



Proiect de MANAGEMENT pentru
Filarmonica “Paul Constantinescu” Ploiești
Perioada 2021-2025



A) Evoluția instituției în raport cu mediului în care își desfășoară activitatea

1. colaborarea cu instituții, organizații, companii sau persoane juridice/fizice care se adresează aceleiași comunități;

În condițiile unui mediu economic național și internațional dinamic și complex, cu multiple crize financiare radicale se reconfigurează semnificativ economiile naționale și se redefinesc aspirațiile oamenilor. Considerăm că în societatea noastră, cultura a devenit o miză importantă, este un element central al luptei împotriva intoleranței și excluderii sociale, este un instrument al identității naționale, dar și unul al includerii sociale. Filarmonica „Paul Constantinescu” se impune să fie o instituție de cultură de prim rang în oraș, județ și țară, prin acțiunile sale, concertele și evenimentele generate, o Filarmonică de prestigiu care „trăiește” în prezent, inspirată din trecut, construind viitorul artistic. Activitatea Filarmonicii este legată de peste 83 de ani de la înființarea primei instituții muzicale din viața Ploieștiului, când cu sprijinul larg și entuziast al primarului C.T. Grigorescu au luat ființă cele două formații ale Primăriei: „Ceremonialul” și „Fanfara Comunei”. Un alt primar, tot așa de entuziast și priceput Nicolae Pâtă, a inițiat o nouă acțiune culturală din care au rodit „Școala Populară de Artă” și „Orchestra simfonică”. După aceste constituirii de orchestră, a luat ființă în anul 1952 orchestra simfonică „Ciprian Porumbescu” a treia formație simfonică ploieșteană. Datorită muncii neobosite a unor oameni de cultură precum Ion Baci, N. C. Debie, Al. I. Bădulescu, care au înțeles importanța pe care muzica cultă urma să o aibă în viața spirituală a județului Prahova, chiar într-o perioadă în care activitatea culturală era la începuturi, Filarmonica ploieșteană a evoluat rapid. Au fost organizate turnee în străinătate: Italia, Germania, Franța, Belgia, Spania, Grecia, Cehoslovacia etc. și realizate primele înregistrări la casa de discuri Electrecord, în anul 1967, sub bagheta dirijorului George Petrescu. Între anii 1970-1977, orchestra simfonică a Filarmonicii din Ploiești a imprimat, din creația muzicală românească, pentru postul național de radio 28 de piese, iar din reperoriul universal, cinci lucrări de referință din creația compozitorilor P. I. Ceaikovski, G. Mahler și A. Honegger. Activitatea de imprimări pentru postul național de radio a continuat până în anul 1990, aceasta reprezentând, la vremea aceea, și una dintre sursele de autofinanțare ale Filarmonicii.

Filarmonica „Paul Constantinescu” este una dintre cele mai prestigioase instituții de cultură din România și cuprinde orchestră simfonică, orchestra de muzică populară „Flacăra Prahovei”, Ploiești Jazz Trio, cvartetul de coarde „Chronos” și cor mixt. Recunoscute pe plan național și internațional datorită calităților profesionale, ansamblurile Filarmonicii ploieștene își dovedesc valoarea cu prilejul fiecărei reprezentații. A fost fondată în anul 1952 la inițiativa muzicienilor Carol Nicolae Debie și Ion Baci sub denumirea de Orchestra Simfonică „Ciprian Porumbescu”, iar în anul 1960 devine „Filarmonica de Stat Ploiești” prin unificarea Orchestrei Simfonice „Ciprian Porumbescu” cu Orchestra de muzică populară „Flacăra Prahovei”.

Orașul Ploiești este unul din marile centre economico-sociale ale țării, atestat documentar încă din anul 1597 de către Domnitorul Unirii din anul 1600, Mihai Viteazul. În deceniile următoare, din punct de vedere social și spiritual orașul s-a dezvoltat fiind impulsivat de un alt domnitor, Matei Basarab, cel care are o contribuție majoră în înlocuirea limbii slavone cu cea românească, în viața oficială, religioasă și civilă a Țării Românești

Filarmonica „Paul Constantinescu” dispune de un studio (unic în România, având dimensiuni foarte mari) în care se pot realiza imprimări pentru orchestra simfonică, orchestra simfonică + solist (pian, vioară, violoncel, canto etc.) orchestra simfonică + cor, orchestra de cameră, cvartet. Înregistrarea se face pe suport audio digital în format multicanal (multitrack) la o calitate superioară cu o rată de sampling de până la 192kHz și rezoluție de 32 de biți, prin protocol Dante de ultimă generație. Imprimarea se realizează cu o

selecție importantă de microfoane destinate înregistrării instrumentelor acustice și corului, fabricate de prestigioșii producători Neumann, DPA și Audio-Tehnica, amplificate cu preamplificatoare de microfon de la Focusrite.

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

Municipiul Ploiești are o poziție geografică și o tradiție muzicală similară cu cea a unor mari centre culturale ale lumii. Este unul din marile orașe ale țării având o populație estimată la aproximativ 230 mii locuitori, orașul bucurându-se de o viață culturală intensă, susținută de instituțiile publice de cultură, universitate, dar și de entități non-guvernamentale de profil. Printre instituțiile publice de cultură amintim: Teatrul “Toma Caragiu”, Biblioteca “Nicolae Iorga”, Muzeul Județean de Istorie și Arheologie - cu secțiile sale din municipiu (Muzeul Ceasului, Muzeul “Paul Constantinescu”, Casa Memorială “Nichita Stănescu”, Casa Memorială “Ion Luca Caragiale”), Muzeul de Artă “Ion Ionescu Quintus”, Galeriile de Artă.

Viața culturală a Municipiului Ploiești este susținută și de instituții precum: Școala Populară de Artă, Centrul Județean de Valorificare a Tradiției și Creației Populare, Inspectoratul Județean pentru Cultură, Casa de Cultură a Municipiului “Ion Luca Caragiale”, dar și Casa de Cultură a Sindicatelor.

Totodată, Municipiul Ploiești este și un centru universitar important al României, având pe lângă Facultăți cu profil tehnic și Facultăți cu profil umanistic : Facultatea de Litere, Facultatea de Științe Sociale și Politice, Facultatea de Drept Administrativ, etc.

Adăugând acestor instituții importante și valorosul și numerosul public tânăr potențial din Colegiile Naționale de elită, precum “Mihai Viteazul”, “I.L.Caragiale”, “Nichita Stănescu”, “Virgil Madgearu”, “A.I.Cuza”, și nu în ultimul rând “Carmen Sylva”, care reprezintă o mica „pepinieră artistică” pentru Filarmonica „Paul Constantinescu”.

Totodată în ultimii 5 ani s-au realizat parteneriate importante care au ridicat exponențial imaginea cât și standardul unei instituții de prestigiu, unei instituții care avea să devină în 2018, prin numeroasele acțiuni realizate de conducerea de la acel moment, o instituție de importanță națională.

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

În acest context cultural polivalent, Filarmonica „Paul Constantinescu” Ploiești a crescut semnificativ numărul de spectatori tineri și foarte tineri. Contextul în care există Filarmonica „Paul Constantinescu” este unic în România. Amplasat într-un oraș de factură mai mult comercială (capitala aurului negru), un oraș de tradiție (peste 83 de ani de la înființarea primei instituții muzicale din „viața” Ploieștiului), multicultural (greci, italieni, turci, evrei, etc). A conduce o filarmonică în acest oraș reprezintă o responsabilitate și o răspundere atât culturală cât și civică, presupunând o deschidere către nou, către interculturalitate, către Europa, nu numai spre membrii comunității din care face parte. De aceea, misiunea acestei instituții de tradiție este una de deschidere culturală , transparență, profesionalism. Mediul intern și extern influențează modul de elaborare al strategiilor manageriale și implementarea acestora la nivelul instituției. Flexibilitatea și adaptabilitatea sunt caracteristicile esențiale care trebuie luate în considerare pentru realizarea obiectivelor propuse.

Puncte tari (Strenghts)

- Ascensiunea și consolidarea identității au caracterizat parcursul ultimilor ani din istoria Filarmonicii ploiestene. Aceasta s-a făcut remarcata atât la nivelul activității cultural-artistice a instituției noastre

(bazata pe traditie si adaptata societatii contemporane), cat si la nivelul imaginii si al promovarii catre publicul larg (al carui cote de participare au atins un maxim – situatie fara precedent in istoria recenta a institutiei)

- Evolutia conceptuala s-a facut remarcata si caracterizeaza intreaga strategie de comunicare a institutiei – aducand rezultate pozitive in randul publicului larg, dornic sa primeasca constant informatiile institutiei intr-o forma mai putin formala. Design-ul atractiv a fost sustinut, de asemenea, de prezenta mai sustinuta in social media, de evenimente neconventionale, concerte si conferinte tematice, din dorinta si a constantei reveniri in peisajul cultural si social ploiestean, prahovean.
- Filarmonica din Ploiesti își reconfirmă statutul de principal for cultural al județului si nu numai prin deschiderea față de proiecte inovative și de vastă adresabilitate, ce invită întreaga comunitate locală la descoperirea eleganței, rafinamentului și participarea la evenimente cultural-artistice aduse în centrul publicului meloman si nu numai. Aceste inițiativă artistice își continuă parcursul creativ și social, ce aduce filarmonica mai aproape de comunitatea locală, transformând-o într-o ”filarmonica a noastră”, oferind publicului artă, cultură și bucurie în mod inedit.
- O echipă consolidată care a mărit considerabil ritmul de activitate comparativ cu anii trecuți. Singura institutie de gen din Romania cu atat de mult compartimente artistice
- Realizarea unor concerte și proiecte cu un impact deosebit în activitatea culturala a Municipiului Ploiesti si nu in ultimul rand a Romaniei
- Crearea unor parghii de prospecție culturală permanentă – ridicarea ștachetei față de instituțiile asemănătoare – la acest moment fiind una dintre cele mai bine cotate instituții de acest gen la nivel național
- Creșterea numărului de beneficiari ai institutiei - numărul melomanilor și al abonamentelor a crescut considerabil, mai ales o data cu implementare achiziției biletelor on-line, urmând în cel mai scurt timp să trecem și la plata cu card bancar.
- Realizarea imaginii identitare a Filarmonicii, impregnarea acesteia în ochii publicului larg și impunerea acesteia în zona culturală din România
- Gradul ridicat de ocupare a sălii de spectacol, ce variaza procentual între 95-100%, cu ocazia fiecărei reprezentații din programul de spectacole al Filarmonicii – procente susținute atât de rapoartele economice ale anului fiecărui an din raportul de management, cât și prin creșterea nivelului de răspuns și reacție la publicarea și promovarea agendei, stagiunii institutiei ploiestene
- Diversificarea publicului local cu spectatori veniți în mod regulat din alte județele sau orașe (conform datelor primite de pe portalul de vânzare online Entertix si ove.ro). Aceștia apreciază calitatea actului nostru artistic, deseori publicul din Bucuresti fiind foarte numeros.
- Realizarea unor investitii foarte importante – instrumente si aparatur[pentru studioul de inregistrari sau pentru studio-ul de LIVESTREAMING in valoare de peste 350.000 euro

sală cu acustică bună;

- site atractiv, ușor de accesat, cu un conținut care răspunde nevoii de informare a publicului;

perfecționarea permanentă a persoanelor care activează în departamentele de marketing, relații cu publicul, grafică;

- mobilitatea artiștilor, care își îmbogățesc experiența și pe alte scene din țară sau străinătate;
- Identitatea, traditia si istoricul filarmonicii ploiestene au fundamental unui elitism cultural respectat pe parcursul celor peste 65 de ani de activitate si mentinut in continuare prin activitatea artistica si initiativele culturale intreprinse.

- promovarea continuă a cooperării naționale și internaționale, prin concerte și spectacole și turnee în țară și străinătate

Puncte slabe (weaknesses)

- Creșterea mult prea rapidă a instituției în raport cu țintele manageriale - pericolul unor crize de creștere (confirmarea teoriilor organizaționale Adizes-Greiner!) – **din păcate acest aspect este tot mai pregnant, chiar și în anul 2020, deși au fost implementate mai multe căi de comunicare, procedure de transparență și nu numai – speram ca pe viitor să echilibram.**
- nivel redus al veniturilor proprii obținute din sponsorizări – **deși în fiecare an au crescut considerabil sponsorizările și donațiile, nu sunt încă la nivel dorit, la nivelul „normalității” europene.**
- Numărul insuficient de posturi pentru activitățile instituției, în special pe partea tehnică, organizatorică
- Pregătire slabă a angajaților cât și stagnarea acestora într-o mentalitate depășită de cel puțin 20 de ani – învechire.
- fonduri insuficiente pentru realizarea și a unor spectacole de operă și balet care presupun montări de anvergură și pentru invitarea unor colaboratori de calitate. Aceștia sunt necesari pentru a suplini lipsa personalului din compartimentele soliști, cor, orchestră, balet;
- spații insuficiente pentru repetiții,
- personal artistic, de specialitate, tehnic și administrativ insuficient;

Oportunități (opportunities)

- Creșterea numărului colaborărilor naționale și internaționale cu instituții de cultură, artiști renumiți și importanți reprezentanți culturali – colaborări și parteneriate ce atrag o vizibilitate deosebită Filarmonicii „Paul Constantinescu” Ploiești, noi oportunități cultural-artistice pentru instituție și oraș, precum și ocuparea unei poziții fruntase pe harta europeană a operatorilor culturali
- Posibilitatea de a ajunge în top 10 European al instituțiilor de acest gen
- Contextul European în care se pune accent pe profesionalism, inovator și tradiție – **mai ales odată cu PANDEMIA, se vor face diferențieri foarte mari între instituțiile care performează și cele care doresc doar să „supraviețuiască”. Pentru Filarmonica ploieșteană acest aspect poate constitui un avantaj dacă este bine manageriat.**
- Prezentarea artiștilor Filarmonicii ploieștene în cadrul unor festivaluri și colaborări culturale naționale și internaționale – sporindu-le acestora vizibilitatea și aprecierea, precum și oportunitatea unor viitoare colaborări fie pentru ei fie pentru instituția pe care o reprezintă.
- Identificarea unor nevoi și chiar unor strategii culturale noi
- Sporirea accesului publicului larg la un act artistic impresionant, ce îi oferă o nouă perspectivă, disponibilitate și interes pentru cultură și artă.
- Existența unor parteneriate de prim rang la nivel național și internațional
- Existența și participarea la programe de finanțare naționale și internaționale
- Atragerea și dezvoltarea unei imagini culturale moderne pentru orașul Ploiești, o capitală culturală

- asigurarea funcționării prin subvenții de la bugetul de stat;
- concurența directă aproape inexistentă;
- existența unor parteneri de prim rang;
- posibilitatea de a stabili parteneriate cu instituții similare și cu instituții culturale cu
- profil diferit (universități de artă, teatre, muzee);
- existența și participarea la programe de finanțare naționale și internaționale.

Amenințări (Threats)

- Lipsa unei săli de concerte în care s-ar putea realiza și alt tip de evenimente: opera, operete, baluri, etc. – **un aspect care devine pe tim ce trece, tot mai necesar, managementul Filarmonicii al anilor 2015 – 2020 a demonstrat o creștere exponențială care a adus totodată și o mare responsabilitate în calitatea evenimentelor, prestanță, eleganță și rafinament.**
- posibilități reduse de a atrage sponsorizări (interes redus pentru domeniul culturii, lipsa unui act normativ stimulator);
- Corectarea mult prea lentă a legislației care afectează direct statutul și cadrul normative al instituției
- Instabilitatea legislative și politică, mai ales în anul 2020, în contextual Pandemiei
- legislație neadecvată la nevoile instituțiilor de cultură
- Numărul **încă** redus de personal tehnic al instituției, de personal implicat în organizarea sălii de spectacol, personalul administrativ și specializat în tematica fundraising-ului.
- Lipsa bugetelor multianuale, poate una dintre cele mai grave probleme ținând cont de faptul că acest tip de instituții funcționează pe stagii.
- Lipsa cu desăvârșire a unor **strategii** culturale bine definite la nivel național cat si local.
- contextul social-economic și legislativ;
- tendința de scădere a consumului cultural;
- prezența mult mai vizibilă și agresivă a televiziunii și a unor forme de divertisment;
- nealocarea de subvenții la nivelul solicitat;
- Legea sponsorizării nemotivată pentru multinationale, iar campaniile de CSR tot mai rare.

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

Începând chiar de la preluarea funcției de manager al Filarmonicii „Paul Constantinescu” Ploiești, în anul 2015, am decis elaborarea unei noi identități de imagine a instituției. Aceasta era strict necesară, întrucât modalitățile de promovare vizuală ale instituției erau practic inexistente la momentul preluării mandatului. Pe parcursul celor 5 ani am fost preocupat în permanență de reflectarea promptă, detaliată, a activității depuse. Relația cu presa locală și națională a fost foarte bună, acțiunile Filarmonicii ploieștene fiind intens popularizate, fie prin articole, fie prin publicarea unor spoturi ori casete publicitare. În activitățile de marketing ne-am și ne vom orienta spre creșterea încrederii și a îmbunătățirii opiniei publice printr-o serie de acțiuni folosind elementele de bază a relațiilor publice: cercetarea, planificarea, comunicarea și evaluarea.

Realizarea identității vizuale și evoluția acesteia printr-un proces de branding și rebranding, necesar comunicării publice a activității instituției și plasarea acesteia în conștiința beneficiarilor. În decursul a **5 ani** instituția a suferit mai multe modificări cu privire la imaginea în spațiul public, în special pe partea de design.

Acțiuni:

Menținerea identității vizuale a instituției și diseminarea acesteia pe toate materialele de promovare; O nouă siglă un nou brand, folosirea acestei sigle în toate conferințele, afisele, mediatizare; Totodata folosirea unor sigle specific si nu in ultimul rand a unor material pentru fiecare compartiment artistic: orchestra simfonică. Orchestra folclorică, cvartetul Chronos, Ansamblul de Brass, Ploiesti Jazz Trio si Big Band. Realizarea unui concept reprezentativ pentru fiecare stagiune.



Acțiunea de comunicare include toate activitățile menite să asigure transmiterea de informații în ambele sensuri: de la și către instituție. „Comunici, deci ești!” Tipul comunicării diferă în funcție de importanța și complexitatea evenimentului. În afara activității generale (redactarea comunicatelor de presă, întocmirea mapelor de presă, eliberarea invitațiilor și transmiterea lor către lista de protocol, distribuirea programelor de sală către spectator, monitorizarea mediatizării post- eveniment) ne preocupă în mod constant identificarea posibililor parteneri media, crearea unui sistem nou de date a partenerilor media și a publicațiilor cultural.

Marketingul teritorial este o strategie care are drept obiectiv dezvoltarea unei anumite regiuni. Integrează activități de dezvoltare a resurselor și valorilor specifice unei zone, precum și de promovare a acestora în exterior. Principalele rezultate sunt atragerea investițiilor (nu doar în turism sau alte activități comerciale, ci și în domenii culturale și sociale), dezvoltarea unei imagini atractive, precum și o creștere a coeziunii interne și a funcționalității economice.

Proiectarea și implementarea strategiei de marketing presupune un set complex de inițiative, care implică un mare număr de actori publici și privați, reuniți într-un sistem de tip rețea, care se coagulează treptat. Cadrul general poate varia de la regiune la regiune, ținând cont de anumite variabile locale, cum ar fi nivelul de dezvoltare, tipurile și caracteristicile actorilor, implicarea comunităților locale, contextele politic și cultural etc. Toate aceste aspecte trebuie luate în considerare când se planifică o strategie de marketing teritorial. Aceasta se bazează pe politici locale, dar, pentru a avea succes, este recomandată includerea unei dimensiuni inovatoare a guvernării. La baza acesteia se află o alianță strategică cu toți stakeholderii principali.

Instrumentele integrate în strategia de marketing pot și ele să difere. Strategiile propuse sunt operaționalizate printr-o multitudine de instrumente, cum sunt planuri strategice, planuri de marketing teritorial, proiecte legate de urbanizare, mediu și turism etc. În acest context, se propune o planificare adecvată în ceea ce privește informarea, pregătirea și clădirea consensului.

Pentru a asigura eficiența setului de politici și strategii, marketingul va ține cont de următoarele etape principale: definirea partenerilor cheie, conceperea activităților principale, identificarea resurselor, sugerarea propunerilor valoroase, planificarea relațiilor cu clienții, segmentarea publicului, stabilirea canalelor și proiectarea bugetului

O atenție specială trebuie acordată resurselor regiunii. Tendința este de a se sublinia unele aspecte, în multe cazuri prin valorificarea bunurilor principale (legate de turism, în unele cazuri, legate de industrie, în altele). O strategie complexă de marketing teritorial ține cont de toate oportunitățile de dezvoltare, valorificându-le pe piețe diferite. De exemplu, resursele naturale pot fi exploatate industrial, comercial sau într-un context de recreere, precum și socio-cultural. Tradițiile locale pot fi valorificate atât într-un context turistic, cât și într-unul socio-cultural. Proprietățile de patrimoniu pot fi considerate ca elemente de atragere a investițiilor atât

pentru societăți comerciale cât și pentru organizații non-profit, ținându-se cont nu doar de utilizarea comercială, cât și de cea socio-culturală.

