sau niciodată activitățile specifice Filarmonicii.

Trebuie inițiate parteneriate cu Facultatea de științe sociale din cadrul Universității din Craiova care să abordeze segmentul publicului din rândul studenților cu referire la așteptări, sugestii și mai ales deschiderea apetitului spre muzica clasică.

Urmărirea permanentă a numărului de spectatori și a gradului de ocupare a sălilor pentru fiecare concert sau eveniment care furnizează un feedback important cu privire la interesul publicului pentru fiecare tip de producție muzicală în parte, ceea ce permite ajustarea din mers a politicii de marketing.

Plecând de la specificul Filarmonicii și în urma analizelor interne se poate ajunge la o strategie de planificare a spectacolelor, astfel încât randamentul financiar să fie maxim și, în același timp, instituția să vină în întâmpinarea dorințelor spectatorilor realizând și o componentă educațională a acestuia.

5. grupurile-țintă ale activităților instituției pe termen scurt/mediu;

La nivelul Municipiului Craiova, o parte a audienței este alcătuită din cunoscători de elită ai produselor culturale (pondere relativ mică față de majoritate) și acea clasă de mijloc care ar fi interesată, dar care este relativ dezorientată sau insuficient informată.

Filarmonica se adresează unui segment extrem de larg de public din care fac parte tineri, dar și persoane peste 40 de ani, cu un nivel de educație crescut, nivelul veniturilor mediu spre ridicat, căsătoriți sau singuri, femei sau bărbați. În plus, este imperativ să se

acorde atenție sporită persoanelor cu un grad de pregătire mai scăzut sau cu venituri modeste.

Beneficiarul țintă al programelor Filarmonicii nu trebuie să se limiteze la publicul meloman, deși în lipsa unui program coerent și acest segment este în continuă scădere. Este obligatoriu ca accentul să cadă asupra atragerii cât mai multor categorii de public, mai ales că una dintre misiunile importante ale unei instituții publice de cultură este aceea de a educa.

În cazul mediului cultural atragerea grupurilor țintă nu se poate realiza pe o perioadă de timp scurtă datorită unicității activității culturale. Practic publicul se crește și se educă, își preia de multe ori valorile culturale din familie sau le dezvoltă prin participarea din școala generală la concertele educative.

Grupurile țintă pe termen mediu sunt următoarele:

1. Pentru proiectele educative – Stagiunea educativă:

- Copii, cu vârsta între 5 – 17 ani, preponderent în această categorie este grupa de vârstă aparținătoare a învățământului școlar primar și gimnazial.

Segment interesat de concertele educative, cu o doză de umor muzical, ce contribuie la percepția actului muzical în sine într-o manieră mai apropiată publicului.

2. Proiectele de Muzică de film și jocuri, sau adaptări ale stilurilor rock, pop sau folk:

- Tineri, cu vârsta între 10 - 25 ani,
- Tineri , cu vârsta între 25 – 35 ani,

Segment interesat de muzica contemporană, cu influențe moderne sau muzica simfonică transpusă pe stiluri ale muzicii rock, pop, folk.

3. Stagiunile vocal – simfonice, muzică de cameră și tematice:

- Persoanele tinere, cu vârsta cuprinsă între 26 – 45 ani,
- Persoanele, cu vârsta cuprinsă între 46 – 65 ani,
- Persoanele cu vârsta peste 65 ani, care de cele mai multe ori reprezintă segmentul abonaților.

Segment interesat de activitatea instituției în cadrul general al acesteia, iubitori de muzică clasică sau contemporană, consumatori de cultură în toate formele acesteia.

6. profilul beneficiarului actual.

Preferințele evidențiază în primul rând un profil de consumator clasic, motivat deopotrivă de experiența emoțională, divertisment și provocare intelectuală, respectiv evadare din cotidian.

Publicul „fidel” este reprezentat de persoane mature, de diferite vârste cu studii medii și superioare, însă la fel de important este segmentul publicului tânăr, în special acela din rândul studenților.

Există totodată un public de festival, a cărui prezență se manifestă doar ocazional, cu o exprimare clară asupra genurilor apreciate, care preferă de regulă un nou tip de abordare.

Publicul matur este conservator, apreciază cu precădere formele clasice atât din punctul de vedere al conținutului cât și al comunicării și promovării, tinerii preferând îndeosebi tipul contemporan de eveniment și o abordare modernă, cum ar fi mediul online.

Extrem de variat, publicul actual al poate fi încadrat din punctul de vedere al:

- vârstei
- gusturilor, preferințelor pentru un gen muzical anume
- categoriilor profesionale și sociale

Persoanele fizice pe categorii:

- femei – pe categorii de vârstă cuprinsă între 20 – 65 de ani, împărțite în angajate, casnice și pensionare.
- bărbați – pe categorii de vârstă cuprinsă între 20 – 65 de ani, împărțiți în angajați și pensionari.

Ambele categorii pot fi împărțite între femei și bărbați orientați către stilul clasic al programului artistic și cei orientați către stilul mai contemporan.

În funcție de programele dezvoltate de Filarmonica „Oltenia”, segmentul de beneficiari se împarte în:

- beneficiari cu venituri ridicate, peste > 3.500 lei;
- beneficiari cu venituri medii, între 1.000 – 3.499 lei;
- beneficiari cu venituri mici, sub < 1.000 lei.

Cel mai important mijloc de cunoaștere a beneficiarilor îl reprezintă sondajele sau chestionarele (online sau pe suport de hârtie), propunerea de Proiect de Management intenționând să le pună în practică. Astfel, Filarmonica își poate actualiza periodic informațiile cu privire la profilul beneficiarului în egală măsură cu transformările care intervin în peisajul socio-economic.

Vor putea fi realizate prin această modalitate:

- estimări pentru atragerea altor categorii de beneficiari;
- atragerea elevilor prin parteneriate cu Inspectoratul Școlar al județului Dolj;
- atragerea de turiști, persoane din marile corporații, bănci, prin parteneriate public-private;
- identificarea posibilităților de includere a spectacolelor, evenimentelor în circuitul turistic.

Din aceste motive repertoriul trebuie să îndeplinească criteriile diversității și valorii, iar accesul către toate segmentele de public să fie adaptat în mod particular fiecăruia.

B. Analiza activității instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia:

1. analiza programelor și a proiectelor instituției;

Nr. Crt.	Indicatori de performanță	2017	2018	2019
3	Număr de activități educaționale	10	10	15
7	Număr de expoziții/Număr de reprezentări/ Frecvența medie zilnică	88	76	98
8	Număr de proiecte/acțiuni culturale	88	76	98

În cadrul instituției există câteva proiecte care au în istoric de zeci de ani, reprezentând un portofoliu cultural inestimabil:

1. Concert simfonic de Anul Nou - deschide programul lunii ianuarie, Filarmonica „Oltenia” prezintă un program de valsuri, polci și arii celebre ale faimoasei familii austriece de muzicieni, Strauss. Evenimentul are în fiecare an două reprezentații. Ambele concerte sunt susținute de Orchestra Simfonică a Filarmonicii craiovene, condusă de dirijori de talie internațională, și având ca invitați soliști de renume.

2. Ziua Culturii Naționale - sărbătorim nașterea poetului Mihai Eminescu. Este un Concert simfonic în parteneriat cu Liceul de Arte "Marin Sorescu" Craiova.
3. Stagiunea vocal – simfonică – ce începe în ianuarie, după concertele extraordinare de Anul Nou și continuă până la sfârșitul lui iunie, și reîncepe în luna octombrie fiind continuată până la finalul anului. Stagiunea vocal – simfonică are în fiecare an o temă diferită, fie indicată de trendul internațional, respectiv atunci când celebrăm o mare personalitate a muzicii sau atunci când anul în sine reprezintă o elogiere a unor evenimente (cum a fost de exemplu Stagiunea dedicată Marii Uniri). În cadrul stagiunii vocal – simfonice se prezintă programe ca:

- uvertura Coriolan de Beethoven, Concertul în Sol major pentru flaut de Mozart, Concertul în La bemol major pentru două pianouri de Mendelssohn-Bartholdy și uvertura operei Rienzi de Wagner. Sunt invitați din țări ca - Italia, Argentina, Polonia, Anglia, Danemarca, Franța, Belgia, Olanda, Bulgaria, România. Iar mesajul muzical înglobează stiluri diverse, de la baroc, la clasicism, la impresionism și modernism. Frumusețea muzicii clasice vine și din faptul că ea continuă să inspire muzica zilelor noastre.

4. Stagiunea pentru elevi - Stagiunea pentru elevi s-a desfășurat în timpul anului școlar, ținând cont de disponibilitatea instituțiilor de învățământ și de planificarea individuală în cadrul proiectului „Săptămâna Alfel!”. Această stagiune a avut un caracter divers, de la concertele simfonice și corale organizate la sediu, până la atelierile muzicale și proiectul „Filarmonica merge la școală”, în care muzicienii instituției au susținut microrecitaluri și prezentări de instrumente în cadrul orelor de muzică.
5. Stagiunea estivală – este timpul în care locuitorii urbei se bucură de concertele în aer liber oferite de Filarmonica Oltenia în Parcul Nicolae Romanescu, la Teatrul de Vară.
6. Craiova Jazz Festival - Filarmonica „Oltenia” Craiova a invitat publicul de toate vârstele la unicul eveniment din zonă dedicat libertății și improvizației în muzică, Craiova Jazz Festival, ajuns la cea de-a III-a ediție. De trei ani Filarmonica „Oltenia” Craiova organizează Craiova Jazz Festival, la mijlocul lunii septembrie, la final de Stagiune Estivală, în parteneriat cu Primăria Municipiului Craiova. Muzica de jazz și jazz simfonic este prezentă și în repertoriile curente ale Filarmonicii “Oltenia” Craiova din ultimii ani, dar și în cadrul Festivalului Internațional „Craiova

Muzicală”, în ideea de a veni în întâmpinarea unui public divers și deschis la noile evoluții muzicale.

7. Festivalul Craiova Muzicală , ajuns la ediția 47 – implică o diversitate de concerte, explorând zone culturale și epoci diferite.
8. Concert simfonic aniversar de la primul concert al Societății Filarmonice din Craiova – în care Filarmonica aduce în prim plan întreaga istorie culturală a instituției. Este un concert aniversar de o deosebită semnificație.
9. Concerte tradiționale de colinde: “Iată vin colindători” – este o tradiție a Filarmonicii Oltenia de a aduce publicului un program de colinde din toate colțurile lumii .

2. concluzii:

2.1. reformularea mesajului, după caz;

Emil Cioran spunea : "de n-am fi avut suflet, ni l-ar fi creat muzica". Acesta este mesajul pe care Filarmonica Oltenia l-a transmis de-a lungul anilor și va fi păstrat în continuare, pentru că exprimă exact mesajul dorit pentru publicul meloman și nu numai.

2.2. descrierea principalelor direcții pentru îndeplinirea misiunii.

În ultimii ani, Filarmonica Oltenia a dezvoltat pe lângă programul minimal cultural și proiecte de anvergură mare (Festivaluri, Concerte extraordinare găzduite în Sala Polivalentă), abordând la nivelul anului 2019 un proiect cu finanțare europeană, ce a avut drept prim indicator realizarea unui Festival european cu participarea unei orchestre mixte, româno – bulgare.

Paleta bogată și diversificată a activității culturale desfășurate până în prezent trebuie perpetuu dezvoltată și întreținut un echilibru între oferta culturală cu precădere clasică și cea contemporană. Este nevoie de un program ce să acopere toate plajele de vârstă a melomanilor și care să ofere noutate pe lângă clasicul deja cunoscut. De asemenea, Filarmonica trebuie să implementeze proiecte inovative, care să aibă în prim plan educarea publicului viitor. Așa cum o orchestră necesită întinerire, și publicul meloman trece prin aceleași transformări.

Principalele direcții vizate pentru perioada următoare fac referire o dată la mediul intern al instituției, și după la mediul extern.

1. Cadrul intern:

- a. Personalul instituției trebuie continuu pregătit pentru a fi capabil să abordeze provocările și cerințele mediului extern;
- b. Conservarea și păstrarea patrimoniului mobil și imobil al instituției pentru a oferi în timp și generațiilor ce vor veni posibilitatea de a utiliza resursele existente;
- c. Realizarea unei analize reale privind categoriile de melomani și crearea de beneficii avantajoase pentru fidelizarea acestora, dar și atragerea unora noi;
- d. O împletire de stiluri clasice și contemporane, dar mai ales o Filarmonică veche într-un nou continuu, cu păstrarea identității proprii;

2. Cadrul extern:

- a. Consolidarea ca Filarmonică regională și participarea la manifestările culturale – artistice naționale;
- b. Continuarea și dezvoltarea de proiecte cu finanțare nerambursabilă și încheierea de parteneriate strategice;
- c. Realizarea unor oferte culturale cu precădere pentru mediul privat.

C. Analiza organizării instituției și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare, după caz:

1. analiza reglementărilor interne ale instituției și a actelor normative incidente;

În perioada 2017 – 2019 în cadrul instituției s-au actualizat următoarele acte normative:

- Organigrama și Statutul de funcții a fost înaintat autorității, în luna februarie a fiecărui an, în vederea soluționării și aprobării acestuia în plenul ședințelor publice din lunile februarie, ale Consiliului Local Craiova;
- Regulamentul de Organizare și Funcționare și Codul de etică a fost înaintat spre aprobare autorității în luna decembrie 2017;
- HCL nr. 387/2018 a aprobat achiziționarea de servicii juridice de consultanță, de asistență și / sau reprezentare;
- S-a întocmit Contractul colectiv de muncă, depus și la ITM Dolj.

De asemenea, anual conform Legii 153/2017 și a Ordonanței 90/2017, se întocmesc deciziile privind modificările salariale aduse, iar prin Dispoziția Primarului

Municipiului Craiova nr. 3715/05.10.2018 s-a aprobat acordarea sporului de conditii vatamatoare categoriei de personal prevazuta in Anexa VIII din Legea 153/2017.

2. propuneri privind modificarea reglementărilor interne;

Se vor actualiza procedurile operaționale privind activitatea curentă. De asemenea, dacă vor exista modificări legislative față de cele prezente se vor actualiza Regulamentul de Organizare și Funcționare, Codul de etică și integritate și Regulamentul de Organizare Intern. Pe lângă aceste cadre, rămâne anual depunerea Organigramei și Statului de funcții în vederea soluționării și aprobării acestuia în plenul ședințelor publice din lunile februarie, ale Consiliului Local Craiova.

3. analiza capacității instituționale din punctul de vedere al resursei umane proprii și/sau externalizate;

Funcționarea Filarmonicii se asigură prin activitatea personalului artistic, tehnic și administrativ angajat cu contract individual de muncă, pe perioadă determinată sau nedeterminată, în condițiile legii, precum și prin activitatea unor persoane care participă la realizarea proiectelor artistice, în baza unor contracte încheiate potrivit prevederilor legale privind drepturile de autor și drepturile conexe.

Pentru buna funcționare, instituția are o structură organizatorică proprie, în conformitate cu Organigrama aprobată anual prin Hotărâre de Consiliu Local, și totalizează 195 de posturi.

Managementul instituției este asigurat de un manager, desemnat potrivit legii, activitatea sa fiind sprijinită de un Consiliu Administrativ, ce are rol deliberativ și de un Consiliu Artistic, cu rol consultativ.

Consiliul Administrativ:

Președinte CA – Managerul Filarmonicii „Oltenia”

Membri:

Șef Birou Coordonare Artistică

Contabil Șef

Șef serviciu J.R.U.A.P.

Șef serviciu O.P.E.C.

Șef serviciu administrativ

Șef secție cor

Avocat colaborator

Delegat al Primăriei Municipiului Craiova

Consilier local

Presedinte Sindicat Orchestra Filarmonica Oltenia

Secretar CA

Consiliul Artistic:

Consiliul Artistic este reprezentat în mod echitabil de reprezentanții compartimentelor artistice orchestră și cor, oferind o garanție a echilibrului de interese asupra alegerii repertoriale și a desfășurării proiectelor artistice și culturale prioritare pentru cetățenii beneficiari.

În cadrul instituției, personalul este împărțit în următoarele categorii:

Nr. Crt.	Posturi	Anul 2017	Anul 2018	Anul 2019
1	Personal conducere	9	9	9
2	Personal de execuție artistic	158	157	158
3	Personal de execuție administrativ	28	29	28
TOTAL GENERAL		195	195	195

In anul 2017 Filarmonica „Oltenia’ a trecut printr-o reorganizare la nivelul organigramei si a statului de functii:

- Total posturi aprobate 195, din care ocupate efectiv au fost 159;
- S-au unificat compartimentele Organizare si Imagine, constituindu-se Serviciul Organizare si promovare Evenimente Culturale;
- S-au unificat Birou Resurse Umane, Juridic si Achizitii Publice intr-un serviciu „Juridic, Resurse Umane si Achizitii Publice”.

In anul 2018 Filarmonica „Oltenia’ a aprobat Organigrama si Statul de functii:

- Total posturi aprobate 195, din care ocupate efectiv au fost 152;

In anul 2019 Filarmonica „Oltenia’ a aprobat Organigrama si Statul de functii:

- Total posturi aprobate 195, din care ocupate efectiv au fost 153.

STATUL DE FUNCȚII APROBAT AL
FILARMONICII OLTENIA CRAIOVA

Nr. Crt.	Funcția	Grad profesional Treapta profesionala	Nivel Studii	Numar posturi	Posturi vacante
1.	Manager	grad II	S	1	-
2.	Director artistic	grad II	S	1	-
3.	Sef sectie orchestra	grad II	S	1	1
4.	Concert maestru	gr.prof.IA	S	2	-
5.	Solist instrumentist	gr.prof.IA	S	15	-
6.	Sef partida	gr.prof.IA	S	8	1
7.	Sef partida	gr.prof.I	S	1	-
8.	Sef partida	gr.prof.II	S	1	1
9.	Artist instrumentist	gr.prof.IA	S	36	10
10.	Artist instrumentist	gr.prof.I	S	18	6
11.	Artist instrumentist	gr.prof.II	S	8	4
12.	Instrumentist	tr. prof.I	M	2	-

13.	Instrumentist	tr.prof. III	M	1	1
14.	Instrumentist	Debutant	M	4	1
15.	Sef birou coordonare artistica	grad II	S	1	1
16.	Dirijor orchestra	gr.prof.IA	S	2	1
17.	Solist concertist	gr.prof.IA	S	1	-
18.	Solist concertist	gr.prof.IA	S	1	1
19.	Dirijor Cor	gr.prof.IA	S	1	-
20.	Maestru Cor	gr.prof.IA	S	1	-
21.	Bibliotecar	gr.prof.IA	S	1	-
22.	Traducator	tr.prof.IA	M	1	1
23.	Consultant artistic	gr.prof.IA	S	1	1
24.	Consultant artistic	gr.prof.I	S	1	1
25.	Sef sectie cor	Grad II	S	1	-
26.	Artist liric	gr.prof.IA	S	34	2
27.	Artist liric	gr.prof.I	S	7	1
28.	Artist liric	gr.prof.II	S	3	1
29.	Corist	tr.prof.I	M	5	2
30.	Corist	tr.prof.II	M	2	1

31.	Corist	tr.prof.III	M	1	1
32.	Sef serviciu administrativ	grad II	S	1	-
33.	Supraveghetor sala	-	M	1	-
34.	Plasator sala	-	M	2	-
35.	Garderobier	-	M	1	-
36.	Muncitor	tr.prof.I	M	4	-
37.	Muncitor	tr.prof.I	M;G	2	2
38.	Muncitor	tr.prof.III	M	2	-
39.	Sef serviciu organizare si promovare evenimente culturale		S	1	-
40.	Secretar (PR)	gr. prof. I	S	1	1
41.	Referent de specialitate	gr. prof. I	S	1	-
42.	Analist	gr. prof. IA	S	1	-
43.	Artist plastic	gr.prof.II	S	1	-
44.	Impresar	gr. prof.I	S	1	-
45.	Referent	tr.prof.I A	M	1	-
46.	Referent de specialitate	gr. prof.I	S	1	-
47.	Contabil sef	grad II	S	1	-

48.	Consilier	gr. prof. III	S	1	-
49.	Economist	gr. prof. IA	S	1	-
50.	Arhivist	gr. prof. II	SSD	1	-
51.	Şef Serviciu Juridic, R.U. și Achiziții Publice	Grad II	S	1	-
52.	Economist	gr. prof. IA	S	1	-
53.	Referent de specialitate	gr. prof. III	S	1	-
54.	Inspector specialitate SSM	gr. prof. I	S	1	1
55.	Referent de specialitate	gr. prof. I	S	1	-
56.	Consilier juridic	gr. prof. IA	S	1	1
57.	Referent de specialitate (achizitii)	gr. prof. I	S	1	-
	TOTAL			195	43

Anual, în perioada 2017 – 2019 s-a realizat evaluarea performanțelor profesionale individuale ale tuturor salariaților cuprinși în ștutul de funcții, iar pe baza rezultatelor obținute au fost stabilite prioritățile de promovare. În ceea ce privește evoluția promovării pe verticală, într-un grad superior sau pe o treaptă superioară, s-au avut în vedere calitatea pregătirii, evaluarea anuală, răspunderile și complexitatea funcției, precum și studiile deținute. Evaluarea performanțelor profesionale individuale are drept scop aprecierea obiectivă a activității personalului prin compararea gradului de îndeplinire a obiectivelor și criteriilor de evaluare stabilite pentru perioada respectivă cu rezultatele obținute în mod efectiv. Evaluarea se realizează în perioada martie – mai din anul următor perioadei evaluate. Ca urmare a evaluarilor se centralizeaza si cerintele sefilor de birouri, servicii, sectii privind necesitatea asigurarii unor perioade de pregatire profesionala.