Strategia implementată de promovare a programelor/proiectelor include diseminarea informației în mass-media scrisă, audio-video și electronică, pe suporturi neconventionale și conventionale, astfel:

- **conferințe de presă** (presa locală și națională - în funcție de eveniment, de ex. Festivaluri internaționale): ziare, reviste, televiziuni, radiouri, presa electronică)
- **realizarea unei aplicații android / IOS** pentru a promova activitatea și evenimentele instituției în timp real – astfel informația va ajunge automat pe telefoanele/tabletele tuturor abonaților
- **comunicate de presă** (presa locală, națională și internațională, agenții de presă)
- **newsletter** - publicitate outdoor: mesh-uri, bannere, afișaj exterior în locații proprii - publicitate indoor: afișaj interior pe panouri proprii (instituții publice, centre comerciale)
- **realizare spot video** cu difuzare pe ledscreen televiziuni, parteneri, mijloace de transport în comun, site propriu) - realizare flyere distribuite în locuri cu trafic intens
- **alocarea pe site-ul** propriu a unei pagini dedicate proiectului promovat (fotografii, afiș, spot video, biografii, recenzii, articole presă) Strategia aplicată în urma evaluării ultimei stagiuni se axează pe următoarele coordonate:
- **concursuri cu premii** desfășurate la televiziuni, radiouri, ziare, tombola sau cu ocazia unor diferite evenimente)
- **intensificarea promovării** în instituțiile de învățământ, instituțiile publice și societăți comerciale în vederea aducerii la spectacole a grupurilor organizate.
- **ocuparea diferitelor spații de emisie** (tv., radio) dedicate proiectului promovat (invitați dirijori, artiști, instrumentiști) - organizarea protocolului pentru fiecare proiect în parte (invitarea oficialităților, partenerilor și a oamenilor de cultură la aceste evenimente)
- **poziționarea instituției** ca filarmonică tânără, novatoare, deschisă, comunicativă și apropiată de publicul său (diseminarea informației pe suporturi noi, neconvenționale, cu audiență sporită: site-uri de socializare Facebook, Twitter, YouTube, site-uri accesate cu preponderență de un public ținut activ, televiziuni online).
- **extinderea promovării** outdoor/indoor prin realizarea de noi parteneriate pentru a se maximiza vizibilitatea imaginii și a proiectelor filarmonicii.
- **promovarea online** a producțiilor filarmonicii pe site-urile festivalurilor internaționale - atragerea publicului în sălile de spectacol și promovarea imaginii filarmonicii în mass-media (influențarea se face prin găsirea punctului de atracție al fiecărui eveniment, crearea știrii în jurul evenimentului, a titlului comunicatelor de presă, selecția fotografiilor, captarea privirii prin identitatea creată pentru fiecare producție).
- **intensificarea promovării** pe suporturi video și audio (spoturi TV, promo-uri radio) ca urmare a tendinței generale a publicului de a accesa informația din aceste surse.
- **realizarea unei stagiunii** de concerte simfonice / populare având ca „rețetă” stagiunea on-line a Filarmonicii din Berlin – Germania.

Reflectarea consecventă în mass-media a stagiunii integrale de concerte a Filarmonicii „Paul Constantinescu”, evidențiind atât stagiunea simfonică cât și cea folclorică, punând în valoare acțiunile de interes și atractivitate din perspectiva motivației și captării interesului publicului larg pentru participare (*încheierea unor Protocoale de Parteneriat cu reprezentanții mass-media, în care să se stipuleze condițiile legale de promovare a spectacolului, considerând consecințele: Legii Drepturilor de Autor nr. 8 din 14 martie 1996; Ordonanței nr. 124 din 31 august 2000 pentru completarea cadrului juridic privind dreptul de autor și drepturile conexe, prin adoptarea de măsuri pentru combaterea pirateriei în domeniile audio și video, precum și a programelor pentru calculator; Legii nr. 285 din 23 iunie 2004 pentru modificarea și completarea Legii nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe*)

Realizarea și organizarea unor spectacole muzicale tematice, care să evidențieze importanța creației muzicale universale și autohtone / cicluri tematice (genuri muzicale, curente componistice, prezentarea unor medalioane interpretative (artiști reputați, comemorări, aniversări propuse anual de foruri culturale europene sau mondiale – ex. UNESCO).

Realizarea periodică a unor analize sociale pe baza unor chestionare, din care să poată rezulta cauzele-premisele evoluției / involuției fenomenului muzical / finalitățile culturale ale societății la nivel general, cu posibilitatea extinderii concluziilor la scală regională sau națională, și nu în ultimul rând al organizării stagiunilor, propunerea de noi invitați, etc.;

Nu în ultimul rând se va pune un mare accent, pe lângă toate formațiile Filarmonicii ploieștene, în viitor vom promova foarte mult inclusiv capacitatea tehnică a instituției în a organiza evenimente, concerte și spectacole de prim rang, prin utilizarea aparaturii Studioului Filarmonicii cât și a noii platforme on-line ViCo Hall (Virtual Concert Hall) **“Virtual Concert Hall”** este un studio video pe care **Filarmonica “Paul Constantinescu” din Ploiești** l-a înființat pentru a îmbunătăți accesul la cultură, pentru a-și promova formațiile (orchestra simfonică, orchestra de folclor, cor mixt, trio de jazz, cvartet de coarde), pentru a consolida antreprenoriatul cultural și a dezvolta publicul, într-un mediu în continuă schimbare și ca formă de redare a produsului cultural-artistic cât și de percepere și utilizare a acestuia. Astfel, spectatorii pot urmări la cerere toate evenimentele organizate de către filarmonica ploieșteană live, sau accesând arhiva electronică, de pe orice device: telefon mobil, laptop, ecran TV, oriunde s-ar afla, cu ajutorul unor aplicații special concepute pentru confortul utilizatorilor, ce se vor îmbunătăți periodic și în funcție de feedback-ul acestora. Prin intermediul platformei **“Virtual Concert Hall”** punem la dispoziția publicului mai multe categorii de producții și servicii culturale, ce vor putea fi urmărite în toată lumea: concerte simfonice, concerte de folclor, recitaluri, concerte și festivaluri de jazz, din sfera educativă (concerte-lecție, workshop-uri, masterclass-uri, conferințe), documentare și producții artistice care au la bază istoria culturală a minorităților și grupurilor sociale, etnice și culturale, vizând creșterea conștientizării publice cu privire la diversitatea culturală, producții cultural-artistice cu abordări interdisciplinare, magazin virtual.

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

Singurele surse de informare până în acest moment sunt biletele și abonamentele promovate și vândute. Din păcate până în momentul de față nu reiese o altă sursă internă pentru a putea descoperi categoriile reale de beneficiari. Totuși printr-o analiză simplă a biletelor vândute putem să deducem vârsta melomanilor după modul de achiziționare. Concluzia simplă ar fi că numărul de bilete vândute la preț întreg corespunde segmentului de vârstă 25-50 de ani, iar cel de bilete reduse se împarte între segmentul 5-25 și peste 50. În viitor vom încerca elaborarea unor sisteme de calcul și cercetare simple, bazate pe sondaje și o analiză succintă a informațiilor obținute din sistemul de vânzare a biletelor atât on-line cât și la casa de bilete a instituției. Cu ajutorul aplicației pentru telefoanele mobile „Filarmonica Ploiesti” vom începe să implementăm un sistem de chestionare pentru a afla mai multe informații despre cine sunt, de unde vin și ce își doresc spectatorii Filarmonicii ploieștene. Totodată ne dorim să implementăm un studiu profesionist, realizat de o companie specializată în acest domeniu pentru a putea ști care sunt categoriile de beneficiari ale instituției noastre și cum putem direcționa eforturile de promovare și/sau artistice în direcțiile corecte. Totodată de un real folos ne-au fost și ne vor fi de folos analizele privind consumul cultural, realizate de către Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală, precum și cercetările sociologice elaborate de către Institutul de Marketing și Sondare (IMAS).

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

Ca urmare a ofertei culturale diversificate precum și a facilităților acordate elevilor, studenților și pensionarilor, publicul țintă este divers provenind din toate categoriile de vârstă, sociale și profesionale. Principalul grup-țintă al Filarmonicii ploieștene este format din **publicul fidel concertelor clasice, simfonice, folclorice de jazz dar și spectacolelor de operă, operetă, balet** – educat în spiritul culturii și al artei, fin cunoscător și analist al artelor. Caracteristicile sale sociodemografice îl afirmă ca și un public matur (vârstă medie 40-65 de ani), cu studii superioare. Această categorie de spectatori este una fidelă, se regăsește frecvent în sala noastră de spectacole și apreciază repertoriul clasic universal, emblematic pentru teatrul nostru de operă, dar se dovedește atras și de evenimentele alternative, plasate în locații neconvenționale. Grupul țintă al Filarmonicii „Paul Constantinescu” este format din întreg sistemul autorităților care au în subordonare instituții publice de cultură, întreaga rețea a instituțiilor publice de învățământ și cultură la nivel național, la care se adaugă organizații independente cu activitate culturală și instituții de învățământ vocațional sau centre universitare, precum și publicul larg. Utilizând toate instrumentele de promovare care există la dispoziția filarmonicii (relații publice, publicitate, promoții, marketing direct), instituția a inițiat o serie de campanii care să informeze publicul cu privire la profilul, misiunea și valrile instituției. Acesta este un pas absolut necesar și prioritar, pe lângă campaniile planificate pentru promovarea premierelor sau altor evenimente speciale. Filarmonica trebuie să aibă o poziționare clară pe piața culturală și deci în harta mentală a publicului. Este necesară așadar conceperea unei campanii de brand, care să asocieze clar instituția, cu logotip-ul (sigla) ei, cu imaginea noului sediu, un slogan sugestiv ales al instituției etc.

Motto: „Muzica noastră conține totul și ne poate da totul”

Actualizarea permanentă a website-ului oficial al instituției **www.filarmonicaploiesti.eu/ro**, este de asemenea o măsură luată pentru îmbunătățirea imaginii instituției, reprezentând o sursă foarte importantă de informare, oferind publicului programul complet permanent actualizat, distribuțiile spectacolelor, anunțuri importante legate de activitatea instituției, știri despre cele mai importante evenimente (premiere, invitații speciali, debuturi, evenimente conexe – lansări de carte, expoziții ș.a), informații practice despre bilete (categorii de preț, planul sălii, programul casei de bilete etc.), istoricul instituției, repertoriul complet, echipa filarmonicii (organigrama instituției, CV-urile artiștilor), date de contact ș.a.

a.6. profilul beneficiarului actual

Beneficiarii Filarmonicii – pe parcursul celor 5 ani, am transmis informații detaliate către publicul nostru țintă astfel încât studiile și cercetările realizate au fost diseminate către aproximativ 350.000 de persoane, instituțiile și alte organisme făcând parte din aceasta diseminare.

Sfârșitul anului 2019 a reprezentat de fapt extinderea și creșterea exponențială a vizibilității instituției, dar mai mult de atât a reprezentat

menținerea nivelului ridicat autoimpus de-a lungul celor 5 ani. Efortul de comunicare și de diseminare a proiectelor și concertelor a fost repede asimilat și din pricina existenței unor nevoi în spațiul public, nevoi cărora Filarmonica „Paul Constantinescu” a reușit să le iasă în întâmpinare.

Din publicul țintă principal fac parte în general persoane educate, cu studii medii sau superioare și cu venituri peste medie, ce vin la Filarmonica individual sau în familie. Cautăm păstrarea și creșterea acestei categorii de public, de aceea avem în vedere constituirea de grupuri de iubitori ai Filarmonicii (vezi pagina de facebook „Prietenii Filarmonicii”) și de realizarea de evenimente speciale. Într-un viitor apropiat ne propunem creșterea prețului biletelor, considerând că această categorie de public este dispusă să plătească un anumit procent în plus / bilet.

A doua categorie de public este formată din persoane ce își manifestă interesul și entuziasmul. Sunt persoane mai puțin sau deloc familiarizate cu „ideea de Filarmonica”, care simt o oarecare rețineră în fața

necunoscutului acestui domeniu, dar care reacționează pozitiv în momentul întâmpinării lui prin evenimente inedite, ce îi oferă ocazia de a intra în contact cu artiștii în propriul mediu de confort.

Managementul pe care l-am propus și îl voi menține are un caracter preponderent *participativ*, în sensul implicării în sistemul decizional a specialiștilor pro- activi și a eliminării, pe cât posibil, a celor cu atitudine pasivă în raport cu performanțele și activitatea instituției.

Nu în ultimul rând ne propunem ca prin toate evenimentele organizate, parteneriatele încheiate, să putem veni mai aproape de publicul tânăr. În 2020 au fost mai multe colaborări în cadrul școlilor și liceelor din Ploiești și Prahova susținând diferite concerte lecție pentru toate categoriile de elevi. Vom continua și în următorii ani cu aceste demersuri, educând și formând viitorul public!

B) Analiza activității instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia:

b.1. analiza programelor și a proiectelor instituției;

În ultimii 5 ani misiunea Filarmonicii ploieștene a fost aceea de a contribui în mod fundamental la promovarea pe plan național și internațional a valorilor artistice autohtone și universale din domeniul artelor spectacolului. Pentru următoarea perioadă de management imi propun stabilitate și evoluție sigur prin pași bine calculați. Filarmonica Ploiești a pus accent pe organizarea unor concerte și spectacole care să acopere o paletă largă de genuri (concerte clasice, de jazz, folclorice, operă, operetă, balet, musical, spectacole în aer liber, evenimente speciale) în rezonanță cu politicile culturale la nivel național și cu strategia culturală a managementului proactiv.

1. Mickey Mouse la Filarmonică (Darth Vader și Mickey Mouse)

În fiecare an s-au realizat toate proiectele propuse în proiectul de management. În schimb, începând cu anul 2019, o dată cu extinderea compartimentului de organizare evenimente am reușit să punem mai mult accent și pe evenimentele educative (pentru copii, elevi sau studenți) astfel:

A. Proiecte inițiate și organizate pe parcursul anului 2019

B. Consider că din punct de vedere al lecțiilor concert acestea au avut o evoluție bună atât ca diversitate a temelor cât și a numărului de lecții concert și a numărului de beneficiari (elevi, studenți, cadre didactice, parteneri, sponsori).

C. În perioada ianuarie 2019 - iunie 2020 s-au desfășurat lecții educative la sediul filarmonicii sau în afara sediului la care au participat **aproximativ 3930 de copii și tineri din mai multe institutii de invatamant din Ploiesti, judetul Prahova si jud. Alba.**

Lecții educative ianuarie 2019 -martie 2020

Elevi primar	ciclul gimnazial	Elevi liceal	ciclul	Studenti	Total	
1	Lectii concert folclor	988	350	0	20	1358
2	Lectii concert muzica corala	70	60	30		160
3	Lectii concert jazz	60	0	390		450
4	Lectii muzica	512	700	750		1962

	clasica				
Total	2055	1015	860	20	3930

2. Programul *Meloterapia* sau MUZICOTERAPIA

De cele mai multe ori suntem propriii noștri terapeuți, chiar fără să realizăm acest lucru, când după o zi obositoare ajungem acasă și primul lucru pe care îl facem pentru a ne relaxa este să ascultăm muzica preferată. Ne recăpătăm imediat liniștea, simțim cum stresul dispare, cum gândurile negative fac loc celor frumoase, iar depresia care pusese stăpânire pe noi face loc fericirii. Meloterapia poate trata tulburările mentale sau afective, anumite blocări mentale, agresivități ascunse, dar și câteva boli psihosomatice, cum ar fi astmul sau problemele de alimentație. Muzica trezește spiritul de libertate, conștiința, îndepărtează pesimismul și melancolia, îmbunătățește calitatea somnului și creativitatea, reducând stările de stres și depresie.

4. Programul *Classic Meets...*

- Acest program are ca scop intersectarea unei orchestre simfonice cu un stil tradițional al unei anumite țări (Grecia, România, Irlanda, Italia, etc.) – realizând mai multe spectacole având ca protagoniști orchestra simfonică, formații profesionale de dans tradițional, instrumente specific. Ex. *Classic Meets Irish*, *Classic Meets Greek*

- Realizarea a minim 1 concert / an (dirijor Vlad Mateescu) cu posibilitatea promovării și implementării proiectului sub formă de pilulă și în alte locații

s-au luat câteva din piesele tradiționale scrise în general pentru formații/band-uri și ansambluri de dansuri și au fost reorchestrate pentru orchestra simfonică păstrând elementele importante de ritm și muzicalitate

- s-a urmărit realizarea unui parteneriat cu minoritățile naționale invitând astfel formații și ansambluri de dansuri tradiționale (specific unei alte țări

în fiecare an) de renume. Ex- Uniunea Elena din Romania

- Produsul finit: pe aceeași scenă orchestra simfonică, dirijorul, formația/band-ul și ansamblul de dansatori dansând pe muzica interpretată de orchestra Filarmonicii.

Balul Ploieștilor, Balul Vienez, Balul Melomanilor, Balul oamenilor de afaceri, Balul partenerilor/sponsorilor instituției, Bal caritabil

Ne-am propus ca fiecare dintre balurile mai sus menționate să se desfășoare în Sala Coloanelor a Palatului Culturii, urmând a se realiza un parteneriat cu aceasta, implicit cu Consiliul Județean Prahova.

Evenimentele se desfășurată astfel:

- Preluarea și conducerea invitaților cu mașini de lux către sala de spectacole – Ford / BMW / JEEP

- Primirea invitaților pe covor roșu cu hostess și cvartet

- Conducerea invitaților către mesele lor (cocktail cu mese rotunde, specific unui bal vienez)

- Amenajarea unui spațiu expozițional pentru obiecte de artă și picturi oferite spre donație/vânzare (în funcție de cauza balului)

Susținerea unui concert simfonic extraordinar având ca program artistic în special lucrări ale marilor compozitori, regi ai valsului (ex. Strauss).

- Pe parcursul concertului lumea a fost invitata la dans, încurajată de cele câteva perechi de dansatori copii/adulți care au creat atmosfera necesară unui bal

5. Stagiunea de Musical

- Printr-un parteneriat dezvoltat cu Teatrul „Toma Caragiu” Ploiești și nu numai, Filarmonica „Paul Constantinescu” si-a propus sa organizeze cel puțin o data pe an un **Musical** (Chicago, My fair lady, West Side Story, etc.) – Eforturile au fost considerabile în acest sens. Din pacate nu dispunem de o sala propice unor asemenea evenimente nici pana în momentul de fata. Fosa Casei Sindicatelor inca nu a fost pusa în folosita desi anuntarea acestui aspect a fost de mai bine de 4 ani. În schimb, pentru prima oara la Ploiesti a fost pus în scena **Poemul Coregrafic (balet) „Nunta în Carpati”** de Paul Constantinescu amplsand si montand o scena peste scena, simuland ideea unei fose

6. Multiculturalitate (Alfabetul Convietuirii)– unitate în diversitate : printr-un parteneriat realizat cu Primăria Ploiești, cu Guvernul României – Direcția Relații Interetnice, Institutul Cultural Român și organizațiile minorităților(Uniunea Elenă, Uniunea Armenilor, Asociația Liga Albanezilor Uniunea Bulgară din Banat, Uniunea Croaților, Federația Comunităților Evreiești, Forumul Democrat al Germanilor, Uniunea Democrată Maghiară, Uniunea Polonezilor, Partida Romilor Pro Europa, Comunitatea Rușilor Lipoveni, Uniunea Sârbilor, Uniunea Democrată a Cehilor și Slovacilor, Uniunea Democrată a Tătarilor Turco-Musulmani, Uniunea Democrată Turcă, Uniunea Ucrainenilor și Uniunea Culturală a Rutenilor)am reusit realizarea Festivalului **Alfabetul Convietuirii** – transmis în direct de catre TVR1 si pentru prima data on-line pe facebook.

amenajarea mai multor locații pentru vizionare filme, chill-out, scene pentru concerte susținute de formații/orchestra

- Dezvoltarea unor standuri expoziționale reprezentative pentru fiecare minoritate participant (greci, italieni, germani, sârbi, etc.)

- Concerte/ recitaluri de muzica clasică în context interetnic

- Susținerea de spectacole ale minorităților: dansuri și muzică tradițională

- Prezentarea tradițiilor minorităților implicate în festival

7. Operă, operetă și vocal-simfonic

- Susținerea a câte unui concert din fiecare tip menționat pe parcursul unei stagiuni: opera în concert, Gala Uverturilor de opera și operetă și un concert vocal-simfonic

8. Stagiunea Simfonică

În perioada, 2015 – 2020, am avut în vedere următoarele:

- Realizarea unei stagiuni de concerte pe o perioada de minim 2 ani - am reusit pe 3 ani. Din pacate, un impediment major a fost aprobarea bugetului tarziu în cursul anului 2019, fapt ce a dus la modificarea structurii stagiunii de concerte, iar mai târziu, în martie 2020 **starea de urgență a blocat întreaga stagiune din cauza COVID-19**

- Realizarea distribuțiilor pentru fiecare spectacol cu 1 an înainte

- Realizarea unor caiete program fie în format tipărit fie în format electronic – realizate broșuri si caiete stagiune atat format electronic cat si tiparit

- Realizarea afișelor în format electronic pentru a putea promova mai ușor și cu rapiditate evenimentele

În ceea ce privește partea artistică, compozitorii în special, s-a avut în vedere realizarea unor stagiuni care să puncteze atât dezvoltarea performanțelor orchestrelor (atât cea simfonică, cât și cea populară) dar și dezvoltarea „apetitului” publicului meloman pentru concerte simfonice/camerale/populare.