Promovarea în grade sau trepte profesionale – se asigură evoluția în carieră a personalului contractual, prin trecerea într-un grad superior sau treaptă profesională superioară, într-o funcție de conducere sau într-o funcție pentru care este prevăzut un nivel de studii superior.

De asemenea, modificările legislative aferente unor compartimente din cadrul institutiei pot atrage dupa sine obligativitatea perfectionarii personalului angajat in cadrul acestora.

Externalizarea în cadrul instituției este realizată la nivelul serviciilor juridice, printr-un contract de prestări servicii juridice cu un Cabinet de avocat.

Pe viitor, strategia de personal va urmări să acopere posturile vacante din rândul personalului artistic, și întinerirea permanentă a instituției.

4. analiza capacității instituționale din punct de vedere al spațiilor și patrimoniului instituției, propuneri de îmbunătățire;

Filarmonica „Oltenia” Craiova este impartita la nivelul spatiului in care isi desfasoara activitatea in doua corpuri A si B, fara a fi delimitate fizic unul de celalalt, doar pentru ca deservesc scopuri diferite:

Corpul A:

- o sală de concerte cu o capacitate de 394 de locuri, situată la parter;
- un hol de acces ce înconjoară sala de concert.
- cabina solistului , etaj 1;
- cabina dirijorului, etaj 1;
- cabina de lumini, etaj 1;
- arhiva, etaj 1
- magazie materiale funcționale, subsol
- camera centralelor, subsol

Corpul B:

- o sală de muzică de cameră cu o capacitate de 70 de locuri, situată la etajul 1;
- o bibliotecă muzicală , situată la etajul 1;

- 11 birouri ale personalului administrativ la din care 9 la etajul 2 și 2 la etajul 3;
- 2 camere de studiu la etajul 3
- magazia de instrumente muzicale și costume, etajul 3
- magazie materiale funcționale, etajul 3

Spațiile de studiu și de desfășurare a activităților curente, destinate personalului artistic și administrativ, au constituit obiectul unei previziuni de ergonomizare, de lucru în condiții de sănătate și de securitate ale procesului muncii. În acest sens, putem afirma că maniera de compartimentare a spațiilor în clădiria Filarmonicii „Oltenia” permite desfășurarea la capacitatea maximă a activităților curente (repetiții, concerte, birourile personalului administrativ/departamente).

În scopul obținerii de venituri proprii suplimentare au fost puse la dispoziție solicitanților spații ale instituției pentru desfășurarea unor activități științifice, cultural-expoziționale sau de organizare de activități de socializare sau de conferințe. În discuție intră spațiul de primire al spectatorilor, care este utilizat și ca spațiu expozițional cultural, dar și ca spațiu de organizare a diferitelor evenimente protocolare. În sala mare de concert, precum și în Sala „Filip Lazăr” ale Filarmonicii „Oltenia” au fost organizate simpozioane și ședințe publice pe teme diverse, lansări de carte, conferințe de presă, colocvii literare, expoziții de artă plastică și fotografică.

În sala mare de concert, pe lângă manifestările artistice proprii, au loc spectacole organizate de Primăria Municipiului Craiova, precum și prezentări de spectacole în regim de turneu național ale unor teatre, companii sau agenții independente de impresariat artistic.

Foyerul instituției, precum și sălile sau alte spații au fost utilizate de terți, fie în regim de închiriere, prestări de servicii, fie în parteneriat cu instituția noastră. Prin valorificarea acestor spații s-au obținut venituri suplimentare, sumele importante obținute ne vor permite realizarea unor proiecte în afara programului minimal, precum și dotări pe care nu le-am fi putut obține doar recurgând la sumele alocate prin buget.

5. viziunea proprie asupra utilizării instituției delegării, ca modalitate legală de asigurare a continuității procesului managerial.

Structura organizatorică a Filarmonicii Oltenia este definită prin secții , servicii și birouri. Managementul instituției este asigurat de un manager, desemnat potrivit legii,

activitatea sa fiind sprijinită de un Consiliu Administrativ , ce are rol deliberativ și de un Consiliu Artistic, cu rol consultativ.

Managerul coordonează activitatea întregii instituții și are direct în subordine:

- directorul artistic
- contabilul șef
- serviciul juridic, resurse umane și achiziții publice
- serviciul administrativ
- serviciul organizare și promovare evenimente culturale

Din punct de vedere managerial, delegarea în cadrul Filarmonicii se desfășoară prin implicarea în proiectele instituției a echipei avute la dispoziție. Este utilizată ca o metodă eficientă de gestionare a resurselor umane, materiale și financiare. De asemenea, reprezintă și un important factor motivator pentru că este asociată cu acordarea încrederii din partea managerului.

D. Analiza situației economico-financiare a instituției:

Analiza financiară, pe baza datelor cuprinse în caietul de obiective:

1. analiza datelor de buget din caietul de obiective, după caz, completate cu informații solicitate/obținute de la instituție:

1.1. bugetul de venituri (subvenții/alocații, surse atrase/venituri proprii);

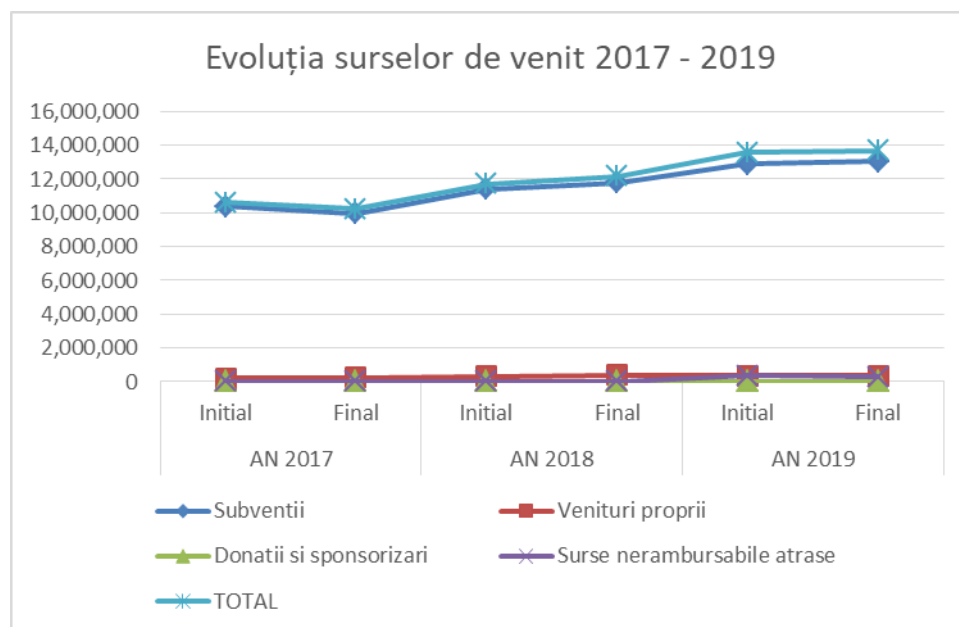
Filarmonica Oltenia are ca principale surse de finanțare: subvenția, acordată de Ordonatorul Principal și veniturile proprii, realizate din vânzarea biletelor și abonamentelor de intrare la manifestările culturale realizate și impresariate de către instituție, din valorificarea bunurilor mobile și imobile din patrimoniul său, exploatarea unor bunuri sau spații aflate în administrare și alte activități specifice.

Venituri	AN 2017		AN 2018		AN 2019	
	Initial	Final	Initial	Final	Initial	Final
Subventii	10,396,000	9,974,000	11,395,000	11,789,000	12,871,000	13,037,000
Venituri proprii	200,000	255,000	330,000	380,000	357,000	377,000
Donatii si sponso-	1,000	2,000	0	2,000	0	2,000

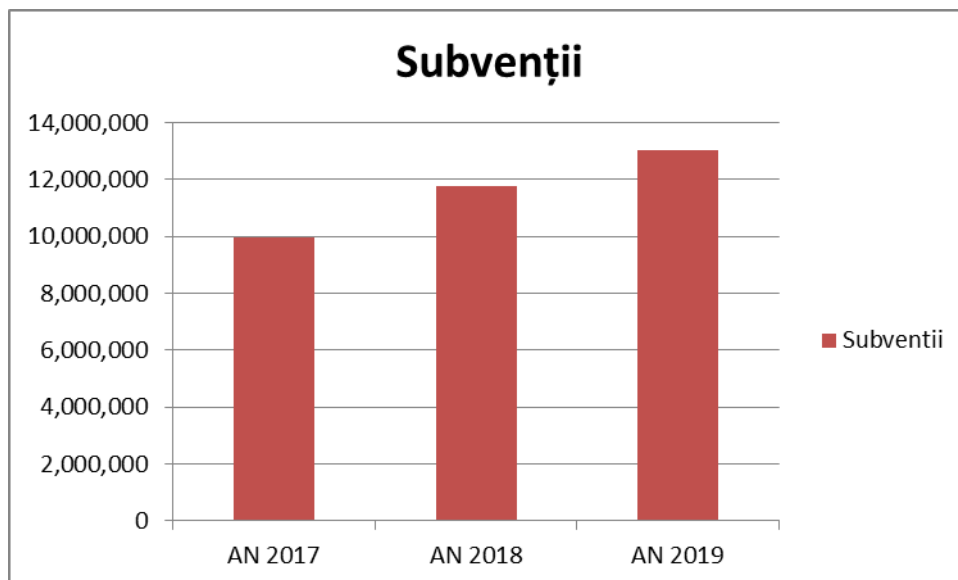
rizari						
Surse nerambursabile atrase	0	0	0	0	350,000	271,000
TOTAL	10,597,000	10,231,000	11,725,000	12,171,000	13,578,000	13,687,000

Venituri proprii	AN 2017		AN 2018		AN 2019	
	Propus	Realizat	Propus	Realizat	Propus	Realizat
	200.000,00	283,613.99	330,000.00	384,868.41	357,000.00	385,561.00

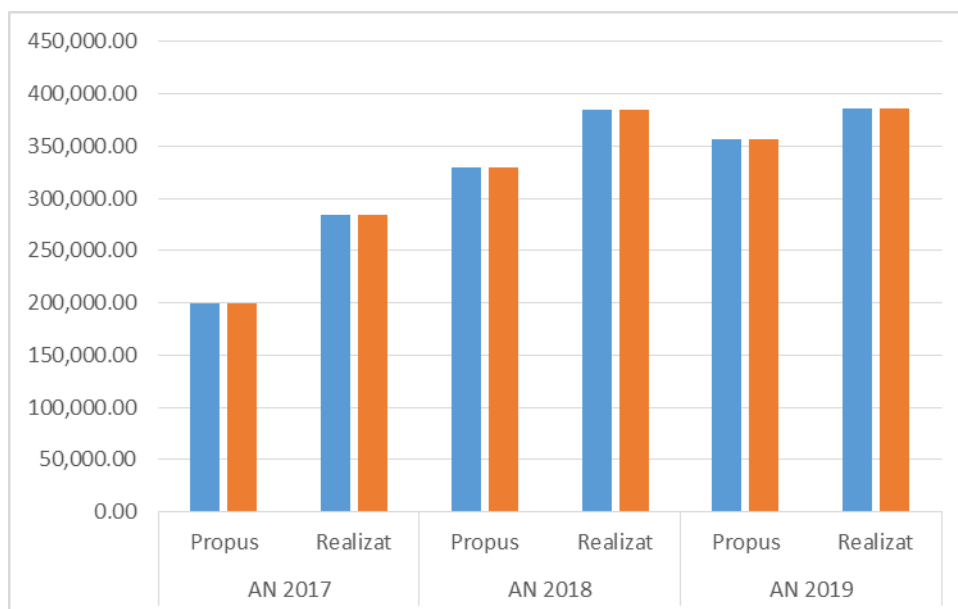
	AN 2017	AN 2018	AN 2019
Buget aprobat	10,231,000.00	12,171,000.00	13,687,000.00
Buget executat	10,094,931.16	12,138,663.26	13,572,713.94
Executie	98.67 %	99.73 %	99.17 %



Evoluția Subvenției:



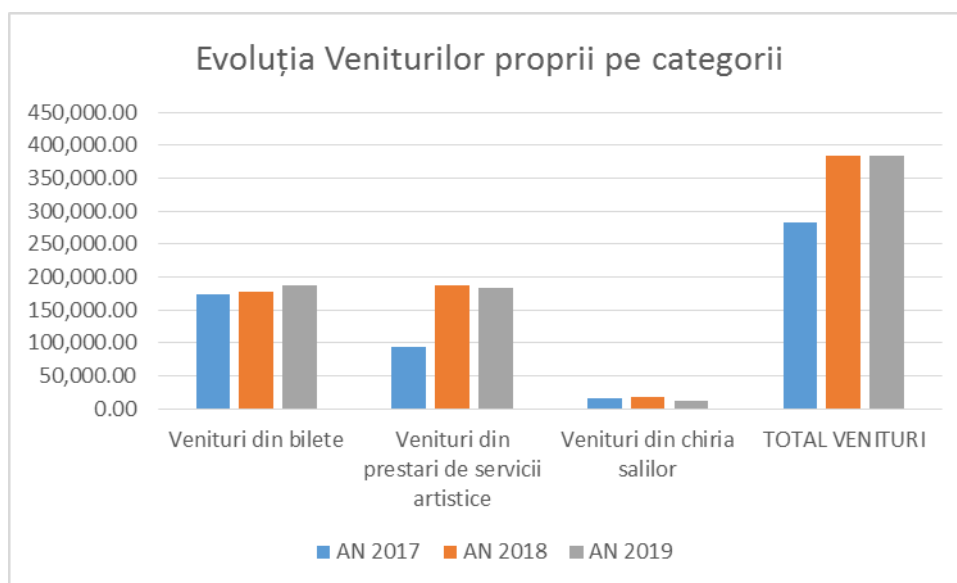
Veniturile proprii propuse și realizate:



Veniturile proprii realizate la nivelul celor trei ani de analiză:

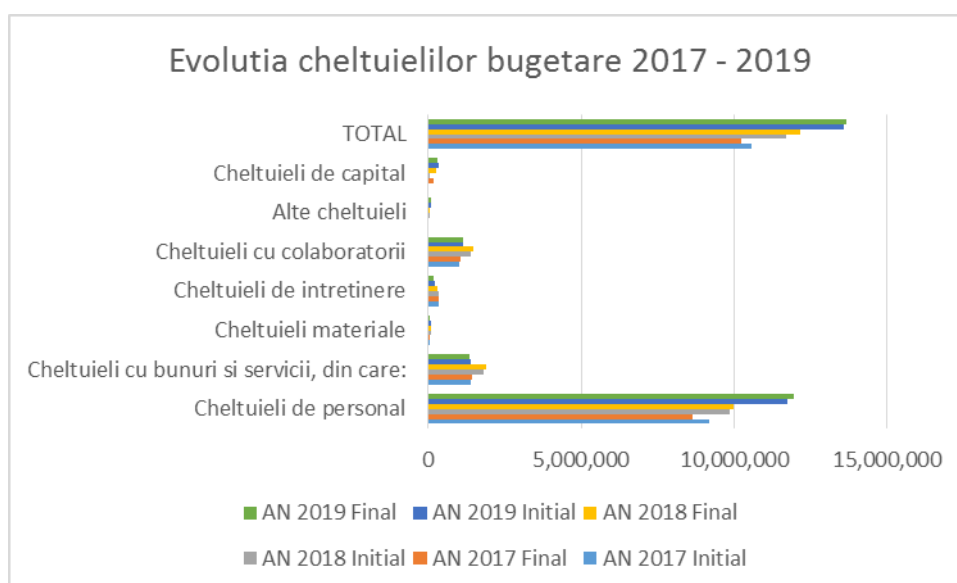
VENITURI PROPRII	AN 2017	AN 2018	AN 2019
Venituri din bilete	172,989.00	178,612.00	187,780.00
Venituri din prestări de servicii artistice	93,574.00	186,606.41	183,800.00
Venituri din chiria sălilor	15,794.99	18,630.00	12,481.00

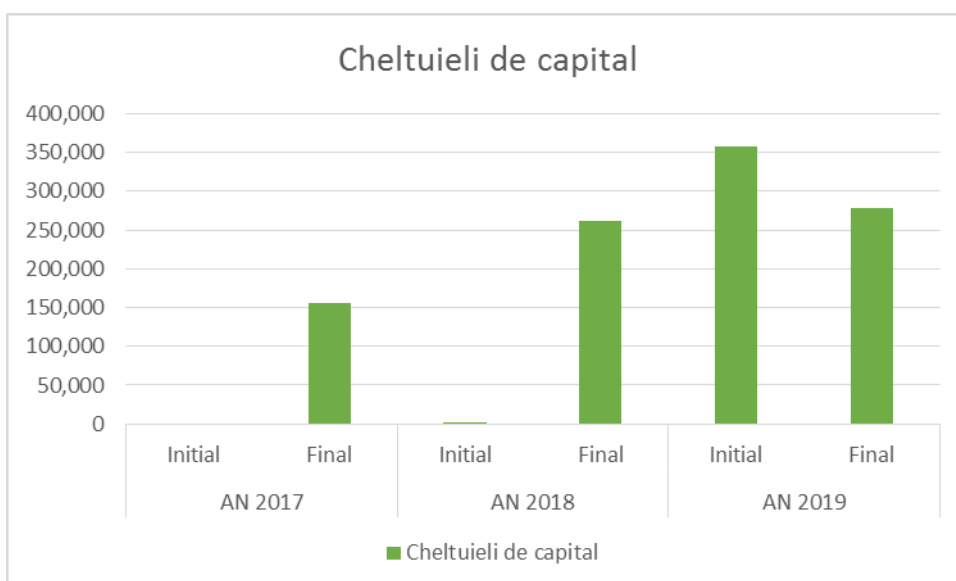
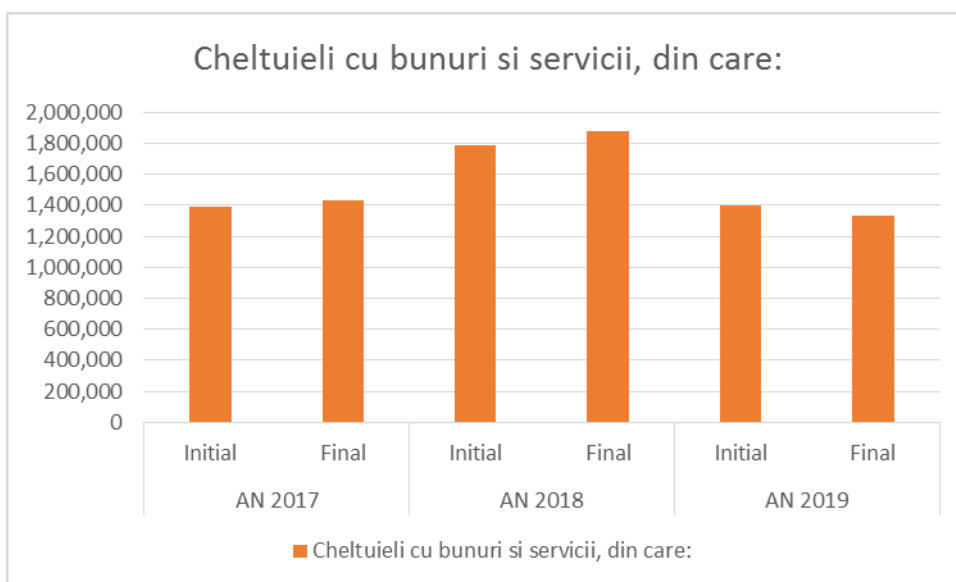
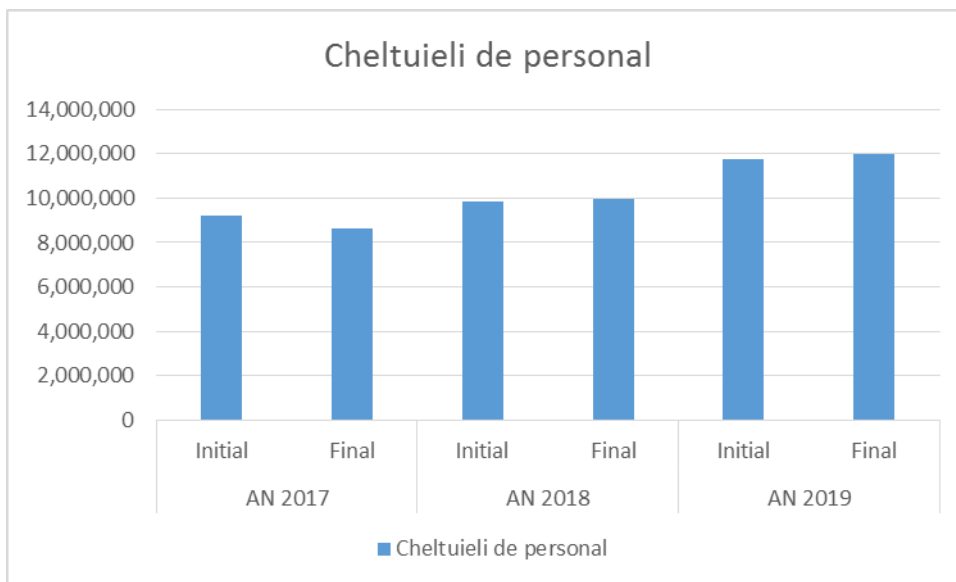
TOTAL VENITURI	282,357.99	383,848.41	384,061.00
-----------------------	-------------------	-------------------	-------------------