- **Soliștii** importanți care au fost invitați în perioada 2015 – 2020: **Liviu Prunariu** (concert-maestru al Concertgebouw Amsterdam, **Bogdan Zvoristeanu** (concert-maestru al „Suisse Romande Orchestra”), **Josu de Solaun** – câștigător al Concursului de pian „George Enescu, **Ștefan- Tarara** - câștigător al Concursului Internațional de violoncel „George Enescu”, Anne Sophie Mutter, Dan Grigore, Christian Zacharias, Valentina Nafornița, Alexandru Tomescu, Valentin Gheorghiu, Daniel Podlovschi, Luminitza Petre (Stuttgart), Catalin Rotaru (SUA), Rodin Moldovan, Razvan Suma, etc.

- **Dirijorii** importanți care au fost invitați în perioada 2015 – 2020: Horia Andreescu, Cristian Brâncuși, Cristian Mandeal, Camil Marinescu, Walter Hilgers (Germania – fondator al German Brass si membru al Orchestrei Simfonice din Viena timp de 24 de ani) – caruia i se va propune si preluarea functiei de dirijor invitat permanent, Cristian Orosanu, Tiberiu Oprea, Leonardo Quadrini, Ion Marin, Gabriel Bebeselea, Tiberiu Soare, Iosef Prunner, Cristian Florea, Vlad Conta.

Stagiunea populară - Orchestra Populară „Flacăra Prahovei” si-a continuat tradiția unui program bogat de evenimente lunare atât la sediul instituției cât și în cadrul unor Festivaluri / concursuri Naționale de mare anvergură, care au propus publicului întâlnirea cu folclorul de calitate, cu cei mai cunoscuți și apreciați soliști ai genului.

- Incepand cu anul 2017 apare in proiectul de management si Stagiunea de Jazz. – stagiunea realizata in totalitate – minim 12 concerte pe an.

- Avand un nou compartiment, un **combo de jazz**, format chiar din vedete ale jazz-ului romanesc, cu rezultate remarcabile la nivel mondial - (Sorin Zlat pian, Razvan Cojanu – contrabass, Laurentiu Stefan – tobe) s-a format o structura stabile a unui compartiment, unic dealtfel in Romania. Este un compartiment ce a fost lansat intr-o stagiune aniversara si care, in cadrul Ploiesti Jazz Festival, in premiera pentru Romania a dat nastere **Ploiesti Big Band** (un ansamblu format din 20 de instrumentisti cu experienta in bebop, jazz, swing, blues care au pus bazele unui proiect pe termen mediu si lung)

b.2. concluzii:

Pentru următoarea perioadă de management, se propune menținerea unui ritm constant în ceea ce privește premierele care urmează a fi puse în scenă și reluarea producțiilor din repertoriul curent. Din analiza datelor prezentate la punctul de mai sus rezultă Filarmonica ”Paul Constantinescu” Ploiești în perioada analizată și-a realizat programul minimal, acesta fiind chiar și depășit an de an.

Pentru Filarmonica ploieșteană nevoile culturale ale comunității au fost prioritare. Ca urmare a ofertei culturale diversificate precum și a facilităților acordate elevilor, studenților și pensionarilor, publicul țintă a fost divers provenind din toate categoriile de vârstă, sociale și profesionale. Fiecare dintre ansamblurile artistice se adresează unui segment diferit de public iubitor de muzică și spectacole. Cu o asemenea diversitate se acoperă o arie mai largă de evenimente culturale iar activitățile instituției se raportează la nevoile culturale ale unei părți a societății; Activitățile fiecărui colectiv artistic au în vedere diversificarea și îmbogățirea repertorială, atragerea unui public nou și prezentarea de servicii culturale de calitate într-un spațiu geografic cât mai extins.

b.2.1 reformularea mesajului, după caz

Mesajul nu trebuie reformulat neapărat, ci doar adaptat în permanență contextului economico-social, care este în permanentă schimbare, instituția trebuind să reacționeze rapid la modificările care apar.

Filarmonica "Paul Constantinescu" Ploiești are ca obiectiv principal realizarea de producții artistice, cum ar fi spectacole, concerte și turnee artistice, cu scop cultural, educativ și de divertisment. Oricât de tocit ar părea la prima vedere, principalul mesaj al Filarmonicii ploieștene este cel „cultural, educativ și de divertisment”, adică acela de a contribui la dezvoltarea culturală a societății prin concertele și spectacolele sale. Orice manager își dorește pentru entitatea pe care o conduce succes. A obține succes permanent nu reprezintă un obiectiv ușor de îndeplinit. De aceea consider că un factor determinant în obținerea succesului este excelența artistică. În acest context propun următoarea reformulare a mesajului.

Misiunea Filarmonicii "Paul Constantinescu" Ploiești este de a contribui în mod fundamental la promovarea pe plan național și internațional a valorilor artistice autohtone și universale din domeniul artelor spectacolului cu accent pe excelență. Instituția își propune să obțină această excelență printr-un climat intern stimulativ intelectual atât pentru artiști cât și pentru restul personalului, climat care este sensibil la nevoile naționale și internaționale.

b.2.2 descrierea principalelor direcții pentru îndeplinirea misiunii

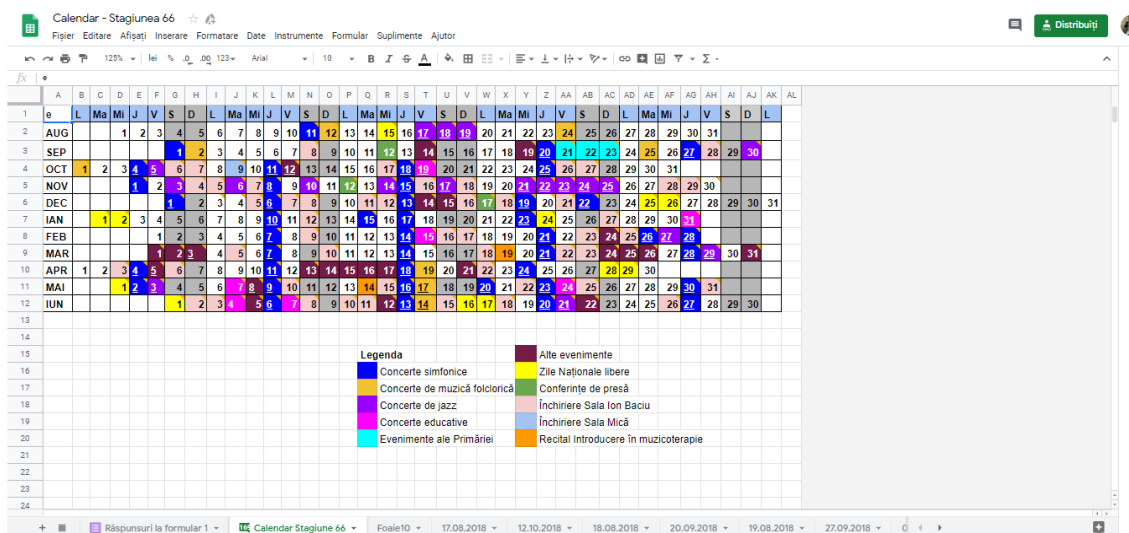
Pentru perioada de management 2021 – 2025, activitatea Filarmonicii, în vederea îndeplinirii misiunii sale, se va desfășura pe următoarele direcții:

- dezvoltarea de programe, respectiv proiecte care să satisfacă misiunea națională a Filarmonicii;
- creșterea accesului publicului la concerte și spectacole;
- asigurarea diversificării ofertei culturale;
- realizarea unor proiecte în parteneriat cu instituții culturale din țară și străinătate;
- colaborarea cu Societatea Română de Radiodifuziune, Societatea Română de Televiziune, radiourile și televiziunile particulare, precum și cu alte instituții de profil artistic din țară și străinătate, în vederea unei expuneri cât mai vizibile activității Filarmonicii;
- identificarea de oportunități de colaborare cu alte instituții de profil din țară și străinătate, pentru schimb de experiență și de bune practici;
- realizarea unor măsurători cantitative și calitative (studii de consum specializate) pentru identificarea publicului potențial și publicului țintă pentru o mai bună promovare a concertelor și spectacolelor;
- asigurarea promovării inovației, precum și a noilor metode de comunicare a actului artistic;
- atragerea de fonduri nerambursabile pentru programele instituției;
- atragerea de finanțări și cofinanțări naționale și/sau internaționale, donații și sponsorizări pentru finanțarea unor proiecte culturale;
- dezvoltarea unei politici coerente a tarifelor și a abonamentelor instituției;
- elaborarea unui plan de formare profesională continuă a personalului artistic, tehnic și administrativ al Filarmonicii, ținând cont de necesitatea actualizării a fișelor de post și de criteriile de evaluare anuală a performanțelor profesionale;
- asigurarea implementării standardelor de control intern/managerial prevăzute de Ordinul S.G.G. nr. 400/3015 pentru aprobarea Codului controlului intern managerial al entităților publice, cu modificările și completările ulterioare.
- asigurarea implementării Planului de integritate aferent instituției conform prevederilor H.G. privind aprobarea Strategiei naționale anticorupție pe perioada 2021 – 2025, a seturilor de indicatori de performanță, a riscurilor asociate obiectivelor și măsurilor strategice și a surselor de verificare a inventarului măsurilor de

transparență instituțională și de prevenire a corupției, a indicatorilor de evaluare, precum și a standardelor de publicare a informațiilor de interes public;

- îndeplinirea tuturor obligațiilor care derivă din aprobarea proiectului de management și în conformitate cu ordinea Ministerului Culturii și Identității Naționale, respectiv cele prevăzute în legislația în vigoare și în reglementările care privesc funcționarea Filarmonicii.

C) Analiza

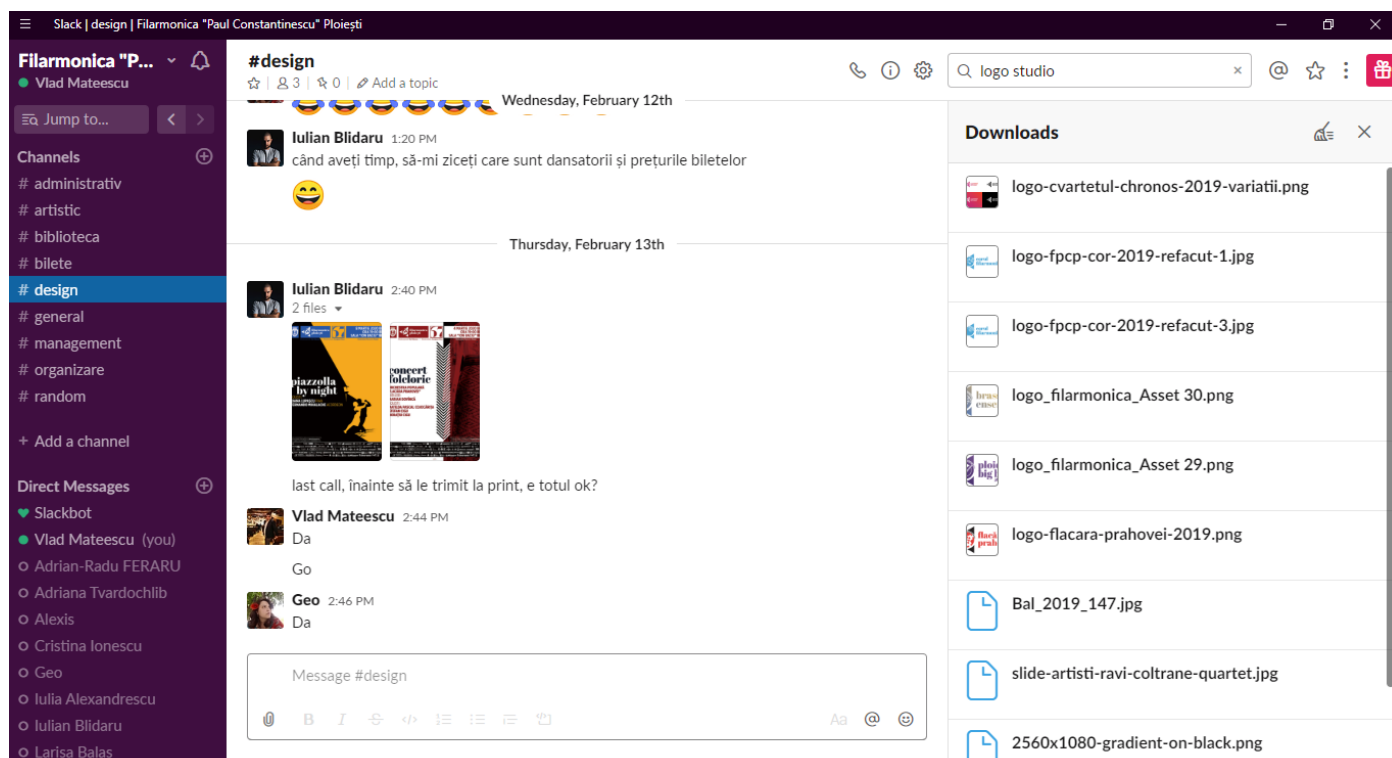


organizării instituției și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare, după caz:

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

În cursul anului 2017, datorită extinderii exponențiale a proiectelor, evenimentelor, concertelor și spectacolelor a fost **imperios necesară** realizarea și inventarea unui suport de lucru benefic pentru toate compartimentele/departamentele instituției, atât pentru organizarea evenimentelor cât și pentru transparență și justificare (exemple): În anii ce au urmat, 2018 și 2019 s-a dovedit a fi unul dintre instrumentele principale după care instituția funcționează.

Începând cu anul 2019 a fost implementată în cadrul instituției o noua platforma de comunicare și share pentru facilitarea și temporizarea exacta a evenimentelor:



Organizarea este cea de-a doua și cea mai „vizibilă” funcție a managementului. În viziunea profesorului Ovidiu Niculescu sintagma funcție de organizare desemnează „*ansamblul proceselor de management prin intermediul cărora se stabilesc și se delimitează procesele de muncă fizică și intelectuală și componentele lor (mișcări, timpi, operații, lucrări, sarcini etc.), precum și gruparea acestora pe posturi, formații de lucru, compartimente și atribuirea lor personalului, corespunzător anumitor criterii manageriale, economice, tehnice și sociale, în vederea realizării, în cât mai bune condiții, a obiectivelor previzionate*”¹⁾.

Orice entitate din punct de vedere organizatoric are următoarele componente principale:

- **organizarea formală** se compune din acte normative, dispoziții cu caracter intern, etc. și se împarte în organizarea procesuală și organizarea structurală;
- **organizarea informală**, este dată de grupurile informale și legăturile dintre acestea, ce permit realizarea unor interese personale; elementul de bază este grupul informal, format din mai multe persoane, aflate sub conducerea unui lider informal, care au în vedere interese comune, apartenența organizatorică, vechimea în muncă, nivelul pregătirii profesionale, raporturile afective, etc.

În prezent, în cadrul Filarmonicii Ploiești există reglementări interne, aplicabile salariaților și colaboratorilor instituției, cu scopul desfășurării activității curente în condiții optime.

Filarmonica ploieșteană funcționează în principal în baza următoarelor acte de reglementare internă: Regulament de Organizare și Funcționare aprobat de Primăria și Consiliul Local Ploiești, Regulamentul Intern, la care se adaugă proceduri operaționale de lucru.

Dispozițiile Regulamentului de Organizare și Funcționare, respectiv ale Regulamentului Intern au fost armonizate conform normelor legale incidente (Legea nr. 53/2003 - Codul muncii, Legea nr. 319/2006 privind securitatea și sănătatea în muncă, Normele metodologice de aplicare a prevederilor Legii securității

și sănătății în muncă nr. 319/2006, aprobate prin H.G. nr. 1425/2006, O.G. nr. 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic etc).

Având în vedere activitatea artistică specifică instituției, actele normative cu incidență sunt în principal din domeniul de legislație a muncii, legislația privind unitățile bugetare, respectiv legislația privind unitățile de cultură.

Ca urmare a evoluției reglementărilor legale, a necesității gestionării resurselor umane în mod eficient dar și motivat de recomandările organismelor de control, în perioada 2016-2019:

- s-a întocmit și aprobat un nou Regulament Intern, cu anexă Regulament de organizare și funcționare al Comisiei de Etică și Disciplină;
- s-a elaborat Regulamentul intern privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date în cadrul Filarmonicii Ploiești - Parte integrantă a Regulamentului Intern aprobat;
- s-a întocmit Protocolul de informare a salariaților/colaboratorilor persoane fizice referitor la prelucrarea datelor cu caracter personal;
- s-au întocmit și semnat fișele de post pentru angajații instituției;
- s-a realizat evaluarea profesională anuală a salariaților instituției;
- actualizarea procedurilor operaționale de lucru privind activitățile auditabile ale instituției ca urmare a recomandărilor auditului intern;
- asigurarea îndeplinirii cerințelor minime de sănătate și securitate în muncă;

Volumul normelor legale incidente impune structurarea acestora în categorii distincte, cele mai importante fiind:

☐ Acte normative incidente din legislația muncii, securitatea și sănătatea în muncă:

Legea nr. 53/2003 - Codul Muncii, Legea nr. 284/2010 privind salarizarea unitară a personalului plătit din fonduri publice, Legea nr. 153/2017 privind salarizarea personalului plătit din fonduri publice, O.U.G. nr. 96/2003 privind protecția maternității la locul de muncă, Legea nr. 319/2006 privind securitatea și sănătatea în muncă, Normele metodologice de aplicare a prevederilor Legii securității și sănătății în muncă nr. 319/2006 aprobate prin H.G. nr. 1425/2006, Legea nr. 263/2010 privind sistemul unitar de pensii publice, Ordonanța nr. 25/2014 privind încadrarea în muncă și detașarea străinilor pe teritoriul României și pentru modificarea și completarea unor acte normative privind regimul străinilor în România, Regulamentul nr. 679 din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date, H.G. nr. 286/2011 pentru aprobarea Regulamentului cadru privind stabilirea principiilor generale de ocupare a unui post vacant sau temporar vacant corespunzător funcțiilor contractuale și a criteriilor de promovare în grade sau trepte profesionale imediat superioare personalului contractual din sectorul bugetar plătit din fonduri publice.

☐ Acte normative incidente organizatorice și funcționale:

O.G. nr. 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic cu completările și modificările ulterioare, O.U.G. nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură, Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, H.G. nr. 123/2002 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 544/2001

privind liberul acces la informațiile de interes public, Legea nr. 477/2004 privind Codul de conduită a personalului contractual din autoritățile și instituțiile publice.

□ Acte normative incidente din domeniul financiar-fiscal:

Legea nr. 32/1994 privind sponsorizarea, Legea nr. 227/2015 privind Codul Fiscal, Normele metodologice de aplicare a Legii nr. 227/2015 privind Codul fiscal, Legea nr. 500/2002 privind finanțele publice, O.M.F.P. 1792/2002 pentru aprobarea Normelor metodologice privind angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor instituțiilor publice, precum și organizarea, evidența și raportarea angajamentelor bugetare și legale, Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice, H.G. nr. 395/2016 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor referitoare la atribuirea contractului de achiziție publică/acordului-cadru din Legea nr. 98/2016 privind achizițiile publice.

□ Acte normative incidente din domeniul cultural:

Legea nr. 8/1996 privind drepturile de autor și drepturile conexe, Legea nr. 245/2001 pentru aprobarea Ordonanței Guvernului nr. 51/1998 privind îmbunătățirea sistemului de finanțare a programelor și proiectelor culturale, Legea nr. 186/2003 privind promovarea culturii scrise, H.G. nr. 385/2004 privind accesul gratuit la actul de cultură, la nivel național al pensionarilor, care au activat minimum 10 ani în domeniul cultural-artistic.

c.2. propuneri privind modificarea reglementărilor interne

Pentru următoarea perioadă de management se va efectua o actualizare a Regulamentului de Organizare și Funcționare al Filarmonicii “Paul Constantinescu” Ploiești, precum și a statutului de funcții și a organigramei (suplinind sau renunțând la anumite funcții, în funcție de prioritățile proiectelor cât și de performanță), raportat la necesitățile concrete izvorâte din evoluția instituțională și administrativă din ultimii ani, modificările legislative și necesitatea derulării în condiții optime a activității instituției. De asemenea, se vor efectua și unele modificări/completări la Regulamentul Intern al instituției, în concordanță cu propunerile sindicatului reprezentativ și cu necesitățile practice de funcționare ale instituției, raportat la modificările care se vor implementa în Regulamentul de Organizare și Funcționare. Totodată se va avea în vedere, în urma unei analize inclusiv crearea unui nou compartiment – Corul Filarmonicii (de aceasta data nu doar sub formă de colaborare pe proiect, ci, cu un număr de minim 20-25 de angajați cu jumătate de normă minim.

De asemenea, se va urmări includerea în contractele individuale de muncă a aspectelor ce țin de protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date, actualizarea fișelor de post ale salariaților în ceea ce privește stabilirea atribuțiilor și a indicatorilor de performanță, expunerea amănunțită a procedurii de evaluare a performanțelor profesionale ale angajaților, întocmirea procedurilor operaționale de lucru pentru compartimentul juridic și organizare evenimente/direcția artistică, precum și actualizarea procedurilor din domeniul resurselor umane.

Managerul va cesa Filarmonicii „Paul Constantinescu” Ploiești, instituție pe care o conduce în baza contractului de management, încheiat între manager și autoritate, drepturile patrimoniale în condițiile Legii nr. 8/1996-privind dreptul de autor și drepturile conexe, pentru operele de creație intelectuală a calității dirijorale, în cazul în care își desfășoară activitatea dirijorală la a cărei realizare participă în mod direct sau indirect sau pentru care sunt utilizate resursele instituției pentru desfășurarea activității artistice.