1.2. bugetul de cheltuieli (personal; bunuri și servicii din care: cheltuieli de întreținere, colaboratori; cheltuieli de capital);

Cheltuielile instituției sunt finanțate din subvenția acordată de la bugetul local, veniturile proprii și alte surse atrase.





2. analiza comparativă a cheltuielilor (estimate și, după caz, realizate) în perioada/perioadele indicată/indicate în caietul de obiective, după caz, completate cu informații solicitate/obținute de la instituție:

Nr. crt.	Programul/proiectul	Devizul estimat	Devizul realizat	Observații, comentarii, concluzii
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
AN 2017				
1.	Festivalul Internațional de Jazz (ediția I)	250.000	222.319	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
2	Festivalul Internațional "Craiova Muzicală", ediția 44 - Baroque Music Edition	200.000	192.049	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
3.	Stagiunea clasică 2017 - 2018	180.000	168.064	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.

AN 2018				
4.	Stagiunea vocal – simfonică „MUZICA UNEȘTE!” II	500.000	307.697	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
5.	Festivalul de Folk	200.000	170.472	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
6.	Festivalul “Craiova Muzicală”	200.000	176.039	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
7.	Stagiunea „MUZICA UNEȘTE!” III	150.000	146.968	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
8.	Festivalul de Jazz	200.000	83.505	Realizarea obiectivului propus

				cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
AN 2019				
9.	Filarmonica „Oltenia” în context european	100.000	85.110	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
10.	Stagiune estivală	2.000	1.276	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
11.	Festivalul “Craiova Muzicală”	150.000	146.129	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
12.	Stagiunea 2019/2020 Clasic+	500.000	404.959	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ,

				fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
13.	Festivalul de Jazz	237.000	90.180	Realizarea obiectivului propus cu încadrarea în devizul estimativ, fără depășiri de costuri, cu o estimare realistă.
	Total:	2.869.000 lei	2.194.767 lei	

3. soluții și propuneri privind gradul de acoperire din surse atrase/venituri proprii a cheltuielilor instituției:

3.1. analiza veniturilor proprii realizate din activitatea de bază, specifică instituției (în funcție de tipurile de produse/servicii oferite de instituțiile de cultură - spectacole, expoziții, servicii infodocumentare etc.), pe categorii de produse/servicii, precum și pe categorii de bilete/tarife practicate: preț întreg/preț redus/bilet profesional/bilet onorific, abonamente, cu menționarea celorlalte facilități practicate;

VENITURI PROPRII	AN 2017	AN 2018	AN 2019
Venituri din bilete	172,989.00	178,612.00	187,780.00
TOTAL VENITURI	172,989.00	178,612.00	187,780.00

Pentru categoria de venituri din bilete, Filarmonica Oltenia, aprobă în Consiliul Administrativ, la propunerea Serviciului O.P.E.C. prețurile biletelor și abonamentelor pentru toate manifestările culturale. Evoluția acestora a fost următoarea:

- pentru anul 2017, prețul mediu al unui bilet întreg a fost 22 lei, a unui bilet redus a fost de 15 lei. Abonamentele au avut un preț întreg de 210 lei și redus de 160 lei;
- pentru anul 2018, prețul mediu al unui bilet întreg a fost 25 lei, a unui bilet redus a fost de 15 lei. Abonamentele au avut un preț întreg de 210 lei și redus de 160 lei;

- pentru anul 2019, prețul mediu al unui bilet întreg a fost 25 lei, a unui bilet redus a fost de 15 lei. Abonamentele au avut un preț întreg de 210 lei și redus de 160 lei.

3.2. analiza veniturilor proprii realizate din alte activități ale instituției;

VENITURI PROPRII	AN 2017	AN 2018	AN 2019
Venituri din chiria sălilor	15,794.99	18,630.00	12,481.00
TOTAL VENITURI	15,794.99	18,630.00	12,481.00

Filarmonica Oltenia își stabilește tarifele pentru închirierea sălilor din incinta clădirii prin Hotărâre de Consiliu Administrativ prin raportare la prețul de închiriere al unui metru pătrat în zona centrală.

3.3. analiza veniturilor realizate din prestări de servicii culturale în cadrul parteneriatelor cu alte autorități publice locale;

VENITURI PROPRII	AN 2017	AN 2018	AN 2019
Venituri din prestări de servicii artistice	93,574.00	186,606.41	183,800.00
TOTAL VENITURI	93,574.00	186,606.41	183,800.00

Unul din obiectivele instituției este de colabora fructuos cu diverși parteneri comerciali în cadrul unor contracte de prestări servicii artistice. În această categorie se regăsesc turneele naționale și internaționale și concertele realizate la invitația diverselor instituții din țară sau din afară. Valorile contractuale se negociază în funcție de programele artistice cerute, de diversitatea acestora, de numărul de artiști participanți și reprezintă pentru instituție un venit propriu. Însă cel mai important obiectiv atins este deschiderea națională și internațională, și vizibilitatea mare de care se bucură instituția.

4. soluții și propuneri privind gradul de creștere a surselor atrase/veniturilor proprii în totalul veniturilor:

4.1. analiza ponderii cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor;

	AN 2017	AN 2018	AN 2019
Total cheltuieli	10,231,000	12,171,000	13,687,000

Cheltuieli de personal	8,645,000	9,969,000	11,975,000
Pondere	84%	82%	87%

4.2. analiza ponderii cheltuielilor de capital din bugetul total;

	AN 2017	AN 2018	AN 2019
Total cheltuieli	10,231,000	12,171,000	13,687,000
Cheltuieli de capital	156,000	261,000	278,000
Pondere	1.52%	2.14%	2.03%

4.3. analiza gradului de acoperire a cheltuielilor cu salariile din subvenție/alocație;

	AN 2017	AN 2018	AN 2019
Subvenția	9,974,000	11,789,000	13,037,000
Cheltuieli de personal	8,645,000	9,969,000	11,975,000
Pondere	86.68%	84.56%	91.85%

4.4. ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale, altele decât contractele individuale de muncă (drepturi de autor, drepturi conexe, contracte și convenții civile);

	AN 2017	AN 2018	AN 2019
Total cheltuieli	10,231,000	12,171,000	13,687,000
Cheltuieli cu raporturile contractuale, altele decât contractele individuale de muncă	1,035,000	1,487,000	1,119,000
Pondere	10.12%	12.22%	8.18%

4.5. cheltuieli pe beneficiar, din care:

a) din subvenție;

b) din venituri proprii.

Indicatori de performanță	2017	2018	2019
Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri - cheltuieli de capital)/nr. de beneficiari	602	765	430
Număr de beneficiari neplătitori	1.000	260	600
Număr de beneficiari plătitori	15.520	15.260	29.985

E. Strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, conform sarcinilor formulate de autoritate:

Propuneri, pentru întreaga perioadă de management:

1. viziune;

Filarmonica Oltenia trebuie să redevină un constructor al tradiției, mergând pe un drum al creației în toate domeniile artei muzicale, dar trebuie să răspundă și evoluției continue și mai ales erei digitale în care ne desfășurăm activitatea. Astfel, perioada următoare va fi definită sub egida: De la o cultura cântată în scrisă la o cultură cântată 3D.

2. misiune;

Misiunea Filarmonicii Oltenia este construirea de concerte și de atmosferă, dialog și participare, nașterea și impunerea de evenimente care intersectează cât mai multe genuri și stiluri muzicale și îi sunt asociate anumite obiective, oferind posibilități de stimulare a cunoașterii prin muzică.

3. obiective (generale și specifice);

Obiectivul general pe care ni-l propunem vizează creșterea competitivității actului artistic prestat în condiții de eficiență și eficacitate maximă, în scopul creșterii numărului de melomani, a veniturilor proprii și consolidarea strategică pe piața serviciilor culturale.

Obiective specifice:

1. Promovarea experimentului, inovației și excelenței în domeniul performanței artistice;
 2. Vizibilitatea instituției/percepția imaginii Filarmonicii „Oltenia” la nivel regional și internațional;
 3. Valorizarea/valorificarea la capacitate maximă a resurselor umane și materiale (bază logistică) de care dispune instituția;
 4. Promovarea conceptelor de „sincretism estetic”, „interculturalitate” și „multiculturalitate” în structura opțiunilor repertoriale;
 5. Promovarea strategiilor repertoriale în corelație cu tendințele de evoluție actuale în domeniul culturii/viziunea postmodernistă asupra artelor; valorizarea compozitorilor reprezentativi pentru identitatea culturală a municipiului Craiova și pentru spiritualitatea română/criteriile: autenticitate, originalitate, impact asupra evoluției domeniului componistic la nivelul universal.
4. strategia culturală, pentru întreaga perioadă de management;

Strategia culturală pe care se va baza perioada următoare de management este definită de următoarele direcții:

1. Diversificarea repertoriului Filarmonicii „Oltenia”, în contextul noilor politici culturale prevăzute în Uniunea Europeană; interdisciplinaritatea acțiunilor culturale, racordarea la standardele și direcțiile de evoluție ale culturii europene și mondiale.

Evoluția contemporană a fenomenului cultural impune luarea unor măsuri de adecvare a politicilor repertoriale la contextul cultural european. În stagiunile din următorii 5 ani ar trebui incluse concerte tematice (seară barocă, seară clasică), integrale dedicate compozitorilor aniversați sau cicluri de concerte pornind de la principiul diacroniei (ex.: Ultima simfonie a compozitorilor sec. XIX, din sfera simbolistică a unui testament artistic sau Ars Poetica a... - esență a gândirii muzicale a unui compozitor).

Zona interferențelor culturale trebuie să-și găsească locul pe scena de concert craioveană. Analog altor instituții de profil din țară, Filarmonica „Oltenia” trebuie să manifeste o deschidere mai mare către valorificarea interdisciplinară a repertoriilor muzicale și a altor genuri agreate de public – jazz, rock simfonic, folk-sinfonic – prin invitarea unor muzicieni consacrați în domeniile respective.

2. Promovarea imaginii artistice a Filarmonicii Oltenia.

Instituirea unei relații de comunicare deschise cu reprezentanții mass-media locală poate duce la o mediatizare corespunzătoare în funcție de amploarea și importanța manifestărilor concertistice promovate de Filarmonica Oltenia. Nu trebuie neglijată importanța Conferințelor de Presă organizate periodic; de asemenea, melomanii fideli pot fi invitați la întâlniri cu reprezentanții Filarmonicii, în ideea unor discuții libere și neconvenționale pentru îmbunătățirea relației de comunicare cu publicul.

3. Reluarea tradiției unor festivaluri sau concerte tematice, inițierea unor concursuri de interpretare instrumentală și dirijat de orchestră;

Imaginea Filarmonicii „Oltenia” s-a consolidat de-a lungul timpului și datorită unor festivaluri care au i-au adus o notă de prestigiu în lumea muzicală – Festivalul de chitară clasică, Festivalul tinerilor dirijori de cor, Festivalul tinerilor dirijori de orchestră, Festivalul de muzică de cameră.

Nu trebuie renunțat la tradiția acestor manifestări. Lor li se pot adăuga și altele: Festival de muzică preclasică, Ars Nova Redivivus, Ars Antiqua Redivivus. Nu trebuie uitată creația autohtonă sau cea contemporană – ea își poate găsi locul în festivaluri ce pot fi organizate în funcție de raporturile clasic/modern, național/universal.

Existența Corului Academic poate argumenta ideea unui Festival de muzică Sacră ce ar putea promova orașul Craiova ca centru muzical național și european de promovare consecventă a muzicii vocal-simfonice, prin descoperirea și valorificarea unor lucrări corale și vocal-simfonice cu caracter religios din creația națională cu diferite accente geografice - redescoperirea creației unor compozitori transilvăneni ce au activat la Brașov, Sibiu, Sighișoara, dar și a celor din zona Olteniei.

4. Tinerii artiști reprezintă barometrul generației care va veni. Ei trebuie promovați și motivați. Unul dintre obiectivele Filarmonicii „Oltenia” trebuie să fie acela de formare și sprijinire a tinerilor muzicieni talentați. Scena Filarmonicii poate organiza evenimente proprii sau găzdui asemenea concerte deosebite;

Tinerii premiați și recompensați cu distincții importante în contextul participării la Olimpiada de Muzică sau la alte manifestări prestigioase din țară și din străinătate trebuie promovați pe scena de concerte a filarmonicii. Colaborări cu Liceul de Artă „Marin Sorescu” și cu Departamentul de Muzică din cadrul Facultății de Litere din Craiova dar și cu instituțiile de profil din zonă: Liceul de Artă din Rm. Vâlcea, Liceul de Artă din Tg. Jiu.

Exemplificând, la Craiova se poate organiza un „Festival al Tinerilor Muzicieni” (o „Primăvară muzicală craioveană”). Acesta poate implica chiar o participare internațională și ar promova identitatea culturală a orașului Craiova ca centru muzical deschis afirmării tinerilor muzicieni – interpreți, dirijori, compozitori din întreaga lume. Proiectul poate fi realizat în parteneriat cu instituții culturale și organizații non-guvernamentale din mai multe țări europene. Manifestările pot cuprinde concerte simfonice susținute de orchestre de tineret, recitaluri de muzică de cameră ale unor formații camerale alcătuite din tineri muzicieni laureați ai unor concursuri internaționale, recitaluri și concerte instrumentale susținute de tineri soliști acompaniați de orchestra simfonică a Filarmonicii „Oltenia”. Vor fi prezentate lucrări muzicale ale unor tineri compozitori români și străini, va fi organizat un simpozion de specialitate și workshop-uri. Proiectul va fi realizat de Filarmonica „Oltenia” în parteneriat cu instituții culturale și organizații non-guvernamentale din mai multe țări europene.

Ideea unor workshop-uri adresate tinerilor muzicieni nu trebuie legată doar de existența unor festivaluri. Fiecare prezență artistică prestigioasă pe scena Filarmonicii „Oltenia” (interpreți de renume ai momentului, dirijori consacrați) poate fi un bun prilej pentru organizarea unor astfel de întâlniri, printr-un parteneriat cu instituțiile de învățământ din zona Olteniei. Ar trebui instituită tradiția repetiției generale cu public.

5. Cunoașterea (prin realizarea unor sondaje de opinie având ca instrument operațional, chestionarul) nevoilor și intereselor culturale ale comunității și satisfacerea acestora în cadrul unor festivaluri sau concerte tematice; atragerea unor noi categorii de public, creșterea audienței, diversificarea ofertei culturale, realizarea frecventă a unor analize de tip SWOT și PEST(E).

6. Inițierea de colaborări și parteneriate cu alți operatori culturali din țară și din străinătate.

7. Identificarea unor surse alternative de finanțare, participarea la programe naționale, europene și internaționale; valorificarea tuturor oportunităților de matching financiar și finanțare încrucișată.

8. Dezvoltarea competențelor profesionale ale personalului artistic și administrativ și valorificarea maximală a cunoștințelor și abilităților intelectuale ale acestora în vederea promovării performanței profesionale.

9. Aplicarea principiilor de eficiență, eficacitate și economie în gestionarea mijloacelor financiare și a resurselor umane și materiale.

Politica stagiunilor de concerte ale Filarmonicii trebuie să fie aceea de a promova producțiile spectaculare ce pot avea ecou civilizator asupra publicului larg. Imaginea Filarmonicii trebuie să fie aceea de loc al libertății, imagine rezultată din pluralitatea obținerilor estetice și etice.

Orice tendință muzicală semnificativă din muzica națională și internațională trebuie să-și găsească locul și reprezentarea în conceptul repertorial:

- Atragerea de artiști valoroși, invitați, colaboratori permanenți,
- Sprijinirea în cadrul orchestrei și a corului a instrumentistilor care isi doresc sa participe ca solisti sau in formatii camerale;
- Participarea la festivaluri naționale și internaționale;
- Atragerea de compozitori și orchestratori pentru crearea unor partituri originale;
- Programarea concertelor saptamanale pe o perioada indelungata de timp;
- Explorarea tendințelor în muzica contemporană;
- Atragerea unor mari nume ale muzicii românești;
- Atragerea tinerilor artiști talentați valoroși și întărirea orchestrei.
- Evenimente în spații publice și condiții spectaculare specifice societății contemporane
- Promovarea concertelor. Construirea unui nou concept pentru secretariatul muzical astfel încât acesta să devină un concept construit pe management cultural și publicistică muzicală. Crearea unei strategii de imagine speciale, bazate pe identitatea repertorială, program artistic și pe publicul țintă diferențiat al acestora , inclusiv prin identitate vizuală. Îmbinarea proiectelor artistice cu proiectele educaționale, anticiparea prin acestea a temelor repertoriale și amplificarea impactului public al repertoriului.
- Tematica concertelor trebuie să fie vastă cu o arie cât mai întinsă de cuprindere și de abordare. Scopul acestor proiecte este de a aduce un număr de persoane, alese din cele mai variate pături sociale, condiții economice și vârste, printr-o formă variată de contact cu artistul și în urma acestui lucru, de a ajunge la rezultatul financiar cel mai bun care este compatibil cu realizările scopului respectiv.

Filarmonica Oltenia trebuie să redevină un constructor al tradiției, mergând pe un drum al creației în toate domeniile artei muzicale.

5. strategia și planul de marketing;

Strategia de marketing ar trebui să urmărească în principal o comunicare bună în mass-media și prin intermediul internetului, pentru a atrage un număr cât mai mare de spectatori și de a identifica noi modalități și oportunități de promovare care să conducă la rezultate superioare.

În acest sens:

1. publicul deja câștigat ar trebui fidelizat prin informarea directă și continuă cu privire la evenimentele Filarmonicii, programarea spectacolelor, anunțurile de ultimă oră, cu ajutorul rețelelor sociale, a paginii de Facebook a instituției, a site-ului www.filarmonica-oltenia.ro și a newsletter-ului; prin felicitări trimise tuturor abonaților de sărbători, prin poștă electronică și direct (felicitări tipărite, promoționale) tuturor partenerilor și sponsorilor filarmonicii; prin concursuri realizate în parteneriat la radio sau televiziune; menținerea unei legături apropiate cu școlile partenere, bănci, societăți, corporații, atât locale cât și regionale, prin informarea continuă asupra noilor evenimente potrivite fiecărui grup în parte;

2. atragerea de noi consumatori de muzică clasică prin organizarea unor strategii comune de marketing și comunicare în colaborare cu Opera craioveană, Teatrul Marin Sorescu, Teatrul de Copii și Tineret pe proiecte realizate în co-producție. Tacticile însumate pot include: - întâlniri pentru construirea unor strategii care să aibă în centru interesele publicului și dezvoltarea fenomenului cultural craiovean; - promovare outdoor și indoor comună, prin care se promovează ambele instituții; - acțiuni de promovare care să aducă în fața publicului vizat artiști ai ambelor instituții de cultură. □ atragerea și fidelizarea elevilor din cursul primar-gimnazial-liceal prin: - creativitate în comunicare a proiectelor filarmonicii (campanii promovare puternice în mediul virtual, inițierea interactivității dintre filarmonică, administrația locală și public prin dezbateri deschise, care pot fi transmise live online; - definitivarea unor parteneriate cu instituțiile de învățământ în vederea aducerii la filarmonica a grupurilor organizate; - promovarea spectacolelor deosebite din perioada Săptămânii Școlii Altfel; - atragerea de sponsori care să participe cu bunuri și servicii la concursuri, tombale organizate de Filarmonica pe perioada concertelor adresate copiilor; - trezirea interesului copiilor pentru muzica clasică prin întâlniri dintre muzicieni ai instituției și elevi în școli, în cadrul unor discuții pe diverse teme stabilite de comun acord cu cadrele didactice (continuarea programului deja implementat Filarmonica merge la școală);

3. atragerea și loializarea publicului reprezentat de consumatorul corporatist – implementarea unui sistem de prețuri preferențiale pentru grupuri organizate pe targetul vizat; - informarea acestora directă și continuă prin mijloace electronice cu privire la evenimentele Filarmonicii și a beneficiilor de vânzare oferite;

4. sampling periodic de flyere cu oferta muzicală a Filarmonicii;

5. plasarea materialelor informative în sediul primăriei, Poștei, cabinetelor (medicale, de înfrumusețare), restaurantelor și teraselor din zona targetată etc.