Salariații Filarmonicii „Paul Constantinescu” Ploiești care fac parte din cadrul personalului artistic, angajați cu contract individual de muncă pe perioadă nedeterminată/determinată, sau colaboratorii externi, vor cesa angajatorului pe o perioadă nedeterminată/determinată, în baza unei prealabile negocieri cu angajatorul, printr-o remunerație echitabilă, prestația artistică în cadrul unor **sesiuni speciale de înregistrare**

a oricărui eveniment artistic, în afara stagiunii de concerte, în afara normei de lucru. Înregistrările se pot face astfel: audio/video, pe CD, DVD-uri, sau pe orice alt suport de înregistrare și se vor reda ulterior de către angajator sub formă de comercializare/plată, către alte terțe persoane fizice sau juridice. Plata acestor prestații artistice negociate între artistul interpret sau executant și angajator se va efectua în baza contractelor încheiate de prestație artistică, potrivit Legii nr. 8/14.03.1996 (actualizată) – privind dreptul de autor și drepturile conexe. Plata negociată a acestor prestații artistice, efectuată de angajator către artistul interpret sau executant, ce face obiectul acestui alineat, se va efectua din fonduri proprii sau din alte fonduri obținute de angajator, iar remunerația negociată cu artistul se va efectua pe state de plată, separate de drepturile salariale, acordate sub semnătură, iar plata se va efectua în numerar sau prin virament bancar, în contul indicat de artist.

Salariații Filarmonicii „Paul Constantinescu” Ploiești care fac parte din cadrul personalului artistic, angajați cu contract individual de muncă pe perioadă nedeterminată și determinată, vor cesiona angajatorului pe o perioadă nedeterminată, fără nicio altă pretenție financiară, în afara drepturilor salariale primite lunar, ca numele și imaginea lor să fie trecute la orice eveniment artistic pe orice afiș/pliant publicitar/revistă, etc.. În cazul interpretării/ execuției artistice parte a exercitării sarcinilor de serviciu, pentru orice concert/ eveniment artistic, care poate fi redat de către angajator gratuit sau sub prestare de serviciu contra cost, către alte persoane fizice sau juridice, pe orice suport de imagine video/sunet înregistrat și redat pe televiziune, internet, radio, etc, potrivit dispozițiilor art. 98, art. 100, din Legea nr. 8/14.03.1996 (actualizată)-privind dreptul de autor și drepturile conexe, salariații vor cesiona drepturile exclusiv angajatorului, pe perioadă nedeterminată. În cazul oricărei interpretări sau execuții artistice efectuate de un artist, la locul de muncă, în exercitarea sarcinilor de muncă, conform fișei postului, în cadrul contractului individual de muncă, drepturile patrimoniale ale artistului prevăzute la art. 98, din Legea nr. 8/1996, vor fi transmise de acesta către angajator numai în baza drepturilor salariale primite lunar, cesiune care trebuie să fie expres prevăzută în contractul individual de muncă. Oferirea exclusivității (imagine, înregistrări audio-video, etc.) unei alte entități sau persoane fizice va fi permisă numai cu acordul în scris al angajatorului.

Conform **Cap. III art. 12 alin. (4) din** Ordonanța nr.21/ 2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic, actualizată, pe durata stagiunii, personalul artistic de specialitate angajat în instituții de spectacole sau concerte poate încheia contracte conform prevederilor legale privind dreptul de autor și drepturile conexe cu alte instituții sau companii de spectacole sau concerte, **numai** cu acordul în scris al instituției.

În caz de pierdere sau furtul instrumentului muzical sau oricărui alt bun mobil achiziționat de către instituție și predat în baza procesului verbal de predare-primire către salariații instituției sau alți colaboratori externi, Filarmonica „Paul Constantinescu” Ploiești va putea solicita salariatului sau colaboratorului, printr-o notă de constatare și evaluare a pagubei în baza unei expertize de specialitate, să plătească paguba produsă din neglijența acestuia. Evaluarea instrumentului muzical sau a oricărui alt bun mobil predat se va face anual de către un evaluator de specialitate.

În caz de deteriorare a instrumentelor muzicale sau oricărui alt bun mobil achiziționat de către instituție și predate salariaților sau altor colaboratori ai instituției, în baza unui proces-verbal de predare-primire, aceștia vor fi obligați să plătească reparația la specialistul pe care îl stabilește conducerea instituției.

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

Folosirea resurselor umane proprii și/sau externalizate, comportă o analiză a două aspecte:

I. Realizarea activității specifice la un standard de calitate mult mai înalt, prin colaborarea cu personalități de marcă ale domeniilor în care aceștia activează: dirijori, soliști, compozitori, chiar și regizori, scenografi, etc. În acest fel, nivelul artistic al producțiilor puse în scenă de Filarmonica ploieșteană a crescut foarte mult, într-un timp extrem de scurt. Acest fapt a avut ca efect derularea spectacolelor și concertelor cu casa închisă.

II. Folosirea resurselor umane externalizate este necesară și din cauza faptului că numărul de posturi bugetate este mult mai mic decât numărul de posturi necesar la multe compartimente, în special pe partea de organizare evenimente, tehnic, sunet și lumini. Drept urmare, pentru suplinirea lipsei de personal, se apelează la colaboratori sau persoane juridice competente.

Nu în ultimul rând, formarea și dezvoltarea competențelor, în domeniul managerial, constituie un proces desfășurat pe întreaga durată a carierei și implică o formare specializată, realizată atât în cadrul organizației cât și în ansamblul mediului profesional și social. Pe viitor vom urmări continuarea perfecționării personalului angajat prin participarea acestora la diferite cursuri, work-shop-uri, master-class-uri pentru personalul artistic și cursuri de perfecționare continuă (de durată mică și medie) pentru personalul administrativ: Management cultural, P.R., Managementul personalului, Marketingul produselor și serviciilor culturale, Organizare evenimente, Impresariat artistic, Audit intern, Marketing și management, Evaluarea competențelor profesionale, Secretariat computerizat / Asistent Manager, limbi străine etc. Eficiența instituției este influențată de eficiența personalului, fapt ce impune îndreptarea atenției managerului către resursele umane întrucât factorul uman este singurul care poate face un sistem mai eficient și mai durabil din punct de vedere al viabilității economico-financiare și managerial.

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

Filarmonica „Paul Constantinescu” Ploiești este o instituție publică de cultură, de importanță națională, cu personalitate juridică, care își desfășoară activitatea în conformitate cu legislația română în vigoare și prevederile Regulamentului de Organizare și Funcționare a instituției și a Regulamentului intern. Filarmonica are sediul în Ploiești, str. Anton Pann, nr. 5, județul Prahova. Imobilele aflate în folosință sunt următoarele:

- clădirea Filarmonicii (sala de concerte) situată în Iași, str. Agatha Bârsescu, nr. 18, care cuprinde: sala de spectacole, spații de repetiție, spații de depozitare, spații tehnice, spații administrative, scena mare, foaier, cabine, sală studio.
- clădirea OMV Petrom – Sediul Primăriei Municipiului Ploiești, etajul 9, care cuprinde birourile administrative. (resurse umane, juridic, contabilitate, achizitii)

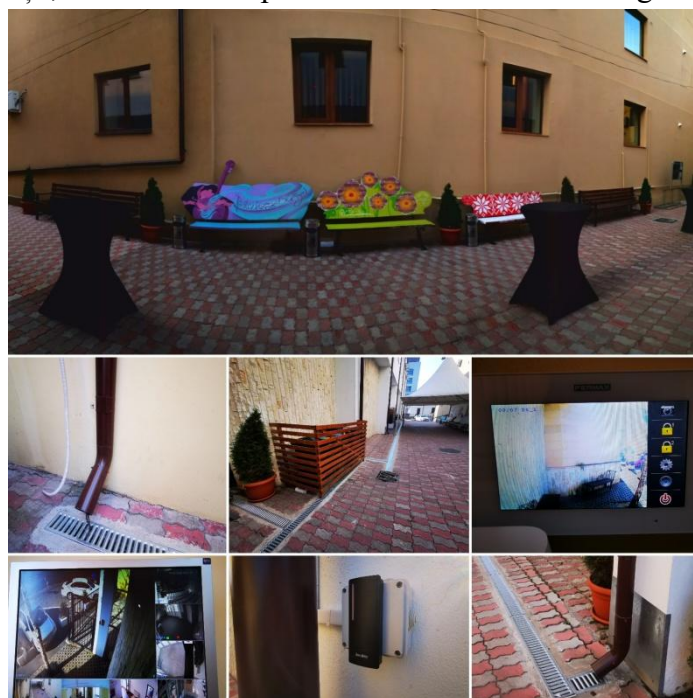
Pentru o mai bună desfășurare a activității proprii și pentru a se putea menține un ritm constant al prezentării producțiilor proprii publicului, precum și pentru abordarea altor genuri de spectacol (opera, musical, operetă, teatru-dans, recitaluri etc.), este strict necesar ca Filarmonica Ploiești să poată avea o nouă sală, un nou spațiu de minim 3500 m2 dotat cu tot ceea ce este necesar desfășurării unor asemenea producții de anvergură dar și pentru a crea spații necesare pentru birouri, în același sediu. Menționez faptul că s-au făcut demersuri în acest sens, iar în luna august a anului 2020, comisia 2 a Consiliului Local a aprobat în unanimitate acordarea unui teren de 3500 m2 Filarmonicii ploieștene, după ce Patrimoniul va identifica cea mai bună soluție dintre Sala Sporturilor Olimpia sau Parcul Municipal Vest.

SĂLI

Principala sală a Filarmonicii “Paul Constantinescu” poartă numele ilustrului dirijor Ion Baciș și are o capacitate de 280 de locuri și o acustică deosebită, fiind renovată recent. Sala mică a Filarmonicii, Sala “Studio”, are o capacitate de 40 de locuri, fiind ideală pentru conferințe de presă sau seminarii. Ambele săli se pot închiria cu toate facilitățile necesare pentru a oferi cadrul unor evenimente distincte într-un cadru elegant.

S-a încercat și se continuă buna desfășurare a activităților instituției în toate spațiile, dar și punerea sălii la disponibilitatea unor terțe părți în vederea închirierii, implicit obținerii unor venituri. Au fost făcute mici renovări, în limitele bugetului (foarte restrictiv), reparații, o încercare importantă de schimbare a imaginii instituției într-un timp foarte scurt.

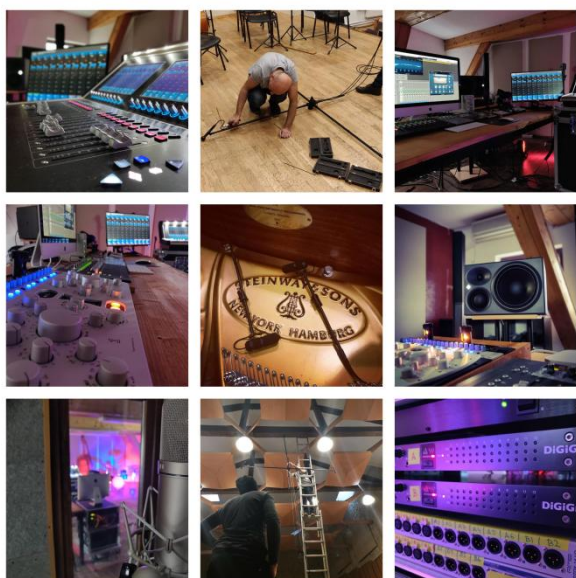
În anul 2017 a fost modernizată o nouă sală, a fost mai degrabă reinventată o sală studio, având o capacitate de 50 de persoane conform ISU Prahova. Sala care a adus deja noi venituri și în care am dezvoltat noi proiecte (lansări de carte, colocvii, conferințe, etc.) Acest spațiu a reușit să aducă venituri considerabile în anul 2019 Filarmonicii ploieștene. Începând cu anul 2019 Studioul Filarmonicii a început să dea primele rezultate palpabile. Producția DVD-urilor "Carmina Burana", "Planetele", a CD-urilor "#RoJazz50", "Simfonia ploieșteană" și nu în ultimul rând, artiști ale mai multor genuri au folosit acest spațiu pentru înregistrările unor albume: Monica Anghel, Ovidiu Anton, Nico, Cezar Ouatu sau Liviu Teodorescu.



De asemenea au fost aduse la zi soft-urile de supraveghere video a clădirii din Str. Anton Pann nr. 5 și au fost făcute investiții considerabile într-un sistem modern de colectare a apei pluviale, prin montarea unor burlane noi, cu un debit mai mare, a unor rigole cât și a unui sistem performant de degivrare automatizat. Nu în ultimul rând s-a implementat un sistem de acces numai pe baza de cartel și legitimatie personalizată fiecărui angajat.

Nu în ultimul rând, începând cu luna mai a anului 2020 au fost demarate și finalizate lucrările de reparații și cosmetizare a fațadei instituției.

STUDIO



Filarmonica „Paul Constantinescu” dispune de o sală studio în care se pot realiza imprimări pentru orchestra simfonică, orchestra simfonică + solist (pian, vioară, violoncel, canto etc.) orchestra simfonică + cor, orchestra de cameră, cvartet. Înregistrarea se face pe suport audio digital în format multicanal (multitrack) la o calitate superioară cu o rată de sampling de până la 192kHz și rezoluție de 32 de biți, prin protocol Dante de ultimă generație. Imprimarea se realizează cu o selecție importantă de microfoane destinate înregistrării instrumentelor acustice și corului, fabricate de prestigioșii producători Neumann, DPA și Audio-Tehnica, amplificate cu preamplificatoare de microfon de la Focusrite.

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

Un manager pentru exercitarea funcțiilor managementului (previziunea, organizarea, coordonarea, antrenarea și controlul) apelează la un ansamblu de sisteme, metode și tehnici de management. Toate acestea alcătuiesc instrumentarul managerial. Din instrumentarul managerial amintesc câteva elemente: **sisteme de management** – managementul prin bugete, managementul prin proiecte, managementul prin obiective, managementul pe baza centrelor de profit, managementul prin excepții, **metode de management** - analiza SWOT, diagnosticarea, delegarea, ședința, tabloul de bord, procedura operațională.

Delegarea ca metodă de management înseamnă „*transferul temporar al uneia din sarcinile de serviciu, proprii managerului, către un subordonat, urmat de „investirea” acestuia cu responsabilități și competențe formale, adecvate*”7).

Consider că în sfera delegării nu intră sarcini de importanță strategică, de importanță deosebită, sarcini cu impact uman deosebit ori sarcini ce definesc postul de manager. Menționez că transmiterea sarcinilor, competențelor și responsabilităților ce fac obiectul delegării se vor face în scris în baza unei decizii manageriale. Voi apela la această metodă de management atunci când bugetul de timp va fi supraîncărcat.

O preocupare permanentă pe timpul derulării contractului de management ultimilor 5 ani a fost formarea unei echipe, a cărei membri să colaboreze activ între ei, pentru realizarea în timp util și cu maxim profesionalism a sarcinilor de lucru specifice.

În perioada anterioară, instituția delegării a fost foarte puțin folosită, întrucât pentru crearea acestor echipe și pentru implementarea tuturor dezideratelor propuse, atât artistice, cât și tehnico-administrative și organizatorice, a fost necesară prezența permanentă a managerului.

În continuare, consider că delegarea urmează a fi folosită numai în cazuri extreme, când prezența managerului în cadrul instituției nu este posibilă, prin delegarea punctuală și pe o perioadă de timp strict delimitată a atribuțiilor managerului.

D) Analiza situației economico-financiare a instituției:

Proiectarea și implementarea strategiilor, planurilor și acțiunilor umane trebuie să aibă la bază o susținere financiară corespunzătoare. În perioada 2015-2020 managementul a acționat pentru a realiza o deplină concordanță între obiectivele propuse și resursele financiare de care a dispus. Instituțiile subvenționate trebuie să se conformeze rigorilor execuției bugetare, așa cum sunt acestea prevăzute în legislație și, de aceea, ele funcționează ca centre de gestiune, finanțate, coordonate și controlate de o administrație central sau locală. În acest sens ca instrument managerial a fost folosit managementul prin bugete, care a permis conducerea activității instituției pe baza bugetului de venituri și cheltuieli aprobat. Din păcate, deși este **imperios** necesar folosirea unui buget multiannual încă nu este permisă în cadrul instituțiilor de cultură, astfel devine foarte dificilă organizarea stagiunilor și programarea unor concerte sau producții multianuale – nu imposibilă, dar extreme de dificilă.

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

Situațiile financiare constituie sursa de informație cea mai sistematică și mai completă pentru activitatea de analiză, conducere și control. În același timp dat fiind faptul că ele reflectă modul de cheltuire și utilizare a resurselor financiare, reprezintă o sursă importantă de date și pentru imaginea generală a eficienței managementului.

Filarmonica „Paul Constantinescu” întocmește trimestrial și anual situații financiare în care se reflectă situația patrimoniului și rezultatele activității, a execuției bugetului de venituri și cheltuieli. Situațiile financiare sintetizează indicatori de bază ai activității contabile, statistice și tehnic operative și au un caracter unitar din punct de vedere al structurii și conținutului.

Filarmonica „Paul Constantinescu” este o instituție publică cu personalitate juridică, ce posedă un ansamblu de bunuri corporale și necorporale necesare desfășurării activității social - economice, bunuri din a căror utilizare și gestionare rezultă drepturi și obligații cu valoare economică. Cuantificarea patrimoniului, atât la nivel global, cât și la nivel structural, se realizează prin bilanț contabil. Bilanțul evidențiază în etalon monetar echilibrul dintre bunurile economice și sursele lor de finanțare, precum și rezultatele activității.

Activitatea compartimentului de contabilitate s-a desfășurat în perioada 2014-2020 în condiții relativ normale, deși contabilul-șef a fost schimbat de 4 ori. În cadrul compartimentului și-au desfășurat activitatea un casier, doi economisti și un contabil șef.

Activitățile desfășurate în cadrul acestui compartiment sunt salarizare, contabilitate, buget și financiar. Activitatea zilnică a constat în:

- Administrarea conturilor de cheltuieli și efectuarea înregistrărilor contabile zilnice aferente operațiunilor de încasări și plăți aprobate de conducerea instituției;
- Analizarea conținutului angajamentelor legale și a altor documente primite pentru stabilirea plăților urgente în scopul evitării întârzierii acelor plăți care pot constitui potențiale baze de calcul de majorări pentru întârziere și/sau penalități, precum și respectarea termenelor de plată contractuale a tuturor plăților, în limita veniturilor încasate și a prevederilor bugetare aprobate;
- Întocmirea zilnică a documentelor pentru plățile dispuse de conducerea instituției din buget pentru activitatea curentă, verificarea și avizarea acestora pentru Controlul Financiar Preventiv și efectuarea tuturor operațiunilor de încasări și plăți cu numerar, atât pentru activitatea de bază a instituției cât și pentru activitatea finanțată din sponsorizări și donații, la Trezoreria Ploiești;
- Verificarea și urmărirea zilnică a respectării plafonului de casă stabilit, efectuarea depunerilor sau ridicărilor de numerar la, respectiv de la Trezoreria Ploiești, cu respectarea termenelor legale, a prognozelor și a programărilor întocmite;
- Urmărirea, îndrumarea și controlul activității casieriei instituției și verificarea zilnică a documentelor de încasări și plăți, a documentelor justificative anexate precum și a registrului de casă, pentru operațiunile în lei;
- Întocmirea, verificarea și avizarea deconturilor de cheltuieli pentru deplasări interne și externe plătite din buget;
- Întocmirea statelor de plată a salariilor pentru personalul angajat al instituției precum virarea salariilor în conturile de card deschise la bănci și a reținerilor din salarii;
- Întocmirea statelor pentru colaboratorii care au prestat servicii artistice în baza Legii 8/1996 privind dreptul de autor și drepturi conexe și a altor drepturi ocazionale (venituri din alte surse) precum și virarea drepturilor cuvenite și a impozitelor datorate bugetului de stat;
- Calcularea și verificarea sumelor, precum și întocmirea documentelor de plată pentru reținerile din salarii precum și pentru celelalte obligații față de bugetul statului, bugetul asigurărilor sociale, și efectuarea viramentelor pe destinațiile respective ;
- Constituirea garanțiilor legale pentru salariații cu gestiuni, stabilirea, reținerea și încasarea ratelor lunare și virarea acestora în conturile de garanții deschise la C.E.C. Bank;
- Întocmirea lunară a notelor contabile, totalizarea rulajelor lunare, debitoare și creditoare din fișele de cont, stabilirea soldurilor pentru toate conturile, verificarea operațiunilor înscrise în aceste documente, introducerea lor în calculator și editarea balanței lunare de verificare, verificarea concordanței soldurilor din fișele de cont cu cele din balanțele de verificare și efectuarea eventualelor modificări ;
- Depunerea dărilor de seamă trimestriale și anuală de către instituție;

- Centralizarea situației lunare privind plățile restante și predarea lor în termenele prevăzute de lege ;
- Depunerea situației privind monitorizarea cheltuielilor de personal;
- Activitatea de buget a constat în întocmirea bugetului inițial pe baza notelor de fundamentare emise de compartimentele instituției, precum și a rectificărilor ulterioare efectuate în cursul anului 2019;
- Depunerea bugetului inițial și a rectificărilor acestuia ori de câte ori a fost aprobată prin Hotărâre a Consiliului în programul Forexebug;
- Lunar instituția a depus balanțe de verificare, situația platilor restante, plățile non-trezor în programul Forexebug;
- Trimestrial s-au depus situațiile solicitate de Primăria Ploiesti și în programul Forexebug (dare de seamă și anexe);
- Întocmirea raportărilor lunare și ocazionale și remiterea acestora instituțiilor sau a altor unități care le-au solicitat. Exemplu : declarația 112 privind obligațiile de plată către bugetul de stat consolidat , declarația 100 precum și a altor raportări întâmplătoare(întocmirea raportărilor solicitate de către Institutul National de Statistica);
- Întocmirea și depunerea Decontului privind impozitul pe spectacole lunar la SPFL Ploiesti, calcularea și virarea impozitului în baza borderourilor de concerte întocmite de organizatorul de evenimente;
- Întocmirea și depunerea Declarațiilor privind taxa pe teren și pe clădiri lunar la SPFL Ploiesti, în urma încheierii contractelor de închiriere, precum și calcularea și virarea acestor taxe la Bugetul Local;
- Întocmirea lunară a evidenței contabile pentru magazin unde se comercializează cu amanuntul produse cu specificul instituției;
- Întocmirea raportărilor lunare și trimestriale și remiterea acestora instituțiilor sau a altor unități care le-au solicitat – pentru magazin. Exemplu : declarația lunară 4200 privind borderoul zilei fiscale; decont 300 privind taxa pe valoarea adăugată și declarația 394 – declarație informativă privind livrările și achizițiile efectuate pe teritoriul național de stat consolidat , declarația 100
- Îndosărirea lunară a documentelor justificative, notelor contabile, balanțelor de verificare și a altor documente financiar contabile în vederea legării și arhivării acestora;
- Acordarea vizei de control financiar preventiv pentru toate operațiunile de încasări și plăți care produc modificări în cadrul patrimoniului instituției, conform dispoziției emise de ordonatorul de credite;
- Continuarea procesului de implementare, îmbunătățire, instruire și aplicare a programelor informatice, crearea bazei de date în vederea realizării tuturor lucrărilor financiar – contabile, inclusiv a dărilor de seamă contabile proprii și centralizate în sistem computerizat;
- Organizarea, instruirea membrilor comisiilor și efectuarea inventarierii anuale a patrimoniului instituției, acordarea de consultanță pe parcursul desfășurării lucrărilor și înregistrarea rezultatelor inventarierii în scopul punerii de acord a faptului de pe teren cu evidența contabilă, urmărirea respectării Ordinului nr. 2861/2009 al ministrului finanțelor publice, pentru aprobarea Normelor privind organizarea și efectuarea inventarierii elementelor de natura activelor, datoriilor și capitalurilor proprii;

- Întocmirea ordonanțarilor pentru toate operațiunile de plăți desfășurate în cadrul serviciului pentru care în prealabil au fost întocmite propuneri de angajare și angajamente individuale, vizarea acestora pentru CFPP;
- În perioada de raportare salariații serviciului de contabilitate au mai executat și alte sarcini de serviciu încredințate de șeful ierarhic superior sau de conducerea instituției;
- Întocmirea la cerere a tuturor situațiilor cerute de conducerea unității, organelor de control etc.;
- Rezolvarea corespondenței specifice Serviciului de Contabilitate.

Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Venituri proprii din care:	102,525	138,034	297,930	326,946	481,846	540,555
Venituri din concesiuni si inchirieri				20,350	29,900	
Venituri din prestari servicii	13,180	28,684	58,400	42,587	79,754	17,743
Venituri din spectacole	85,895	97,850	222,730	236,909	351,392	492,534
Venituri din sponsorizari	3,450	11,500	16,800	27,100	20,800	28,500
Alte venituri						1,778

Venituri obtinute sectiunea functionare

Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
venituri din vanzare bilete	85,895	97,850	222,730	236,909	351,392	395,593
venituri chirii sala	9,400	23,275	42,400	21,250	29,900	
venituri din sponsorizari- total	3,450	11,500	16,800	27,100	20,800	28,500
venituri comis.din vanzari cafea	560	1,059	1,811	1,435	1,665	1,985
venituri din prestari servicii artistice	3,220	4,350	14,189	38,300	74,601	106,441
alte venituri programe sala/brosuri				1,952	3,488	6,258
alte venituri						1,778
Total venituri proprii	102,525	138,034	297,930	326,946	481,846	540,555
Venituri din subventii incasate	3,273,817	3,356,556	4,387,176	7,259,001	9,073,952	12,023,363
Total venituri	3,376,34	3,494,590	4,668,17	7,585,947	9,555,79	12,563,918

obținute(proprii+subvenții)	2		5		8	
-----------------------------	---	--	---	--	---	--

Plati efectuate (cheltuieli)functionare

Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Cheltuieli de personal	3,047,379	2,986,309	3,496,942	5,953,154	7,346,609	10,134,075
Cheltuieli cu bunuri si servicii	328,963	508,281	1,171,233	1,632,793	2,209,189	2,429,843
Total cheltuieli(plati efectuate)	3,376,342	3,494,590	4,668,175	7,585,947	9,555,798	12,563,918

Volumul platilor si cheltuielilor efective realizate

Denumire indicatori	Credite primite	Plati efectuate
Cheltuieli de personal	10,144,200	10,134,075
Cheltuieli cu bunuri si servicii	2,521,576	2,429,843
Cheltuieli de capital (investitii)	287,000	238,447
	12,952,776	12,802,365

Venituri obținute sectiunea dezvoltare

Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Venituri din valorificarea bunurilor				194		98
Venituri pentru investitii		19,699	16,932	778,802	583,428	238,348
Total venituri obținute(proprii+subvenții)	0	19,699	16,932	778,996	583,428	238,446

Plati efectuate (cheltuieli)dezvoltare

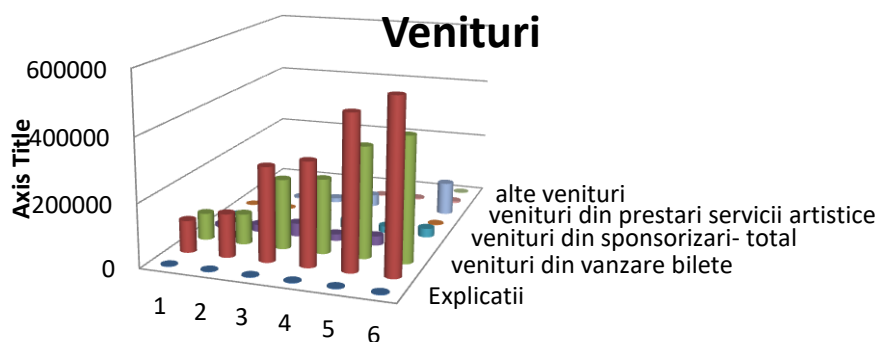
Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Cheltuieli de capital (investitii)		19,699	16,932	778,996	583,428	238,448
Total cheltuieli(plati efectuate)	0	19,699	16,932	778,996	583,428	238,448

Venituri obtinute sectiunea dezvoltare

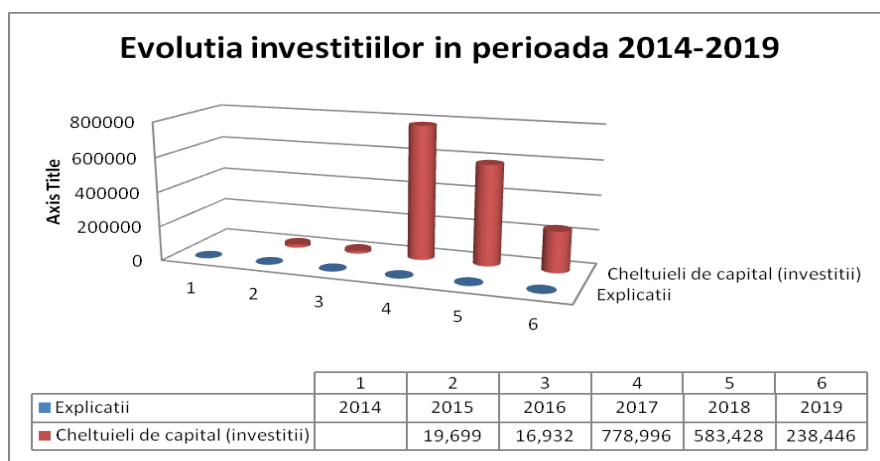
Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Venituri din valorificarea bunurilor				194		98
Venituri pentru investitii		19,699	16,932	778,802	583,428	238,348
Total venituri obtinute(proprii+subventii)	0	19,699	16,932	778,996	583,428	238,446

Plati efectuate (cheltuieli)dezvoltare

Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Cheltuieli de capital (investitii)		19,699	16,932	778,996	583,428	238,446
Total cheltuieli(plati efectuate)	0	19,699	16,932	778,996	583,428	238,446



	1	2	3	4	5	6
■ Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
■ Venituri proprii din care:	102,525	138,034	297,930	326,946	481,846	540,555
■ venituri din vanzare bilete	85,895	97,850	222,730	236,909	351,392	395,593
■ venituri chirii sala	9,400	23,275	42,400	21,250	29,900	
■ venituri din sponsorizari- total	3,450	11,500	16,800	27,100	20,800	28,500
■ venituri comis.din vanzari cafea	560	1,059	1,811	1,435	1,665	1,985
■ venituri din prestari servicii artistice	3,220	4,350	14,189	38,300	74,601	106,441
■ alte venituri programe sala/brosuri				1,952	3,488	6,258
■ alte venituri						1,778

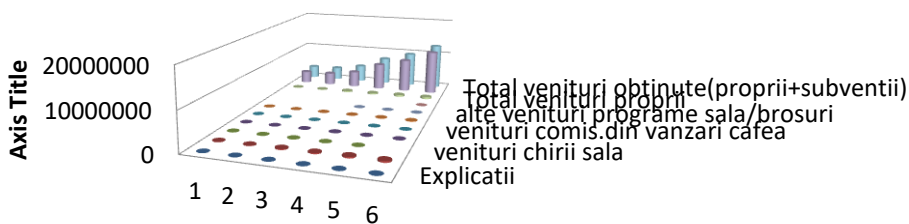


Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Venituri proprii din care:	102,525	138,034	297,930	326,946	481,846	540,555
venituri din vanzare bilete	85,895	97,850	222,730	236,909	351,392	395,593
venituri chirii sala	9,400	23,275	42,400	21,250	29,900	
venituri din sponsorizari- total	3,450	11,500	16,800	27,100	20,800	28,500
venituri comis.din vanzari cafea	560	1,059	1,811	1,435	1,665	1,985
venituri din prestari servicii artistice	3,220	4,350	14,189	38,300	74,601	106,441
alte venituri programe sala/brosuri				1,952	3,488	6,258
alte venituri						1,778

Venituri obtinute sectiunea functionare

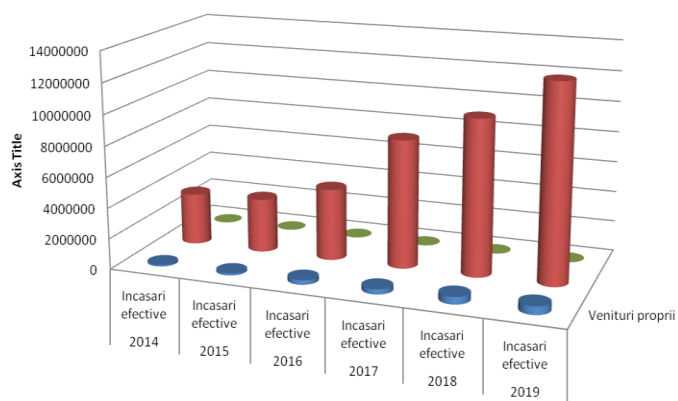
Explicatii	2019
venituri din vanzare bilete	395,593
venituri chirii sala	
venituri din sponsorizari- total	28,500
venituri comis.din vanzari cafea	1,985
venituri din prestari servicii artistice	106,441
alte venituri programe sala/brosuri	6,258
alte venituri	1,778
Total venituri proprii	540,555
Venituri din subventii incasate	12,023,363
Total venituri obtinute(proprii+subventii)	12,563,918

Evolutie venituri obtinute din sectiunea de functionare 2014-2019



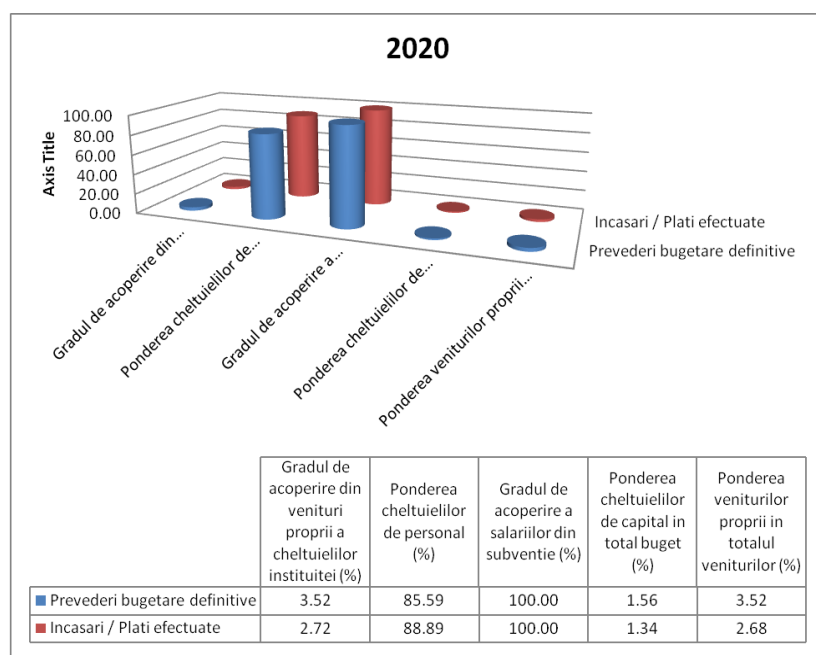
	1	2	3	4	5	6
■ Explicatii	2014	2015	2016	2017	2018	2019
■ venituri din vanzare bilete	85,895	97,850	222,730	236,909	351,392	395,593
■ venituri chirii sala	9,400	23,275	42,400	21,250	29,900	
■ venituri din sponsorizari- total	3,450	11,500	16,800	27,100	20,800	28,500
■ venituri comis.din vanzari cafea	560	1,059	1,811	1,435	1,665	1,985
■ venituri din prestari servicii artistice	3,220	4,350	14,189	38,300	74,601	106,441
■ alte venituri programe sala/brosuri				1,952	3,488	6,258
■ alte venituri						1,778
■ Total venituri proprii	102,525	138,034	297,930	326,946	481,846	540,555
■ Venituri din subventii incasate	3,273,817	3,356,556	4,387,176	7,259,001	9,073,952	12,023,363
■ Total venituri obtinute(proprii+subventii)	3,376,342	3,494,590	4,668,175	7,585,947	9,555,798	12,563,918

Analiza gradului de acoperire din venituri proprii si surse atrase 2014-2019



	2014	2015	2016	2017	2018	2019
■ Venituri proprii	102525	138035	297930	327140	481000	540654
■ Total venituri	3376342	3514289	4685107	8364943	10138000	12802365
■ Pondere venituri proprii in total venituri	3.036570347	3.927821531	6.359086356	3.910845537	4.744525547	4.223079095

Perioada ianuarie – iunie (din luna martie, imediat după lansarea primului DVD – ”Carmina Burana”, s-a instaurat *Starea de Urgență* din cauza COVID-19



Pentru creșterea surselor atrase și a veniturilor proprii, propunem ca Filarmonica ploieșteană să facă demersurile împreună cu Primăria, Consiliul Local și chiar Consiliul Județean în vederea accesării unor fonduri guvernamentale sau europene pentru a construi o nouă sală de spectacole și concerte. În acest fel publicul va avea posibilitatea de a urmări un număr mai mare număr de spectacole și o mai mare diversitate de genuri și titluri. Acest lucru ar duce implicit și la creșterea încasărilor din vânzarea de bilete dar și din chiriile de sală, existând un potențial imens ca inclusiv marile și binecunoscutele formații din România și străinătate, impresario deopotrivă să își dorească să susțină producții sau co-producții în Ploiești

Totodată, se au în vedere alte două direcții:

- crearea de noi parteneriate cu instituțiile publice locale și naționale, pentru susținerea proiectelor de anvergură ale instituției;
- se urmărește obținerea de venituri proprii din vânzare de bilete;
- creșterea numărului de concerte și spectacole „vândute”;
- realizarea de concerte și spectacole în coproducție;
- realizarea de concerte și spectacole cu autorități publice locale sau chiar naționale;
- obținerea de fonduri naționale și europene care să contribuie la realizarea concertelor și spectacolelor;
- atragerea de noi donații și sponsorizări.

În perioada următoare propun majorarea veniturilor proprii prin optimizarea și diversificarea ofertelor, atât culturale cât și educaționale. Atragerea de fonduri nerambursabile va fi un alt obiectiv important pe care îl avem în vedere. În ceea ce privește subvenția solicitată ordonatorului de credite atât pentru desfășurarea activității curente a instituției (personal: contracte de muncă/convenții/contracte încheiate în baza legilor speciale; bunuri și servicii; cheltuielile de capital: cheltuieli de întreținere: cheltuieli pentru reparații capitale), cât și pentru agenda culturală proprie, previzionăm că și acesta va avea tendințe crescătoare în perioada anilor 2020/2021 - 2025.

Fundraising și CSR

„Strângerea de fonduri” înseamnă mult mai mult decât simpla acțiune de a strânge fonduri. În mod evident, colectarea unor sume de bani este obiectivul final al activității de strângere de fonduri, deoarece aceasta asigură sustenabilitatea economică a organizației, a instituției. Cu toate acestea, la baza strângerii de fonduri se află motivul pentru care cineva ar trebui să doneze bani către instituție.

Cunoscut în general ca „Principiul 80/20” sau Legea lui Pareto, această formulă poate fi rezumată astfel: 80% din obiective sunt atinse cu 20% din mijloace. Aplicat în contextul strângerii de fonduri, aceasta înseamnă că 80% din fonduri provin de la 20% din donatorii noștri sau, altfel spus, 80% din rezultatele noastre sunt generate de 20% din timpul și efortul nostru. În domeniul strângerii de fonduri, organizațiile non-profit sau instituțiile de cultură petrec adesea foarte mult timp planificând evenimente, redactând cereri pentru acordarea de fonduri nerambursabile, făcând cercetări cu privire la potențialii donatori și actualizând o mulțime de website-uri de rețele sociale. O lecție pe care o putem învăța din legea lui Pareto este că instituția noastră ar trebui să investească timp în cultivarea relațiilor cu potențialii donatori, similari celor care deja apreciază și sprijină Filarmonica. Într-adevăr, acestea sunt părțile interesate care vor avea cele mai importante contribuții la dezvoltarea instituției pe termen lung. De asemenea, Legea lui Pareto stă la baza uneia dintre cele mai cunoscute scheme de strângere de fonduri sustenabilă: piramida strângerii de fonduri. Procesul de racolare de donatori are la bază, de obicei, următoarea ipoteză: donatorii din vârful piramidei (cei 20%) au contribuții echivalente cu 80% din donații, în timp ce donațiile celor care donează pentru prima dată (cei 80% de la baza piramidei) reprezintă 20% din donații.

Având în vedere că strângerea de fonduri nu înseamnă „discuții despre bani”, ci „construirea și cultivarea relațiilor”, elaborarea unui plan cu privire la strângerea de fonduri devine un exercițiu foarte personal. Nu există un model „universal” de plan cu privire la strângerea de fonduri, dat fiind că donatorii, potențialii donatori, nevoile, punctele forte și punctele slabe diferă de la o organizație la alta. Un plan cu privire la strângerea de fonduri ne vapermite să ne concentrăm eforturile. Cu ajutorul acestuia, urmăm o strategie clară, definim activități și tactici și elaborăm un „calendar al strângerii de fonduri”. „Planul cu privire la strângerea de fonduri” ideal este un document redactat anual sau – pentru o perspectivă pe termen mediu – la fiecare 2-3 ani, cu revizuire anuală.

Oamenii își amintesc poveștile. Acestea atrag angajamentul oamenilor, îi inspiră și îi încurajează să acționeze. Toate organizațiile non-profit sau instituțiile de cultură au povești de spus despre impactul muncii lor asupra comunității din care fac parte. Poveștile sunt unul dintre cele mai importante elemente din trusa noastră de instrumente de comunicare. Poveștile sunt memorabile și îi ating pe cititori într-un mod personal. Acestea ne vor ajuta să reunim informații independente într-un mesaj coerent. De asemenea un management bun al timpului este esențial! Un program detaliat și precis, precum și o serie de indicatori care arată în mod clar cum se desfășoară/s-a desfășurat campania ne vor obliga să analizăm critic deciziile privind strângerea de fonduri și ne vor oferi o îndrumare de neprețuit în ceea ce privește activitățile, pe parcursul anului.

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

e.1. viziune;

În conceperea viziunii Filarmonicii „Paul Constantinescu” Ploiești am plecat de la ideea că aceasta reprezintă o stare ideală proiectată în viitor și care configurează o posibilă și dezirabilă dezvoltare a instituției.

În formularea viziunii am ținut cont de următoarele:

- starea ideală care se proiectează în viitor trebuie să fie înrădăcinată în prezentul Filarmonicii

- creatorii viziunii trebuie să conștientizeze dificultățile care vor fi întâmpinate și provocările la care este supusă instituția;
- viziunea creată trebuie să genereze o atitudine de încredere în viitor și în posibilitățile Filarmonicii de a se dezvolta, în sensul transformării viziunii propuse în fapte;
- viziunea trebuie să fie rezultatul sinergetic al muncii întregii echipe manageriale;
- o viziune bună este aceea care poate fi împărtășită de toți membrii instituției și nu numai de o parte a lor; aceasta înseamnă ca viziunea să fie acceptată și genereze idei și atitudini inovatoare.