În ceea ce privește mass-media, să se continue acordarea de legitimații de acces gratuit pentru presă la evenimentele Filarmonicii; continuarea, consolidarea și diversificarea parteneriatelor cu mass-media regională și națională; să se asigure o bună vizibilitate a evenimentelor în programele TV ale posturilor locale și naționale; realizarea de parteneriate pe transmisiuni live ale unor concerte; continuarea și intensificarea intermedierei interviurilor cu artiști invitați ai Filarmonicii pe frecvența radiourilor regionale;

O strategie și un plan de marketing are șorți de izbândă atunci când există o comunicare unitară și o permanentă colaborare cu toate instituțiile care se implică în crearea unui produs cultural de calitate și în creșterea unui public educat, cu valori morale și spirituale ridicate. Astfel se impune o colaborare strânsă cu responsabilii de promovare turistică din cadrul Primăriei, pentru o informare directă a turiștilor ce tranzitează orașul cu privire la activitatea Filarmonicii craiovene. Mai mult, se poate institui un program de vizitare organizată a Filarmonicii, de câteva ori pe săptămână, care să permită vizitatorilor să asiste, pentru câteva momente, la repetițiile care se desfășoară în sala de concert. Se pot încheia parteneriate cu agenții locale de turism, în vederea atragerii potențialilor turiști către evenimentele artistice ale Filarmonicii, prin realizarea unor mape de prezentare.

6. programe propuse pentru întreaga perioadă de management;

Definirea unei tendințe în ce privește programele ce se vor realiza sunt următoarele:

- Program repertorial pentru Orchestră, Orchestra de cameră, Orchestra de suflători;

- Programe pentru reintegrarea în circuitul internațional. Strategie de parteneriate și schimburi între artiștii instrumentiști, dirijori, orchestre. Inițiere de proiecte în parteneriat , cu finanțare comunitară europeană.

- Respectarea tradiționalului concert de Vineri, seară magică a muzicii, va fi definit printr-o stilistică a artei muzicale și a privilegierii performanțelor artistice pe o creație muzicală deschisă de la muzica clasică la muzică contemporană.
- Evenimente anuale de referință: Concert de 8 Martie, Concertul de Paște, Concertul de Ziua Filarmonicii
- Concerte educative, ateliere de creație, formații muzicale pentru copii;
- Prezentarea creației românești simfonice, vocal-simfonice și corale, în concerte dedicate aparținând marilor compozitori români (George Enescu, Ciprian Porumbescu, Marțian Negrea, Paul Constantinescu, Sabin Pautza, Ion Dumitrescu, Pascal Bentoiu, etc);
- Concerte vocale și vocal simfonice de muzica sacra: Verdi, Dvorak, Faure, Mahler,
- Festivalul “Craiova Muzicală” – invitarea ansamblurilor instrumentale, a artiștilor consacrați din țară și din străinătate, reprezentativi în muzica clasică, muzica veche, muzica modernă și contemporană, muzica românească;
- Ziua Filarmonicii “Oltenia” – un concert extraordinar, festiv, în data de 17 decembrie pentru a celebra primul concert dat al Filarmonicii din 1904;
- Concertul de colinde, Concert de Craciun – vocal sau vocal-simfonic prilejuit de sărbătoarea Nasterii Domnului;
- Concertul de Anul Nou - Organizarea unui concert simfonic pe modelul concertului de la Viena;
- Sărbătorirea sau comemorarea unor compozitori în fiecare an/stagiune, după cum urmează și crearea unor serii sau cicluri de serii comemorative.

Programele vor fi definite ca structuri sintetice după cum urmează:

- Stagiunea 74 – 2 Octombrie 2020 – 25 Iunie 2021
- Stagiunea 75 – 1 Octombrie 2021 – 24 Iunie 2022
- Stagiunea 76 – 30 Septembrie 2022 – 23 Iunie 2023
- Stagiunea 77 – 29 Septembrie 2023 – 28 Iunie 2024
- Stagiunea 78 – 4 Octombrie 2024 – 27 Iunie 2025

7. proiectele din cadrul programelor;

Se vor menține proiectele consacrate ale instituției, în fiecare an însă vor avea o anumită orientare, în funcție de contextul cultural național și internațional:

1. Concert simfonic de Anul Nou - deschide programul lunii ianuarie la Filarmonica „Oltenia” și prezintă un program de valsuri, polci și arii celebre ale faimoasei familii austriece de muzicieni, Strauss, pe modelul concertului de la Viena.
2. Ziua Culturii Naționale – dedicată nașterii poetului Mihai Eminescu.
3. Stagiunea vocal – simfonică – ce începe în ianuarie, după concertele extraordinare de Anul Nou. Stagiunea vocal – simfonică va avea în fiecare an o temă diferită:

2021 – Centenarii: Astor Piazzolla (aniversare 100), C. Saint-Saens (100 de la moarte), Hans Huber (100 de la moarte), apoi G. Verdi (120 ani de la moarte), B. Bartok (140 ani de la nastere), Igor Stravinski (50 de ani de la moarte), Gustav Mahler (110 ani de la moarte), T. Albinoni (350 ani de la nastere), Antonio Vivaldi (280 ani de la moarte), A. Dvorak (180 ani de la nastere), F. Liszt (210 ani de la nastere), W.A. Mozart (230 ani de la moarte).

2022 – Centenarii: Cesar Frank (aniversare 200) apoi Alexander Scriabin (150 de ani de la nastere), Franz Schubert (225 ani de la nastere), G. Rossini (230 ani de la nastere), J. Haydn (290 de ani de la nastere), J. Brahms (125 ani de la moarte) Claude Debussy (160 ani de la nastere), Nicolo Paganini (240 ani de la naster), F. Medlessohn-Bartholdy (175 ani de la moarte).

2023 – Centenarii: Eduard Lalo (200 aniversare), apoi S. Rachmaninov (150 de la nastere), Edvard Grieg (180 de la nastere), G. Verdi (210 de la nastere), Hector Berlioz (220 de la nastere).

2024 – Centenarii: Bedrich Smetana (200 de la nastere), Anton Bruckner (200 de la nastere), Henry Mancini (100 de la nastere), Gabriel Faure (100 de la moarte), Giacomo Puccini (100 de la moarte), apoi Johan Strauss fiul (125 de la moarte), Richard Strauss (160 de la nastere).

2025 – Centenarii: Erik Satie (100 de la moarte), Johan Strauss fiul (200 de la nastere), Mikis Theodorakis (100 de la nastere), apoi G.F. Hanedel (340 de la nastere), Maurice Ravel (150 de la nastere), Geroges Bizet (150 de la moarte), Dmitri Shostakovici (50 de la moarte), Bela Bartok (80 de la moarte), Jean Sibelius (160 de la nastere).

4. Stagiunea pentru elevi - Stagiunea pentru elevi se va desfășura în „Săptămâna Altfel!” și va fi o stagiune dedicată muzicii din filme și jocuri.
 5. Stagiunea estivala – va fi o stagiune a muzicii de cameră. În prim plan vor fi formațiuni ale orchestrei simfonice a Filarmonicii Oltenia și va avea drept scop creșterea vizibilității artiștilor proprii.
 6. Craiova Jazz Festival – își va urma edițiile viitoare, în anul 2021 vom planifica o seara în parteneriat cu Festivalul de Jazz de la Geretsried, unde Filarmonica Oltenia va fi prezenta.
 7. Festivalul Craiova Muzicală - își va continua edițiile ca o mărturie a unui istoric cultural inegalabil – și va implica o diversitate de concerte, explorând zone culturale și epoci diferite.
 8. Festival al Tinerilor Muzicieni
 9. Festivalul de chitară clasică
 10. Festivalul tinerilor dirijori de cor
 11. Festivalul tinerilor dirijori de orchestră
 12. Festivalul de muzică de cameră
 13. Concert simfonic aniversar de la primul concert al Societății Filarmonice din Craiova – în care Filarmonica aduce în prim plan întreaga istorie culturală a instituției. Este un concert aniversar de o deosebită semnificație.
 14. Gala Regală - Concert simfonic aniversar de la Decretul Regal din 17 aprilie 1947.
 15. Concertele extraordinare desfășurate în afara sălii de concerte a Filarmonicii și care au în fiecare an altă tematică.
 16. Concerte tradiționale de colinde: “Iată vin colindători” – este o tradiție a Filarmonicii Oltenia de a aduce publicului un program de colinde din toate colțurile lumii .
8. alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management.

Alte evenimente propuse pentru perioada ce urmează fac referire la următoarele manifestări culturale:

1. Festival al Artelor - trăim într-un spațiu public din ce în ce mai “descompus” de ascensiunea iminentă a fenomenelor sub- și anticultură conjugate într-o funestă simbioză, într-o societate aflată sub semnul fatalității degenerescenței spiritului

postmodernității și supusă unui accelerat proces de disoluție a conținuturilor-contextelor comunicării. O consecință directă a acestui veritabil sindrom al degenerescentei valorilor spiritului, este, cel puțin în societatea românească o simptomatologie specifică “plictisului identitar”, sindrom psiho-social corelat cu trăsăturile patologice ale “falimentului identitar”, constatat la nivel subiectiv, dar și prin extensie la nivelul comportamentului colectiv. Oamenii sunt îndepărtați de propria lor structură identitară, pentru că li se oferă, într-un schimb inechitabil, impresii vagi și nu expresii, așa cum ar fi logic/psihologic, despre ceea ce cred ei că “sunt” (la nivel de ierarhie a status-rolurilor dobândite pe criterii de competență-performanță) și nicidecum, despre ceea ce mai “sunt” aceștia cu adevărat.