Considerăm că existența unei viziuni bune este o condiție intrinsecă dezvoltării oricărei organizații.

Fără viziune, organizația este condamnată la stagnare, la involuție sau chiar la desființare

Pentru următoarea perioadă de management am formulat următoarea viziune:

„În secolul XXI Filarmonica „Paul Constantinescu” Ploiești va deveni una dintre cele mai importante și performante instituții de cultură din România, având rezonanță în Europa”.

Imi doresc pentru Filarmonica ploieșteană să împărtășească următoarele valori:

- promovarea valorilor culturale românești și universale
- promovarea excelenței
- respectul pentru valoare
- obsesia pentru detalii și coerență
- lucrul în echipă
- respectul

e.2. misiune;

Misiunea Filarmonicii „Paul Constantinescu” este și aceea de atragere, formare și educare a gustului muzical-artistic al diverselor categorii de public. Misiunea vizează cu precădere atât publicul tânăr mai puțin familiarizat cu tipul de concerte și spectacole organizate de filarmonica ploieșteană, consumatorii nespecialiști precum și consumatorilor avizați. Factorul de succes principal este dat de muzica elevată iar persoanele care merg la concerte simt că fac parte, măcar în acel moment dintr-un cerc intelectual iar așteptările sunt, evident, de ridicare permanentă a nivelului cultural și de educație.

Misiunea determină evoluția organizației în sensul transformării viziunii în realitate. În timp ce viziunea exprimă o stare ideală posibilă, misiunea exprimă o evoluție programatică spre această stare.

Filarmonica Ploiești este o instituție culturală de rang european, afirmată drept contribuitor valoros al culturii române. Instituția a susținut și promovat o întreagă galerie de artiști de excepție, care au dezvoltat ulterior cariere de notorietate, cu apreciere universală. Filarmonica ploieșteană se regăsește în rândul principalilor promotori ai valorilor lirice și coregrafice universale, realizând producții artistice valoroase, de adresabilitate locală, regională, națională și internațională, în beneficiul iubitorilor genului și publicului.

Misiunea Filarmonicii Ploiești este de a contribui activ la creșterea nivelului de cunoaștere a valorilor culturale naționale și universale, atât în cadrul comunității locale, cât și pe plan național. De asemenea, Filarmonica „Paul Constantinescu” are misiunea ca, prin programele proprii, să se adreseze tuturor categoriilor de public, din punct de vedere al vârstei, gradului de educație etc.

e.3. obiective (generale și specifice);

Obiective generale:

- promovarea pe plan național și internațional a valorilor artistice autohtone și universale din domeniul artelor spectacolului;

- creșterea accesului publicului la spectacole și concerte;
- asigurarea diversificării ofertei culturale;
- asigurarea promovării inovației, precum și a noilor metode de comunicare a actului artistic;
- diversificarea repertoriului, prin includerea unor titluri din creația românească și din repertorii mai puțin prezente actual, la nivelul instituției și la nivel național (francez, german, rus, muzica secolului XX, muzica contemporană).
- Excelență artistică și programe echilibrate;
- Parteneriate creative;
- Atragerea publicului nou și fidelizarea celui existent;
- Creșterea reputației;
- Sporirea veniturilor;
- Susținerea activității cu ajutorul unei bugetări robuste dar riguroase;
- Motivarea, promovarea meritorie și dezvoltarea profesională a angajaților.
- contribuirea în mod fundamental la promovarea pe plan național și internațional a valorilor autohtone și universale din domeniul artelor spectacolului, prin oferirea unui număr variat de concerte muzicale, cu accent pe excelență.

În formularea corectă a obiectivelor specifice am ținut seama de caracteristicile pe care acestea trebuie să le îndeplinească. Aceste caracteristici, cunoscute și sub forma acronimului SMART sunt următoarele:

S – specific; **M** – măsurabil; **A** – de atins/realizabil; **R** – relevant; **T** – încadrat în timp

Obiective specifice

- asigurarea și menținerea unei oferte culturale diversificate și adaptate societății;
- accentuarea rolului Filarmonicii ca factor de cultură și educație;
- creșterea accesului publicului la concertele și spectacolele organizate;
- realizarea unui management performant, eficient și eficient;
- dezvoltarea infrastructurii și a resurselor necesare desfășurării în bune condiții a activității Filarmonicii
- colaborarea cu instituțiile de cultură din zonă precum și cu instituțiile administrației publice locale sau centrale în vederea atragerii unor noi categorii de public;
- dezvoltarea de strategii manageriale de comunicare publică a activităților desfășurate de instituție;
- colaborarea cu regizori și muzicieni de elită pentru creșterea calității spectacolelor;
- dezvoltarea unei politici coerente a tarifelor și abonamentelor instituției;
- racordarea la standardele europene privind dotările și echipamentele instituției;
- asigurarea participării personalului la programe de formare și specializare;
- realizarea de parteneriate cu instituții similare din țară și din străinătate;
- dezvoltarea website-ului Filarmonicii ploieștene, prin crearea unei versiuni în limba germană și a uneia în engleză, sursă de atragere a noi segmente de spectatori precum și de oferire a informațiilor pentru turiștii străini.

e.4. strategia culturală, pentru întreaga perioadă de management;

Strategia culturală a instituției pe următoarea perioadă de cinci ani va avea ca scop dinamizarea vieții culturale prin creșterea calității ofertei culturale a Filarmonicii "Paul Constantinescu" Ploiești. Scopul este ca instituția să devină un reprezentant emblematic al comunității locale/regionale din care face parte și un ambasador al culturii românești în lume. Astfel, Filarmonica trebuie să devină o alternativă importantă, mai ales pentru tineri, în ceea ce privește modul obișnuit al acestora de petrecere a timpului liber.

Pentru punerea în practică a acestei strategii, va trebui să se asigure:

- crearea unui repertoriu care să cuprindă cele mai importante titluri

- pregătirea și creșterea permanentă a calităților profesionale ale compartimentelor artistice
- efectuarea de cursuri de perfecționare a personalului tehnic de scenă: lumini sonorizare, machiaj,

Fiecare dintre compartimentele artistice ale Filarmonicii ploieștenese adresează unui segment diferit de public iubitor de muzică și spectacole. Cu o asemenea diversitate se acoperă o arie mai largă de evenimente culturale iar activitățile instituției se raportează la nevoile culturale ale unei părți a societății românești. În alcătuirea strategiei culturale am plecat de la premisa că Primăria și Consiliul Local Ploiești vor aloca fondurile necesare pentru realizarea viziunii, misiunii, programelor și proiectelor artistice propuse prin prezentul proiect de management. Concertele și spectacolele se vor susține într-un spațiu geografic cât mai extins, atât în țară cât și în străinătate. Activitatea fiecărui colectiv artistic va avea în vedere diversificarea și îmbogățirea repertorială și atragerea unui public nou. Strategia culturală va însemna și menținerea și dezvoltarea relațiilor de colaborare cu actualii și viitorii noi parteneri în vederea desfășurării de activități simultane pentru obținerea unui rezultat comun (cu economie de mijloace) și anume „concerte și spectacole de tip eveniment”.

Conform INS – cercetarea statistică CULT 3, prin eveniment se înțelege: festival, gală, aniversare a unei instituții, a unei personalități, chiar și premiera unei producții muzicale.

Se vor determina succesiv următoarele categorii de resurse: informaționale, tehnico – materiale, umane și financiare. Este important de reținut că dimensionarea resurselor este un proces iterativ. Prima estimare este apoi revăzută, o dată sau de mai multe ori, până când se realizează la un nivel cât mai eficace corelația dintre necesitățile de resurse și posibilitățile de asigurare a acestora.

e.5. strategia și planul de marketing;

Marketingul este procesul prin care sunt identificate nevoile și dorințele publicului astfel încât instituția să poată oferi serviciile așteptate de publicul țintă. În același timp, marketingul contribuie și urmează îndeaproape performanța managerială a instituției. Marketingul cultural este o activitate complexă care implică, în primul rând, creativitate, dar și planificare, organizare, precum și capacitatea de a rezolva probleme specifice activităților culturale.

Activitatea de marketing a Filarmonicii „Paul Constantinescu” vizează atât cunoașterea și segmentarea publicului, cât și identificarea căilor de comunicare cu cel mai mare impact în vederea atingerii obiectivelor. Avantajul pe care Filarmonica „Paul Constantinescu” îl are în acest context este chiar una dintre activitățile sale de bază: susținerea concertelor simfonice. Tipul de marketing asumat de conducerea managerială s-a orientat în această etapă pe întărirea legitimității printr-o strategie contextuală explicită în raportul cu țintele identificate și descrise în capitolul referitor la obiective.

Planificarea măsurilor de realizare a obiectivelor și strategiilor de marketing s-au realizat pe trei capitole importante:

1. Planul orientat instrumental

a. Participarea ca parteneri la manifestările culturale – artistice din regiune;

- în afară de mărirea proiectelor atât ca și consistență cât și ca număr, numele Filarmonicii a fost în repetate rânduri fie prin intermediul orchestrei simfonice fie prin intermediul orchestrei de muzică populară în țară și în străinătate.

b. Integrarea Filarmonicii „Paul Constantinescu” în obiectivele culturale naționale și internaționale prin încheierea de parteneriate pe diverse proiecte culturale și artistice;

- au fost încheiate numeroase contracte de parteneriat cu instituții de cultură din România (Festivalul George Enescu, Primaria Municipiului Breaza, Centrul Județean pentru Cultura, Teatrul „Toma Caragiu”, Colegiul de Artă „Carmen Sylva”,

- numirea primului director artistic onorific (Walter Hilgers – membru al Filarmonicii din Viena) din istoria instituției a fost o mișcare de marketing importantă – fapt ce a dus la creșterea exponențială a prestigiului instituției la nivel european, totodată și performanța acesteia, avându-l pe Maestru și în calitate de dirijor invitat permanent.

b. Punerea la dispoziție pentru firmele autohtone a programelor artistice în vederea colaborării pe termene medii și lungi la educarea publicului privind arta și cultura;

- s-au realizat numeroase parteneriate cu Ploiesti Shopping City sau Afi Ploiesti (concerte simfonice, recitaluri, concerte de jazz, conferințe atipice), ProLeasing Motors (concerte în showroom), TCE (recitaluri în autobuze – Festivalul de Jazz)

d. S-au realizat chestionare pe eșantioane de populație în vederea dezvoltării de proiecte cu teme atractive

e. Permanentă comunicare cu grupurile țintă prin apariții în presa locală, regională și națională, și de ce nu la nivel internațional, pe internet, în magazine culturale;

- săptămânal au loc interviuri, emisiuni, articole, newsletter cu activitățile instituției – numărul aparițiilor depășind 200 pe întreg anul.

2. Planul orientat spre serviciile oferite – actul artistic prestat

a. Pregătirea personalului cu privire la gestionarea serviciilor artistice oferite;

- dirijorii și soliștii invitați au crescut cota și performanțele orchestrei simfonice

angajarea de personal nou și tânăr a început să crească performanțele orchestrelor, radicând ștacheta tot mai sus.

b. Reabilitarea permanentă și după caz a sălilor de expoziții și expunerea tuturor valorilor existente în patrimoniul Filarmonicii cu informări constante;

- au fost expuse instrumente vechi, casate, pe holurile instituției, au fost varuite holurile și birourile

- la fiecare eveniment a existat un videoproiector în foayer care prezenta evenimentele instituției

- montarea a două televizoare widescreen pentru promovarea evenimentelor cât și pentru vânzarea de bilete on-line.

c. Stabilirea unui sistem de prețuri aferente biletelor și abonamentelor pe categorii și structuri de populație și venituri aferente acestora;

- în funcție de fiecare eveniment s-a ținut cont de invitați (dirijor/solist), afiș, promovare, parteneriate, sponsorizări (Conpet, Delice, Stenota, Bristot, etc – sponsorizări în valoare de aprox 60.000 lei pe întreg anul)

d. Dezvoltarea, pe lângă spectacolele clasice și a spectacolelor orientate către dorințele tinerilor (muzică contemporană, de film, etc.), la nivelul Filarmonicii a altor activități care să implice tinerii de la școli, licee și facultăți;

- s-au dezvoltat parteneriatele mai sus menționate, dar la acestea a adus plus valoarea parteneriatul cu Universitatea de Petrol și Gaze alături de care s-au realizat mai multe evenimente.

e. Renovarea și modernizarea întregului patrimoniu artistic;

e. Invitarea firmelor locale și a diverșilor investitori pentru a le aduce la cunoștință planul de acțiune viitor și crearea unei vizibilități ridicate a activității Filarmonicii „Paul Constantinescu”;

- Lukoil, Conpet, Camera de Comerț, BRD, CEC Bank, Conacul Domnitei Ralu, Bes Romania – doar câțiva din actualii sponsori ai instituției care în urma invitațiilor s-au legat contracte de sponsorizare importante și pe termen lung.

3. Planul de promovare

a. Trimitere de comunicate ziarelor regionale și naționale;

b. Apariții TV privind diferitele manifestări și proiecte realizate;

c. Prezența la târguri și expoziții de profil cultural, precum și susținerea acestora, atât la nivel regional, național și internațional;

d. Dezvoltarea de marketing de eveniment și a marketingului direct;

e. Promovare continuă a obiectivelor culturale ca și parte componentă a Filarmonicii ;

f. Promovarea ofertei artistice în toate canalele media;

g. Crearea de parteneriate strategice. De asemenea, printre priorități se numără: • sondarea publicului deja existent în vederea unei mai bune înțelegeri a așteptărilor acestora; • depistarea și sondarea publicului potențial în vederea creșterii numărului de spectatori; • elaborarea unui sistem de promovare orientat pe mai multe canale și sectoarele de adresabilitate. Astfel, am conceput un limbaj diferit pe categoriile de beneficiari.

Obiectivele generale ale activității de marketing:

- Promovarea Filarmonicii „Paul Constantinescu” ca organizație deschisă, receptivă și adaptată celor mai noi tendințe în domeniu;
- Crearea unei reputații pozitive a Filarmonicii „Paul Constantinescu”, precum și creșterea vizibilității pe plan național și internațional;
- Diversificarea „ofertei” instituției în concordanță cu nevoile și așteptările publicului;

Direcții de acțiune, încorporate în planul de marketing:

- Activitate de comunicare publică susținută prin intermediul site-ului, rețelelor de socializare, newsletter-ului, precum și menținerea unei bune relații cu presa. Menținerea standardului de calitate al evenimentelor organizate de Filarmonica „Paul Constantinescu” și dezvoltarea acestora.

- Continuarea demersului de cunoaștere a publicului-țintă, precum și identificarea și utilizarea celor mai eficiente instrumente de comunicare.
- Îmbunătățirea permanentă a publicațiilor realizate și diseminarea acestora prin organizarea unor evenimente proprii și realizarea unor parteneriate.
- Stabilirea unor tipuri de feed-back instanataneu (chestionare)
- Îmbunătățirea website-ului prin implementarea unor formulare online, actualizarea informațiilor existente și optimizarea acestuia pentru noile sisteme de operare (i.OS și Android) dar și prin updatarea unui tur virtual.

Filarmonica „Paul Constantinescu” se impune să fie o instituție de cultură de prim rang în oraș, județ și regiune, prin acțiunile sale, concertele și evenimentele generate, o Filarmonică de prestigiu care „trăiește” în prezent, inspirată din trecut, construind viitorul artistic. Prin evenimentele desfășurate în perioada (2015-2020) instituția a demonstrat ca își merita locul printre cele mai renumite instituții de acest gen din Europa, ascensiunea fiind una foarte rapidă. Inclusiv pentru următorii 5 ani voi urmări același lucru, mai ales stabilitate și consistență prin calitate.

Prețul – în fundamentarea acestui element am plecat de la premisa că acesta nu poate să acopere cheltuielile efectuate pentru realizarea unui concert sau spectacol. În acest sens realizarea unei politici de preț atractive și coerente este un aspect delicat. La stabilirea prețurilor/tarifelor vom avea în vedere următoarele direcții de acțiuni:

- reduceri pentru elevi, studenți, pensionari, grupuri;
- reduceri pentru persoane cu dizabilități;
- prețuri/tarife pentru instituții de învățământ;
- promovarea și susținerea achiziționării de abonamente;
- vânzarea de produse conexe: caiete program, broșuri, materiale promoționale.

Plasarea – plasarea produselor culturale este sinonimă cu distribuția produselor comerciale și înseamnă procesul prin care se livrează aceste produse. Consumatorul este influențat de calitatea și atractivitatea elementelor care înconjoară produsul cultural: sala de spectacole, distanța până la sala de spectacole, existența locurilor de parcare în apropierea sălii, afișele, site-urile pe care se promovează produsele culturale. În realizarea distribuției produselor culturale vom acționa pe trei planuri:

- sala de spectacole – vom urmări calitatea în ceea ce privește curățenia, grupurile sanitare, confortul scaunelor, luminile, sunetul; modul cum sunt întâmpinați spectatorii;
- spațiile conexe – folosirea foaierei ca spațiu suplimentar care poate îmbunătăți produsul cultural prin „legarea” de acesta de realizarea de expoziții, lansări de cărți sau evenimente conexe;
- accesibilitatea ofertei și distribuția biletelor – îmbunătățirea modului de prezentare a Filarmonicii și distribuția biletelor în mediul online.

Promovarea – o campanie reușită de promovare a evenimentelor Filarmonicii înseamnă: capacitatea de a identifica publicul; posibilitatea de a oferi informații publicului; abilitatea de a deschide în interlocutori stări emoționale; abilitatea de a forma comportamente și atitudini noi, și forța de a le menține.

În activitățile de marketing ne-am orientat spre creșterea încrederii și a îmbunătățirii opiniei publice printr-o serie de acțiuni folosind elementele de bază a relațiilor publice: cercetarea, planificarea, comunicarea și evaluarea.

Ne vom preocupa și de identificarea de noi posibili parteneri media, de crearea unei noi bănci de date cu partenerii media și cu publicațiile culturale.

Oamenii – produsele culturale sunt create de artiști, aceștia sunt vectorii de imagine care prin numele lor și calitatea interpretării asigură cel mai bine promovarea actului artistic. În afara acestora în contact cu spectatorii mai intră și alți angajați, care trebuie să manifeste o atitudine amabilă, o atitudine de curtoazie. Printre acești angajați se numără: vânzătorul de bilete, persoanele care oferă informații, personalul de deservire a sălii de spectacole, etc. Comportamentul acestora va trebui să contribuie la atragerea publicului spectator. Se va urmări ca orice neînțelegere, doleanță în limita bunului simț să fie rezolvată în favoarea spectatorilor.

Pentru realizarea strategiei de marketing am apelat la conceptul de mix de marketing care este dat de ansamblul de instrumente tactice de marketing controlabile pe care instituția le combină cu scopul de a produce pe piața țintă, reacția dorită. În cazul nostru avem în vedere cinci elemente (produsul, prețul, plasarea, promovarea și oamenii) care concură la „vânzarea” produselor culturale realizate de formațiile artistice ale Filarmonicii ploiestene.

Totodată, Municipiul Ploiesti este și un centru universitar important al României, având pe lângă Facultăți cu profil tehnic și Facultăți cu profil umanistic : Facultatea de Litere, Facultatea de Științe Sociale și Politice, Facultatea de Drept Administrativ, etc.

Adăugând acestor instituții importante și valorosul și numerosul public tânăr potențial din Colegiile Naționale de elită, precum “Mihai Viteazul”, “I.L.Caragiale”, “Nichita Stănescu”, “Virgil Madgearu”, “A.I.Cuza”, și nu în ultimul rând “Carmen Sylva”, care reprezintă o mica „pepinieră artistică” pentru Filarmonica „Paul Constantinescu”.

În acest context cultural polivalent Filarmonica „Paul Constantinescu” Ploiesti a crescut semnificativ numărul de spectatori tineri și foarte tineri. Contextul în care există Filarmonica „Paul Constantinescu” este unic în România. Amplasat într-un oraș de factură mai mult comercială (*capitala aurului negru*), un oraș de tradiție (peste 84 de ani de la înființarea primei instituții muzicale din „viața” Ploieștiului), multicultural (greci, italieni, turci, evrei, etc). A conduce o filarmonică în acest oraș reprezintă o responsabilitate și o răspundere atât culturală cât și civică, presupunând o deschidere către nou, către interculturalitate, către Europa, nu numai spre membrii comunității din care face parte. De aceea, misiunea acestei instituții de tradiție este una de deschidere culturală , transparență, profesionalism.

Institutia - Filarmonica, si-a propus si reuseste in ultimii ani sa fie un bun al tuturor, o certitudine a calitatii si progresului continuu, o marca ce patrunde tot mai adanc in constienta zecilor de mii de spectatori din tara si strainatate. Toata aceasta activitatea complexa este posibila doar intr-o atmosfera de lucru organizata si baza pe respect si entuziasm între membrii institutiei fie ei artisti sau personal Tesa(administrativ).

Filarmonica "Paul Constantinescu" , prin evenimentele pe care le organizează, este aliniată la standardele internaționale din toate punctele de vedere: concepția evenimentelor, promovarea acestora și calitatea înaltă a actului artistic; de la an la an devine tot mai vizibilă pe plan național și internațional.

Pentru ca performanța formațiilor Filarmonicii să fie în continuă ascensiune, dirijorii și soliști invitați să concerteze alături de acestea sunt în general personalități artistice de renume mondial precum: dirijorii Jin Wang, Walter Hilgers, Diamantis Panagiotis, Alexander Walker (concertele desfășurându-se sub egida Ambasadelor țărilor de unde provin, în România) și soliștii: Răzvan Stoica, Alexandru Tomescu, Răzvan Stoica , Eduard Kunz, etc. Deși onorariile pe care aceștia le percep în mod obișnuit sunt foarte mari, Filarmonica alocă un buget nu mai mare de 220,000 lei pentru un muzician/formație din această categorie, artiști de înaltă ținută, care concertează pe toate marile scene ale lumii. În urma negocierilor onorariilor acceptă să vină în ajutorul culturii prahovene, să fie ambasadori culturali, iar astfel publicul ploieștean poate audia concerte ca în Filarmonicile cu tradiție din Europa.

"Ploiești Jazz Festival" este la acest moment printre primele festivaluri de gen din Europa, datorită invitaților ce concertează pe scena Filarmonicii în cele cinci zile, personalități ale muzicii de jazz din toată lumea. Astfel, Ploieștiul promovează un gen de muzică destul de puțin ascultat în România, înscriindu-se pe harta internațională a jazz-ului prin "Ploiești Jazz Festival" și "Ploiești Jazz Trio", cea mai nouă formație a Filarmonicii. În general, dar mai ales pe parcursul campaniei de promovare a Ploiești Jazz Festival , Filarmonica "Paul Constantinescu" aduce muzica mai aproape de public și organizează diferite concerte în spații neconvenționale, acțiuni ce îndeamnă publicul mai des către sala de concerte, iar Filarmonica își atinge și scopul educațional, subînțeles pentru o instituție de cultură.

De-a lungul stagiunii, Filarmonica ploieșteană organizează evenimente pentru toate categoriile de public, mai ales că are în componența sa trei formații muzicale: orchestră simfonică, populară și compartiment de jazz, propunând publicului spectacole sincretice care necesită servicii de sceno-tehnică elaborate sau cele care se desfășoară în aer liber, precum Concertul Simfonic și concertele în care performează orchestra populară sau trio-ul de jazz. Nu în ultimul rând se vor face demersuri în ceea ce privește imagine la nivel local și regional – prezența fizică a instituției prin mai multe aspecte, pe langa cele deja existente:

- personalizarea (dacă se vor obține autorizațiile în acest sens) a stației de transport în comun *Filarmonica "Paul Constantinescu"*

- realizarea și amenajarea (dacă se vor obține autorizațiile în acest sens) atât în Parcul Municipal Vest cât și în Parcul Sălii Sporturilor a unor alei denumite după numele unor artiști celebri/compozitori/etc
- dezvoltarea magazinului fizic și virtual
- dezvoltarea punctului de lucru din cadrul Mall-ului Afi Ploiesti
- poziționarea și implementarea a mai multor bannere și mesh-uri pe raza Municipiului Ploiești și nu numai

Pentru ca instrumentiștii să-și poată susține activitatea zilnică, au nevoie de instrumente profesionale și de accesorii (consumabile) care permit funcționarea acestora la parametri normali, astfel încât emisia sonoră să nu fie afectată. Instrumentele muzicale, obiecte sensibile, au nevoie de întreținere (curățare în cazul instrumentelor de alamă, sau diferite reglaje ce se impun celorlalte instrumente din lemn, material ce este în continuă transformare) sau reparații, deoarece instrumentele muzicale sunt sensibile chiar și la schimbările de temperatură și se pot deteriora, iar altele necesită acest lucru din cauza uzurii. Se va discuta și negocia realizarea unor contracte de comodat pentru instrumentele pe care instituția nu le deține, însă sunt deținute de către artiștii instrumentiști; pentru a fi în legalitate și nu în ultimul rând pentru a ne asigura ca standardele instrumentelor, iar mai apoi al producției artistice să fie unul ridicat, asigurând mentenanța acestor bunuri.

Formațiile Filarmonicii sunt invitate adesea să susțină concerte în străinătate și reprezintă orașul Ploiești și România în diversele schimburi interculturale la care participă an de an dezvoltând astfel relații internaționale importante pentru Municipiul Ploiești.

În anul 2019 Filarmonica "Paul Constantinescu" a organizat ediția a doua a "Balului Filarmonicii" la Sala Coloanelor a Palatului Culturii, un eveniment complex la care participă personalități artistice, autorități locale și naționale și care la prima ediție a reușit să fie cea mai importantă manifestare culturală a anului 2017, un eveniment de marca al Municipiului Ploiesti, o piatra de temelie în ideea unui oras – capitală culturală. De asemenea realizarea stagiunii de concerte pe o perioadă de cel puțin 2 ani și realizarea distribuției artiștilor în spectacole pentru cel puțin un an în avans asemenea marilor Filarmonici, a dus și va duce la previziuni, astfel orchestrele se pot pregăti din timp, programele se vor cunoaște, implicit performanța a crescut, devenind în acest moment singura institutie de acest gen din Romania cu o stagiune realizata pana in anul 2024 – din păcate aceasta a trebuit să sufere modificări semnificative începând din anul 2020, 15 martie, **o data cu instalarea Stării de Urgență – a Pandemiei – un aspect care de altfel a modificat întreaga structură a planului de management și au trebuit să se găsească soluții rapide, mai ales în mediul on-line.**

e.6. programe propuse pentru întreaga perioadă de management;

- Programul **Edu-musik la Filarmonică** Are ca scop promovarea muzicii clasice, folclorice și de jazz în rândul elevilor. Educația muzicală a copiilor are un rol fundamental în dezvoltarea acestora. Așadar Filarmonica va realiza cel puțin 10 concerte / an dedicate exclusiv elevilor din clasele I-IV, V-VIII respectiv liceu.
- **Programul Muzicoterapia** Are ca scop formarea de competențe în domeniul folosirii muzicii ca metoda psihoterapeutică foarte complexă, atât pentru inducerea unor schimbări pozitive în conduita umană, cât și în tratamentul dereglărilor fizice, mentale sau emoționale. Meloterapia dă rezultate excelente în îmbunătățirea potențialului intelectual, stimularea inteligenței și a capacității de învățare, dezvoltarea creativității și a imaginației, activarea gândirii și activarea atenției, eliminarea stresului, reducerea anxietății provocate de procedurile medicale, calmarea durerilor, ameliorarea calității vieții bolnavilor, instalarea unui somn de mai bună calitate, ameliorarea stării nou născuților, reducerea depresiei, ameliorarea stării de spirit. Se vor realiza parteneriate cu spitalele din județul Prahova în vederea susținerii a minim 2 concerte / an la sediu / în alte locații cu specific meloterapeutic.
- **Classic Meets...** Acest program are ca scop intersectarea unei orchestre simfonice//orchestra folclorice/formulă camerală 8-10 persoane cu un stil tradițional al unei anumite țări (Grecia, România, Irlanda, Italia, etc.) – realizând mai multe spectacole având ca protagoniști orchestra simfonică, formații profesionale de dans traditional, instrumente specifice. Ex. *Classic Meets Irish, Classic Meets Greek*
- **Călătorie muzicală** – scopul acestui program este de a promova muzica internațională, a tuturor compozitorilor importanți și mai puțin importanți. Realizarea mai multor concerte de aceste gen, sub forma unor ediții este benefică publicului meloman în special pentru educare dar și pentru promovarea muzicii internaționale
- **Baluri** – Filarmonica „Paul Constantinescu” va avea în continuare în vedere organizarea sau coorganizarea unor baluri cu diferite scopuri - baluri caritabile, bal vienez, bal dedicat oamenilor de afaceri și cel mai important, continuarea tradiției formate prin **Balul Filarmonicii** (un bal care a devenit emblematic pentru orașul Ploiești)
- **Săptămâna Altfel** - Elevii participă în această săptămână la activități educative extrașcolare și extracurriculare în cadrul programului numit "Școala altfel: Să știi mai multe, să fii mai bun!" – organizarea de concerte și recitaluri – lecție (minim 3 concerte/recitaluri/ediție)
- Multiculturalitate – unitate în diversitate : printr-un parteneriat realizat cu Primăria Ploiești, cu Guvernul României – Direcția Relații Interetnice și organizațiile minorităților se va putea realiza **Festivalul "Alfabetul Conviețuirii"**
- **Zilele Municipiului Ploiești:** organizarea de concerte, recitaluri și spectacole în parteneriat cu Primăria Municipiului Ploiești (1 concert de muzică populară, 1 recital de muzică clasică si 1 concert simfonic de mare amploare)
- **Târgul de Crăciun**
- **Operă, operetă, vocal-sinfonic, balet**
- Festivalul Internațional „Ploiești Jazz Festival”
- **Festivalul Internațional „George Enescu”** – participarea cu orchestra simfonică / cvartetul prin minim un concert susținut la Ploiești / Bucuresti sau pe aria județului Prahova.
- **Simphonic & beginnings**
- **Stagiunea Populară**
- **Stagiunea de Jazz**

- **Stagiunea Estivală**
- **Concursuri Naționale și Internaționale**
- **ArtHub Volunteer**
- **Festivalul folkloric "Cunună de cântec românesc"**
- **Festivalul rock-simfonic**
- **Zile naționale/ziua culturii naționale**
- **Stagiunea kammermusik**
- **ViCo Hall – Virtual Concert Hall** - Prin intermediul platformei "Virtual Concert Hall" punem la dispoziția publicului mai multe categorii de producții și servicii culturale, ce vor putea fi urmărite în toată lumea: concerte simfonice, concerte de folclor, recitaluri, concerte și festivaluri de jazz, din sfera educativă (concerte-lecție, workshop-uri, masterclass-uri, conferințe), documentare și producții artistice care au la bază istoria culturală a minorităților și grupurilor sociale, etnice și culturale, vizând creșterea conștientizării publice cu privire la diversitatea culturală, producții cultural-artistice cu abordări interdisciplinare, magazin virtual.

e.7. proiecte din cadrul programelor;

- Programul **Edu-musik la Filarmonică** Are ca scop promovarea muzicii clasice, folclorice și de jazz în rândul elevilor. Educația muzicală a copiilor are un rol fundamental în dezvoltarea acestora. Așadar Filarmonica va realiza cel puțin **10 concerte** / an dedicate exclusiv elevilor din clasele I-IV, V-VIII respectiv liceu.
- **Programul Muzicoterapia** - Studiile de psihologie efectuate până acum în diverse laboratoare de cercetare au permis elaborarea următoarelor recomandări, și, astfel s-a realizat parteneriatul cu Spitalul Voila si au fost realizate evenimente (mini stagiune) prin care s-au facut diverse exemplificări, atât prin intermediul formațiilor camerale cât și prin vizionarea altora:
 - a) pentru calmarea sistemului nervos: Concertul nr. 5 pentru pian și orchestră de L. V. Beethoven și Uvertura operei Parsifal de R. Wagner.
 - b) pentru destindere psihică și relaxare: Sonata pentru flaut, alto și harpă și Clar de lună de C. Debussy, Nocturnele lui F. Chopin și Apocalipsa animalelor de Vanghelis.
 - c) pentru combaterea oboselii și surmenajului: "Poemul simfonic Vltava de B. Smetana" și "Dimineața" de E.Grieg
 - d) pentru tratarea stărilor depresive: Carnavalul de A. Dvorak.
 - e) pentru calmarea stărilor de agitație: Oda bucuriei de L. V. Beethoven și Corul pelerinilor de R. Wagner.
 - f) pentru tratarea nevrozei astenice și a tulburărilor vegetative: Mica serenadă și Simfonia nr. 41 de W. A. Mozart.
 - g) pentru calmarea marilor suferințe care apar în urma unor întâmplări tragice: Concertul pentru violoncel de A. Dvorak și Patetică de P. I. Ceaikovski.
 - h) pentru relaxare: Claude Debussy - Sonata pentru pian și harpă, Nicolo Paganini - Concertul nr. 4 în Re Minor, Piotr Ilici Ceaikovsky - Uvertura operei "Frumoasa din pădurea adormită".
 - i) pentru liniște interioară: Ludwig van Beethoven - Concertul imperial nr. 5 (Adagio din sonata pentru violoncel și orchestra în sol minor), Franz Schubert – „Rosamunda” și „Ave Maria”, Piotr Ilici Ceaikovsky – „Lacul lebedelor”, Robert Schumann – „Reverie”, Wolfgang Amadeus Mozart - Concert nr. 21 pentru pian și orchestră.

- j) pentru reglarea nivelului tensiunii arteriale: Wolfgang Amadeus Mozart – „Don Juan”, Franz Liszt – „Rapsodie maghiară”.
 - k) pentru surmenaj intelectual: Johann Sebastian Bach – „Fugile”.
 - l) pentru ameliorarea durerilor fizice: Ludwig van Beethoven – „Pastorală”, Maurice Ravel – „Bolero”, Frederick Chopin - Concert nr. 1 în Mi Minor.
 - m) pentru stimularea și energizarea organismului: Giuseppe Verdi - Marșul din opera „Aida”, Johann Sebastian Bach - Brandenburgicele.
- **Classic Meets...** Acest program are ca scop intersectarea unei orchestre simfonice//orchestra folclorice/formulă camerală 8-10 persoane cu un stil tradițional al unei anumite țări (Grecia, România, Irlanda, Italia, etc.) – realizând mai multe spectacole având ca protagoniști orchestra simfonică, formații profesionale de dans traditional, instrumente specifice. Ex. *Classic Meets Irish, Classic Meets Greek*. Se va urmări în perioada următoare de management realizarea a minim 1 concert / an (dirijor Vlad Mateescu) cu posibilitatea promovării și implementării proiectului sub formă de pilulă și în alte locații
 - **Călătorie muzicală** – scopul acestui program este de a promova muzica internațională, a tuturor compozitorilor importanți și mai puțin importanți. Realizarea mai multor concerte de aceste gen (minim 3 /pe an), sub forma unor ediții este benefică publicului meloman în special pentru educare dar și pentru promovarea muzicii internaționale.
 - **Baluri** - Evenimentele se vor desfășura astfel:
 - a) Preluarea și conducerea invitaților cu mașini de lux către sala de spectacole – Ford / BMW / JEEP/Audi/Porsche
 - b) Primirea invitaților pe covor roșu cu hostess și cvartet
 - c) Conducerea invitaților către mesele lor (cocktail cu mese rotunde, specific unui bal vienez)
 - d) Amenajarea unui spațiu expozițional pentru obiecte de artă și picturi oferite spre donație/vânzare (în funcție de cauza balului)
 - e) Susținerea unui concert simfonic extraordinar având ca program artistic în special lucrări ale marilor compozitori, regi ai valsului (ex. Strauss).
 - f) Pe parcursul concertului lumea va fi invitată la dans, încurajată de cele câteva perechi de dansatori copii/adulți care au creat atmosfera necesară unui bal
 - **Săptămâna Altfel** - Elevii participă în această săptămână la activități educative extrașcolare și extracurriculare în cadrul programului numit "Școala altfel: Să știi mai multe, să fii mai bun!" – organizarea de concerte și recitaluri – lecție (minim **2 concerte/recitaluri/ediție** în funcție de parteneriatele avute cu școlile și sau cu Inspectoratul școlar județean)
 - **Multiculturalitate** – unitate în diversitate : printr-un parteneriat realizat cu Primăria Ploiești, cu Guvernul României – Direcția Relații Interetnice și organizațiile minorităților, în special Uniunea Elenă din România, se va putea realiza **Festivalul "Alfabetul Conviețuirii" (pe parcursul a 3zile):**
 - a) amenajarea mai multor locații pentru vizionare filme, chill-out, scene pentru concerte susținute de formații/ orchestra/ansambluri artistice
 - b) Dezvoltarea unor standuri expoziționale reprezentative pentru fiecare minoritate participant (greci, italieni, germani, sârbi, etc.)
 - c) Muzica clasică în context interetnic
 - **Zilele Municipiului Ploiești:** organizarea de concerte, recitaluri și spectacole în parteneriat cu Primăria Municipiului Ploiești (1 concert de muzică populară, 1 recital de muzică clasică și 1 concert simfonic de mare amploare)
 - **Târgul de Crăciun** Începând cu luna decembrie și până la Crăciun, cele mai frumoase locuri din Ploiești se vor putea transforma în fermecătoarea piață de Crăciun. Se va organiza un program cultural-

educațional de mare anvergură realizat în parteneriat cu Primăria Municipiului Ploiești, Teatrul „Toma Caragiu” Ploiești, Casa de Cultură „I.L. Caragiale”. Se vor susține **2-3 recitaluri de muzică clasică, 3 concerte de muzică populară, 1-2 recitaluri ale formației brass a filarmonicii** (în condiții de siguranță atât pentru artiști cât și pentru instrumente care vor fi solicitate la temperatură scăzute)

- **Operă, operetă, vocal-simfonic, balet** – aceste propuneri pot suferi modificări în funcție de evoluția pandemiei generate de infectarea populației cu virusul Covid 19 . Pe perioada derulării contractului de management pe 5 ani Filarmonica pune în scenă mai multe titluri: Opereta „Crai Nou” de Ciprian Porumbescu, Opere/ Opere în concert „Nabucco” de G. Verdi, „Madama Butterfly” de G. Puccini, „Nunta lui Figaro” de W.A. Mozart, baletul „Spărgătorul de nuci” și sau „Lacul Lebedelor” de P.I.Ceaikovski
- Festivalul Internațional **„Ploiești Jazz Festival”** – unul dintre cele mai importante evenimente reprezentative pentru Municipiul Ploiești, având un impact la nivel mondial. Printre evenimentele care alcătuiesc festivalul vor fi, o dată cu fiecare ediție anuală: Conferință de Presă (deschidere), „Jazz in the Bus” – „Zoom Trio”, Concert Ploiești Jazz Trio – AFI Ploiești, „Funky White House” –DJ Vynil – Esplanada Palatului Administrativ Ploiești (concert live de pe platform TIR-ului allegoric cu show de lumini pe fațada clădirii Palatului Administrativ, Caravana Dixieland(concerte ale unor formații de alămuri susținute în spații neconvenționale), Caravana „Ploiești Jazz Festival” – TIR-ul alegoric , Concert Corul Filarmonicii „Paul Constantinescu” **„Piața Festivalului” – Esplanada Palatului Culturii Ploiești: Concerte(minim 3 concerte + Proiecții + Expoziție de mașini Vintage - „Retromobil”)**, Conferință pe teme de Jazz: Promotori și Manageri ai festivalurilor/concertelor de jazz de-a lungul timpului + proiecție + Concert Ploiești Jazz Trio, **Expoziție de Picturi și Afișe** – Tablouri realizate de elevii Colegiului de Artă „Carmen Sylva” Ploiești (prof. coordonator: Rita Bădulescu) și Afișe ale colecționarilor și instituțiilor care au organizat concerte/festivaluri de jazz în ultimii 50 de ani ; în cadrul festivalului propriu-zis vor avea loc minim 6 concerte ale unor mari artiști din România sau străinătate, câștigători ai premiilor Grammy, la care se adaugă un concert jazz-simfonic în deschiderea evenimentului cât și organizarea a minim 3 concert de Jam Session aducând laolaltă toți artiștii festivalului.
- **Festivalul Internațional „George Enescu”** – participarea cu orchestra simfonică / cvartetul prin minim **un concert** susținut la Ploiești / București sau pe aria județului Prahova.
- **Simphonic & beginnings (youth orchestra)**

Orchestra simfonică a Filarmonicii ploieștene promovează cu mândrie opera marelui compozitor român Paul Constantinescu și muzica românească în general, punând adesea în scenă opere din istoria muzicii românești, opere ce ne definesc și ne păstrează intactă identitatea. Se acordă o importanță deosebită organizării concertelor educative și acțiunilor ce au în prim plan cultivarea gustului pentru muzica cultă la copiii ce nu studiază în școli de profil, iar pentru tinerii interpreți, dirijori, artiști la început de carieră, Filarmonica a demarat câteva proiecte pentru încurajarea și promovarea acestora, asigurându-se un natural schimb de generații din ce în ce mai pregătite pentru scenă. Orchestra simfonică concertează anual peste hotare în cadrul turneele organizate în Italia, Franța, Germania, Grecia etc., participă la emisiuni TV și evenimente private, alături de mari personalități ale muzicii clasice , dirijori și soliști de renume mondial. Orchestra simfonică a Filarmonicii „Paul Constantinescu” va înregistra numeroase DVD-uri și compact discuri cu cele mai importante concerte simfonice în studio-ul propriu, cu aparatură de ultimă generație. Stagiunea Simfonică va fi în perioada septembrie – iunie aducând pe scena Filarmonicii și nu numai o serie de artiști renumiți, dirijori și soliști, însumând minim **50 de concerte/stagiune**. Acestor concerte li se vor adăuga câte un concert/trimestru organizat în parteneriat cu elevi ai Liceelor/Colegiilor de Artă din Ploiești, București, Buzău – selectând cei mai buni elevi instrumentiști care vor cânta alături de membri ai orchestrei profesionale a Filarmonicii ploieștene.

Stagiunea Populară- Stagiunea Populară- **15 concerte/stagiune** (pe lângă artiștii și soliștii angajați vor fi invitate și nume sonore din lumea folclorică) **și 7 concerte educative.** Orchestra „Flacăra Prahovei” a cunoscut, de-a lungul timpului multe realizări artistice valoroase. A fost condusă de dirijori cu o mare experiență: George Botez, Constantin Busuioc, Toma Ion și Ion Pană. A acompaniat soliști de reputație națională și internațională precum: Maria Tănase, Ioana Radu, Ileana Sărăroiu, Irina Loghin, Maria Ciobanu, etc. Având o activitate proprie, dar fiind încorporată din punct de vedere administrativ ca secție a Filarmonicii “Paul Constantinescu”, Orchestra “Flacăra Prahovei” reprezintă un exemplu de longevitate artistică. Anasamblul instrumental valoros, împreună cu soliștii vocali renumiți reușesc să promoveze tradițiile locale și ale poporului român deopotrivă prin reprezentații artistice care bucură publicul de fiecare dată.