- a. Prin finalitățile sale estetice, Festivalul Artelor este conceput de o asemenea manieră, încât să reprezinte, prin conținuturile tematice și prin varietatea genurilor artistice promovate:
 - b. o contribuție importantă la afirmarea României ca veritabil reper cultural european;
 - c. un amplu eveniment artistic cu rezonanțe interne și internaționale;
 - d. un mesaj de sensibilizare și de atragere spre viața artistică a unui public numeros, în special a tinerilor.
2. Olimpiada de Muzică Vocal – Simfonică;
 3. Workshop-uri adresate tinerilor muzicieni;
 4. MasterClass-uri în parteneriat cu Universități europene de Artă, cu invitați de onoare atât din țară, cât și din afară;
 5. Continuarea proiectului Muzica în școli, prin participarea la orele de muzică a instrumentiștilor noștri.
 6. Continuarea proiectului Filarmonica în regiune și în context european, prin realizarea de evenimente culturale în afara Craiovei și prin continuarea proiectului cu finanțare nerambursabilă realizat.

F. Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției publice de cultură, 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

1. Proiectul de buget de venituri și cheltuieli pe perioada managementului:

Nr. crt.	CATEGORII	ANUL 2021	ANUL 2022	ANUL 2023	ANUL 2024	ANUL 2025
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1.	TOTAL VENITURI, din care	20,160,000	22,211,000	24,815,000	28,384,000	30,982,000
	1.a. venituri proprii din care	380,000	399,000	418,000	438,000	459,000
	1.a.1. venituri din activitatea de bază	360,000	378,000	396,000	415,000	435,000
	1.a.2. surse atrase	0	0	0	0	0
	1.a.3. alte venituri proprii	20,000	21,000	22,000	23,000	24,000
	1. b. subvenții / alo- cații	19,780,000	21,812,000	24,397,000	27,946,000	30,523,000
	1.c. alte venituri	0	0	0	0	0
2.	TOTAL CHELTU- IELI, din care	20,160,000	22,211,000	24,815,000	28,384,000	30,982,000
	2.a. Cheltuieli de personal, din care	17,752,000	19,732,000	22,232,000	25,732,000	28,232,000
	2.a.1. Cheltuieli cu	17,500,000	19,500,000	22,000,000	25,500,000	28,000,000

salariile					
2.a.2. Alte cheltuieli de personal	252,000	232,000	232,000	232,000	232,000
2.b. Cheltuieli cu bunuri și servicii, din care:	2,130,000	2,187,000	2,277,000	2,332,000	2,420,000
2.b.1. Cheltuieli pentru proiecte	320,000	330,000	340,000	357,000	360,000
2.b.2. Cheltuieli cu colaboratorii	1,373,000	1,400,000	1,470,000	1,500,000	1,570,000
2.b.3. Cheltuieli pentru reparații curente	26,000	27,000	28,000	29,000	30,000
2.b.4. Cheltuieli de întreținere	334,000	350,000	355,000	360,000	370,000
2.b.5. Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	77,000	80,000	84,000	86,000	90,000
2.c. Cheltuieli de capital	278,000	292,000	306,000	320,000	330,000

2. Numărul estimat al beneficiarilor pentru perioada managementului:

Nr. Crt.	Număr beneficiari	ANUL 2021	ANUL 2022	ANUL 2023	ANUL 2024	ANUL 2025
2.1.	La sediu	25.000	26.000	27.000	28.000	29.000
2.2.	În afara sediului	37.000	38.000	39.000	40.000	41.000

3. Programul minimal estimat pentru perioada de management aprobată

Nr. crt.	Program	Scurtă descriere a programului	Nr. proiecte în cadrul programului	Denumirea proiectului	Buget prevăzut pe program ³ (lei)
AN 2021					
1.	Stagiunea clasică vocal - simfonică	Are în fiecare an o temă diferită, fie indicată de trendul internațional, respectiv atunci când celălalt o mare personalitate a muzicii sau atunci când anul în sine reprezintă o elogiare a unor evenimente.	37	Stagiunea clasică vocal - simfonică	643.000
2.	Festivalul Craiova Muzicală	Un proiect cu o diversitate de concerte, explorând zone culturale și epoci diferite.	7	Festivalul Craiova Muzicală	350.000
3.	Gala Regală	Concert simfonic aniversar de la Decretul Regal din 17 aprilie 1947	1	Gala Regală	100.000

4.	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	Este o tradiție a Filarmonicii Oltenia de a aduce publicului un program de colinde din toate colțurile lumii	3	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	150.000
5.	Concert simfonic de Anul Nou	Deschide programul lunii ianuarie la Filarmonica „Oltenia” și prezintă un program de valsură, polci și arii celebre ale faimoasei familii austriece de muzicieni, Strauss, pe modelul concertului de la Viena	2	Concert simfonic de Anul Nou	150.000
6.	Craiova Jazz Festival	Muzica de jazz și jazz simfonic în ideea de a veni în întâmpinarea unui public divers și deschis la noile evoluții muzicale.	4	Craiova Jazz Festival	300.000
AN 2022					
1.	Stagiunea clasică vocal	Are în fiecare an o temă diferită,	37	Stagiunea clasică vocal	650.000

	- simfonică	fie indicată de trendul internațional, respectiv atunci când celebrăm o mare personalitate a muzicii sau atunci când anul în sine reprezintă o elogiare a unor evenimente.		- simfonică	
2.	Festivalul Craiova Muzicală	Un proiect cu o diversitate de concerte, explorând zone culturale și epoci diferite.	7	Festivalul Craiova Muzicală	350.000
3.	Gala Regală	Concert simfonic aniversar de la Decretul Regal din 17 aprilie 1947	1	Gala Regală	150.000
4.	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	Este o tradiție a Filarmonicii Oltenia de a aduce publicului un program de colinde din toate colțurile lumii	3	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	150.000
5.	Concert simfonic de Anul Nou	Deschide programul lunii ianuarie la Filar-	2	Concert simfonic de Anul Nou	130.000

		monica „Oltenia” și prezintă un program de valsururi, polci și arii celebre ale faimoasei familii austriece de muzicieni, Strauss, pe modelul concertului de la Viena			
6.	Craiova Jazz Festival	Muzica de jazz și jazz simfonic în ideea de a veni în întâmpinarea unui public divers și deschis la noile evoluții muzicale.	4	Craiova Jazz Festival	300.000
AN 2023					
1.	Stagiunea clasică vocal - simfonică	Are în fiecare an o temă diferită, fie indicată de trendul internațional, respectiv atunci când celălalt o mare personalitate a muzicii sau atunci când anul în sine reprezintă o elogiare a unor	37	Stagiunea clasică vocal - simfonică	650.000

		evenimente.			
2.	Festivalul Craiova Musicală	Un proiect cu o diversitate de concerte, explorând zone culturale și epoci diferite.	7	Festivalul Craiova Musicală	310.000
3.	Gala Regală	Concert simfonic aniversar de la Decretul Regal din 17 aprilie 1947	1	Gala Regală	200.000
4.	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	Este o tradiție a Filarmonicii Oltenia de a aduce publicului un program de colinde din toate colțurile lumii	3	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	150.000
5.	Concert simfonic de Anul Nou	Deschide programul lunii ianuarie la Filarmonica „Oltenia” și prezintă un program de valsură, polci și arii celebre ale faimoasei familii austriece de muzicieni, Strauss, pe modelul concertului de la Vi-	2	Concert simfonic de Anul Nou	150.000

		ena			
6.	Craiova Jazz Festival	Muzica de jazz și jazz simfonic în ideea de a veni în întâmpinarea unui public divers și deschis la noile evoluții muzicale.	4	Craiova Jazz Festival	350.000
AN 2024					
1.	Stagiunea clasică vocal - simfonică	Are în fiecare an o temă diferită, fie indicată de trendul internațional, respectiv atunci când celelbrăm o mare personalitate a muzicii sau atunci când anul în sine reprezintă o elogiere a unor evenimente.	37	Stagiunea clasică vocal - simfonică	680.000
2.	Festivalul Craiova Muzicală	Un proiect cu o diversitate de concerte, explorând zone culturale și epoci diferite.	7	Festivalul Craiova Muzicală	327.000
3.	Gala Regală	Concert simfonic aniversar de la	1	Gala Regală	200.000

		Decretul Regal din 17 aprilie 1947			
4.	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	Este o tradiție a Filarmonicii Oltenia de a aduce publicului un program de colinde din toate colțurile lumii	3	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	150.000
5.	Concert simfonic de Anul Nou	Deschide programul lunii ianuarie la Filarmonica „Oltenia” și prezintă un program de valsură, polci și arii celebre ale faimoasei familii austriece de muzicieni, Strauss, pe modelul concertului de la Viena	2	Concert simfonic de Anul Nou	150.000
6.	Craiova Jazz Festival	Muzica de jazz și jazz simfonic în ideea de a veni în întâmpinarea unui public divers și deschis la noile evoluții muzicale.	4	Craiova Jazz Festival	350.000

AN 2025

1.	Stagiunea clasică vocal - simfonică	Are în fiecare an o temă diferită, fie indicată de trendul internațional, respectiv atunci când celălaltbrăm o mare personalitate a muzicii sau atunci când anul în sine reprezintă o elogiare a unor evenimente.	37	Stagiunea clasică vocal - simfonică	730.000
2.	Festivalul Craiova Muzicală	Un proiect cu o diversitate de concerte, explorând zone culturale și epoci diferite.	7	Festivalul Craiova Muzicală	350.000
3.	Gala Regală	Concert simfonic aniversar de la Decretul Regal din 17 aprilie 1947	1	Gala Regală	200.000
4.	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	Este o tradiție a Filarmonicii Oltenia de a aduce publicului un program de colinde din toate	3	Concerte tradiționale de colinde: "Iată vin colindători"	150.000

		colțurile lumii			
5.	Concert simfonic de Anul Nou	Deschide programul lunii ianuarie la Filarmonica „Oltenia” și prezintă un program de valsuri, polci și arii celebre ale faimoasei familii austriece de muzicieni, Strauss, pe modelul concertului de la Viena	2	Concert simfonic de Anul Nou	150.000
6.	Craiova Jazz Festival	Muzica de jazz și jazz simfonic în ideea de a veni în întâmpinarea unui public divers și deschis la noile evoluții muzicale.	4	Craiova Jazz Festival	350.000

*3) Bugetul alocat pentru programul minimal.