Stagiunea de Jazz - Dat fiind faptul că jazz-ul românesc s-a născut la Ploiești, iar Filarmonica “Paul Constantinescu” este singura instituție de acest gen din Europa care are în componență un trio de jazz, publicul ploieștean beneficiază de o activitate concertistică bogată în acest sens, mai cu seamă că tot ce este nou în materie, soliști autohtoni sau străini, se regăsesc pe afișele stagiunii de jazz sau pe cele ale “Ploiești Jazz Festival”. Acest gen de muzică se bucură de apreciere crescândă în rândul publicului ploieștean care a putut urmări concerte și recitaluri chiar și în spații neconvenționale precum cele organizate de filarmonica ploieșteană în mall-uri sau autobuz. Se vor organiza anual minim 15 concerte tematice (Istoria Jazz-ului) și 7 educative/ stagiune. Acestor evenimente li se adaugă în luna august un eveniment atipic fiind vorba despre *Jazz on the rooftop* un festival preambul, o ediție de vară cu muzică bună (jazz, blues și chiar rock)-eveniment ce se desfășoară pe acoperișul Primăriei Municipiului Ploiești pe parcursul a trei zile (minim 3 concerte)

Stagiunea Estivală - pe parcursul verii, formațiile filarmonicii ploieștene au prilejul de a fi mai aproape de spectatori, concertând în aer liber, în spații special amenajate (Esplanada Palatului Culturii, Biserica Sf. Andrei sau Amfiteatrul Parcului Municipal Vest). Stagiunea estivală, prin publicul numeros pe care îl adună, demonstrează an de an că filarmonica face partea din viața publicului de toate vârstele, contribuind semnificativ la dezvoltarea continuă a societății. Se vor organiza minim 12 concerte/stagiune

Concursuri Naționale și Internaționale - Proiectul Muzica Uneste Europa – dezvoltat în parteneriat cu Asociația Golden Nights, un proiect tânăr dar care a devenit unul de referință în domeniul artistic, este promotorul ideii de implicare activă în identificarea și susținerea talentului artistic, cu obiectivul declarat de identificare, dezvoltare, promovare și susținere în consacrarea acestuia. VIZIUNEA: „Muzica Uneste Europa” militează pentru ideea creării posibilității ca tinerele talente din domeniul muzicii indiferent de țara de unde provin să se cunoască, să se întâlnească și să împărtășească din experiența proprie și celorlalți în acest fel construind împreună astăzi istoria pentru generațiile care vin. MISIUNEA: „Muzica Uneste Europa” își propune să încurajeze și să contribuie la descoperirea a cât mai multor talente, să promoveze și să stimuleze cele mai valoroase prezențe, asigurând un cadru propice pentru susținerea evoluției tinerilor interpreți. Beneficiile pe care fondatorii și partenerii acestui proiect au reșit să le ofere participanților la evenimentele organizate s-au îndreptat cu predilecție în direcția promovării și susținerii tinerelor talente și evidențierea peste hotare a talentului românesc. Până în acest moment au fost implicați peste 100 de tineri artiști din 7 țări, peste 30 de profesori coordonatori și artiști consacrați, oficialități și reprezentanți ai sponsorilor și partenerilor care au făcut din « MUZICA UNESTE EUROPA » un brand în acest domeniu. Concurs unic, internațional desfășurat pe 3 zile, având ca arii de abordare artistică : secția pian, secția vioară, secția violă.

Festivalul –Concurs Internațional de Canto “Cezar Ouatu” se dorește a fi un eveniment de referință și un obiectiv cultural la nivelul municipiului Ploiești și județului Prahova, atât pe plan național cât și

internațional, având în vedere performanțele obținute și experiența la nivel național și internațional a lui Cezar Ouatu, considerat ca fiind unul dintre cei mai importanți și cameleonici cântăreți din România.

Prin acest eveniment important atât pentru orașul Ploiești, cât și pentru Filarmonica “Paul Constantinescu”, dorim să contribuim la ridicarea generală a nivelului de pregătire artistică, estetică și culturală a tuturor celor care sunt pasionați de acest “instrument” miraculos numit vocea umana, aducându-ne astfel un potențial aport la reprezentativitatea județului Prahova pe plan european prin calitatea organizării și nivelul pregătirii artistice. Odată cu inițierea acestui eveniment de către Cezar Ouatu alături de Filarmonica “Paul Constantinescu”, obiectivul principal este să promoveze tinerele talente demonstrând astfel că Ploieștiul are potențial cultural și că se poate înscrie cu succes pe harta orașelor cu unul dintre cele mai importante festivaluri de canto pe secțiuni (canto muzică ușoară, canto clasic, canto popular) din România și Europa.

Secțiuni :

CANTO MUZICĂ UȘOARĂ – categ. 6-9 ani, 10-13 ani, 14-17 și 18+, și secțiunea grupuri cu limita de vârstă 32 de ani;

CANTO CLASIC – categ. 10-13 ani, 14-17 ani și 18+, cu limita de vârstă 32 de ani;

CANTO POPULAR – categ. 9-13 ani, 14-17 ani și 18+, cu limita de vârstă 32 de ani.

Nu în ultimul rând, Filarmonica ploieșteană va fi partener sau co-organizator și în alte proiecte/concursuri, de ex. Concursul Internațional „Paul Constantinescu” realizat în parteneriat cu Muzeul ”Paul Constantinescu” și Universitatea Națională de Muzică București

ArtHub Volunteer – va deveni singurul program cultural-artistic din România de formare și perfecționare dedicat tinerilor artiști , viitori interpreți, viitori soliști. Proiectat precum un instrument de dezvoltare personală, un catalizator pentru comunitate și o anulare a barierelor sociale, va reprezenta inițiativa vizionară ce continuă misiunea Filarmonicii ploieștene de a oferi excelență artistică și noi orizonturi tinerelor talente. ArtHub Volunteer devine astfel catalizatorul și ocazia extraordinară de a evolua în cariera artistică aleasă prin deschiderea porților tinerilor artiști aspiranți, prin conexiunea în mod direct cu marii soliști, dirijor, interpreți, având acces la cursuri de măiestrie artistică (masterclass), clase de repertoriu și seminarii focalizate pe dezvoltare și performanță, toate sub atenta îndrumare a unor artiști de renume internațional și maeștri de înaltă ținută profesională. Sunt așteptați în cadrul programului de voluntariat studenți ai Universităților Naționale de Muzică, Licee/Colegii de muzica. Experiența în domeniu nu este obligatorie deoarece programul va contribui temeinic la dezvoltarea abilităților și competențelor profesionale. Tinerii înscriși în program vor căpăta experiență în curatoriat, PR, social media, marketing și organizare evenimente.

Festivalul folkloric ”Cunună de cântec românesc”- Festivalul concurs „Cununa de cantec romanesc” (concurs de interpretare a muzicii populare si / sau fara concurs de interpretare instrumente) se va desfasura pe parcursul a doua zile. Prima zi va fi dedicata concursului de muzica populara iar in a doua seara va avea loc gala laureatilor. Ambele seri vor fi urmate de un program artistic. Selectia, participarea concurentilor, jurizarea, acordarea premiilor si alte reguli privind repertoriul se vor preciza intr-un regulament specific. Se vor selecta max. 16 concurenti repartizati in numar egal de la fiecare reprezentant astfel incat sa existe o diversitate a zonelor folclorice reprezentate. Festivalul va avea loc in sala de spectacole „Ion Baci” a filarmonicii. La evenimente vor fi invitati elevi, studenti, reprezentanți ai minoritatilor locale, persoane cu dezabilitati (nevazatori). Vor fi angrenati voluntari in procesul de desfasurare a evenimentului. Evenimentele

vor fi transmise live pe platforma Virtual Concert Hall și arhivate pe aceasta platformă de unde pot fi vizionate de publicul din întreaga lume.

Festivalul rock-simfonic - Rockul simfonic este un subgen al rockului progresiv. De la începuturile istoriei rockului progresiv termenul de rock simfonic a fost utilizat pentru a deosebi rockul progresiv inspirat din muzica clasică de formele mai psihedelice sau experimentale ale genului. Rockul simfonic poate fi descris ca fiind combinarea rockului progresiv cu elementele muzicii clasice. Unii artiști interpretează versiuni rock ale unor teme cunoscute din muzica clasică sau compun piese originale după structurile compoziționale clasice. În plus, pot fi acompaniați de o orchestră simfonică sau să utilizeze sintetizatorul sau mellotronul pentru a înlocui sunetul orchestrei. Evenimentul va prevedea organizarea unor spații de campare, standuri de alimentație și evoluția unor trupe rock acompaniate pe alocuri de formații mici de muzică classic/simfonică pe durata a două zile. Nu va lipsi nici o paradă a motocicliștilor prin Ploiești la care sunt așteptați să participe Ovidiu „Kempes” Ioncu (fostul solist al trupei Cargo), Nicu Covaci (liderul trupei Phoenix), Cristi Hrubaru (director Rock FM) și mulți alți artiști Festivalul va include concerte live sustinute de cunoscute trupe rock românești, o parada a motocicletelor în municipiul Ploiești și concursuri interactive pentru motocicliști.

Zile naționale/ziua culturii naționale- Zile naționale/ziua culturii naționale- Filarmonica ”Paul Constantinescu” acordă importanța cuvenită evenimentelor importante din istoria poporului român , organizând concerte dedicate momentelor istorice încărcate de semnificații :

Ziua Armatei române-25 octombrie, Ziua Națională a României -1 decembrie, Ziua Culturii Naționale -15 ianuarie, Ziua Unirii Principatelor Române-24 ianuarie, Ziua Drapelului Național – 26 iunie, Ziua Imnului – 29 iulie, Ziua Limbii Române – 31 august.

Stagiunea kammermusik - Muzica de cameră se bucură de un loc aparte în preferințele spectatorilor. Scena este ocupată de un număr redus de instrumentiști, cu o atmosferă plăcută și intimă creată pentru publicul spectator ce poate urmări reprezentații cu lucrări premergătoare muzicii simfonice de astăzi . Se vor organiza minim 6 concerte/stagiune susținute de diferite formații camerale din cadrul orchestrei simfonice

ViCo Hall – Virtual Concert Hall - Prin intermediul platformei “Virtual Concert Hall” vom pune la dispoziția publicului mai multe categorii de producții și servicii culturale, ce vor putea fi urmărite în toată lumea: concerte simfonice, concerte de folclor, recitaluri, concerte și festivaluri de jazz, din sfera educativă (concerte-lecție, workshop-uri, masterclass-uri, conferințe), documentare și producții artistice care au la bază istoria culturală a minorităților și grupurilor sociale, etnice și culturale, vizând creșterea conștientizării publice cu privire la diversitatea culturală, producții cultural-artistice cu abordări interdisciplinare, magazin virtual.

e.8. alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management

Întâlniri Culturale - organizate în spațiile Filarmonicii și prin asocierea cu evenimente de prestigiu (lansări de carte, dialoguri culturale etc.) ținând cont și de solicitările și propunerile partenerilor/sponsorilor. Recitaluri în foaiere sau spații neconvenționale- modalitate diferită de atragere a unui public nou și strategie de variație pentru publicul loial.

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

Criza financiară și apariția Pandemiei de COVID-19 are un impact destul de puternic asupra capacității administrațiilor publice de a finanța proiecte importante, semnificative. Pentru a îndeplini obiectivele proprii ale instituției, Filarmonica va avea nevoie de: - un cadru de reglementare care să garanteze eficiența și siguranța financiară proprie, instrumente inovatoare pentru a finanța investițiile necesare, inclusiv parteneriatele ce dorește a le dezvolta. Astfel, vom putea dezvolta un pachet de instrumente financiare, care să fie capabil să garanteze reușita activității viitoare previzionată. Aceste instrumente vor putea arăta că resursele financiare sunt investite în mod eficient pentru a sprijini dezvoltarea inteligentă, durabilă și favorabilă. Politica financiar – contabilă va sprijini în contextul celor prevăzute mai jos următoarele arii: - Dezvoltarea calitativă a locurilor de muncă existente și angajarea optimă în cadrul locurilor lacunare; - Dezvoltarea de noi proiecte artistice; - Cuantificarea inteligentă a infrastructurii proprii de cheltuieli cu utilitățile, cheltuielile cu terții, costurile indirecte, etc.; - Dezvoltarea de proiecte indirecte ce s-a redusă consumurile la nivel de unitate; - Dezvoltarea permanentă și continuă a activității; - Ameliorarea competențelor și formarea profesională

Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției pentru următorii cinci ani, corelată cu resursele financiare necesar a fi alocate din subvenția de la Consiliul Local – Primăria Municipiului Ploiești este una destul de dificilă ținând cont de contextual actual (COVID-19). Un aspect important va fi alocarea unor resurse financiar, pe lângă cele ”obișnuite”, pentru desfășurarea acțiunilor de deratizare, dezinfectare și chiar nebulizare/ionizare a aerului – toate acestea reprezentând aproximativ 5-7% din costurile organizării unui concert – totul pentru a fi în siguranță abordările privind eficiența și eficacitatea au, de cele mai multe ori, în vedere activitatea din sectorul privat, în sectorul public accentul punându-se mai mult pe nivelul de acoperire a solicitărilor și mai puțin pe modul de utilizare a resurselor. Sectorul public a fost considerat, o perioadă îndelungată, ca unul al non-pieței, fapt ce a exclus concurența cu repercusiuni negative asupra calității bunurilor și serviciilor publice și asupra gestionării resurselor utilizate în acest sector. Nivelul tot mai ridicat al nevoilor publice ca și dificultățile frecvente, câteodată de netrecut, de acoperire a acestora au impus transformări esențiale atât în modalitatea de asigurare a bunurilor și serviciilor publice, cât și în finanțarea organizațiilor și a instituțiilor care le realizează. Un prim pas în implementarea schimbării – în sensul urmăririi eficienței în sectorul public – a constat în renunțarea statului la monopolul asupra activităților din acest sector.

În bugetul unei instituții, ponderea cea mai importantă a cheltuielilor efectuate o reprezintă cheltuielile de personal. Celelalte resurse financiare sunt utilizate pentru plata utilităților și pentru crearea de bunuri artistice (spectacole) care cuprind - programe noi (proiecte culturale); - dezvoltarea continuă a spectacolelor devenite tradiție; - exploatarea periodică a spectacolelor – ce au înregistrat resurse financiare (venituri) considerabile. Îmi propun ca aplicarea sistemului de vânzare a biletelor în special cel on-line să fie una mai incisivă. Prin prezentul proiect de management se urmărește consolidarea și dezvoltarea instituției pe direcțiile stabilite de cercetare, conservare și valorificare a patrimoniului cultural imaterial din orașul Ploiești și de educație și perfecționare continuă în afara sistemelor formale de învățământ. În ciuda condițiilor economice precare, avem încredere că vom putea îmbunătăți standardele actului cultural. În acest sens, de o importanță majoră este factorul uman, care trebuie stimulat pentru a-și îmbunătăți competențele profesionale și recompensat, astfel încât fiecare individ să se simtă apreciat și motivat, într-o atmosferă care să armonizeze interesele personale cu cele ale Filarmonicii „Paul Constantinescu”.

f.1. proiectul de buget de venituri și cheltuieli pe perioada managementului

DENUMIREA INDICATORILOR	Cod indicator	Buget 2021	Buget 2022	Buget 2023	Buget 2024	Buget 2025
-------------------------	---------------	------------	------------	------------	------------	------------

TOTAL VENITURI - din care:			17,267.00	18,379.00	18,703.00	18,973.00	19,084.00
	VENITURILE SECTIUNII DE FUNCTIONARE - total - din care:		16,857.00	17,969.00	18,293.00	18,563.00	18,674.00
	Venituri din concesiuni si chirii	30.10.05.30	35.00	35.00	35.00	35.00	35.00
	Venituri din prestari servicii	33.10.08	30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
	Venituri din serbari si spectacole scolare, manifestari culturale, artistice, sportive	33.10.19	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
	Alte venituri	36.10.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Donatii si sponsorizari	37.10.01	30.00	35.00	35.00	35.00	35.00
	Subventii de la bugetele locale pentru institutii publice	43.10.09	16,262.00	17,369.00	17,693.00	17,963.00	18,074.00
	VENITURILE SECTIUNII DE DEZVOLTARE - total - din care:		410.00	410.00	410.00	410.00	410.00
	Subventii pentru institutiile publice destinate sectiunii de dezvoltare	43.10.19	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00
TOTAL CHELTUIELI (SECTIUNEA DE FUNCTIONARE+SECTIUNEA DE DEZVOLTARE)			17267.00	18379.00	18703.00	18973.00	19084.00
SECTIUNEA DE FUNCTIONARE (cod 01+80+81+84)			16857.00	17969.00	18293.00	18563.00	18674.00
CHELTUIELI CURENTE (cod 10+20+30+40+50+51SF+55SF+57+59)		01	16857.00	17969.00	18293.00	18563.00	18674.00
TITLUL I CHELTUIELI DE PERSONAL (cod 10.01+10.02+10.03)		10	13962.00	15036.00	15317.00	15544.00	15612.00
Cheltuieli salariale in bani (cod 10.01.01 la 10.01.16 +10.01.30)		10.01	13167.00	14241.00	14502.00	14722.00	14780.00
	Salarii de baza	10.01.01	11676.00	12750.00	13000.00	13250.00	13300.00
	Sporuri pentru conditii de munca	10.01.05	835.00	835.00	846.00	851.00	859.00
	Alte sporuri	10.01.06					
	Fond pentru posturi ocupate prin cumul	10.01.10					
	Fond aferent platii cu ora	10.01.11					
	Indemnizatii platite unor persoane din afara unitatii	10.01.12					
	Indemnizatii de delegare	10.01.13					
	Indemnizatii de detasare	10.01.14					
	Alocatii pentru transportul la si de la locul de munca	10.01.15					
	Alocatii pentru locuinte	10.01.16					
	Indemnizatii de hrana	10.01.17	621.00	621.00	621.00	621.00	621.00
	Alte drepturi salariale in bani	10.01.30	35.00	35.00	35.00		
Cheltuieli salariale in natura (cod 10.02.01 la 10.02.06+10.02.30)		10.02	219.00	219.00	219.00	219.00	219.00
	Tichete de masa *)	10.02.01					
	Norme de hrana	10.02.02					
	Uniforme si echipament obligatoriu	10.02.03					

	Locuinta de serviciu folosita de salariat si familia sa	10.02.04					
	Transportul la si de la locul de munca	10.02.06					
	Vouchere de vacanta	10.02.06	219.00	219.00	219.00	219.00	219.00
Contributii (cod 10.03.01 la 10.03.06)		10.03	576.00	576.00	596.00	603.00	613.00
	Contributii de asigurari sociale de stat	10.03.01	268.00	268.00	268.00	268.00	268.00
	Contributii de asigurări de somaj	10.03.02	2.00	2.00	2.00		
	Contributii de asigurari sociale de sanatate	10.03.03	2.00	2.00	2.00		
	Contributii de asigurari pentru accidente de munca si boli profesionale	10.03.04	2.00	2.00	2.00		
	Prime de asigurare de viață plătite de angajator pentru angajați	10.03.05					
	Contributii pentru concedii si indemnizatii	10.03.06	2.00	2.00	2.00		
	Contributia asiguratorie de munca	10.03.07	300.00	300.00	320.00	335.00	345.00
TITLUL II BUNURI SI SERVICII (cod 20.01 la 20.06+20.09 la 20.16+20.18 la 20.27+20.30)		20	2740.00	2778.00	2821.00	2864.00	2907.00
Bunuri si servicii (cod 20.01.01 la 20.01.09+20.01.30)		20.01	1958.00	1986.00	2014.00	2042.00	2070.00
	Furnituri de birou	20.01.01	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00
	Materiale pentru curatenie	20.01.02	12.00	12.00	12.00	12.00	12.00
	Încalzit, iluminat si forta motrica	20.01.03	68.00	69.00	70.00	71.00	72.00
	Apa, canal si salubritate	20.01.04	8.00	8.00	8.00	8.00	8.00
	Carburanti si lubrifianti	20.01.05	39.00	40.00	41.00	42.00	43.00
	Piese de schimb	20.01.06					
	Transport	20.01.07					
	Posta, telecomunicatii, radio, tv, internet	20.01.08	22.00	23.00	24.00	25.00	26.00
	Materiale si prestari de servicii cu caracter functional	20.01.09	220.00	225.00	230.00	235.00	240.00
	Alte bunuri si servicii pentru întreținere si functionare	20.01.30	1580.00	1600.00	1620.00	1640.00	1660.00
Reparatii curente		20.02	90.00	90.00	90.00	90.00	90.00
Hrana (cod 20.03.01+20.03.02)		20.03	0.00	0.00	0.00		
	Hrana pentru oameni	20.03.01					
	Hrana pentru animale	20.03.02					
Medicamente si materiale sanitare (cod 20.04.01 la 20.04.04)		20.04	0.00	0.00	0.00		
	Medicamente	20.04.01					
	Materiale sanitare	20.04.02					
	Reactivi	20.04.03					
	Dezinfectanti	20.04.04					
Bunuri de natura obiectelor de inventar (cod 20.05.01+20.05.03+20.05.30)		20.05	196.00	200.00	210.00	220.00	230.00
	Uniforme si echipament	20.05.01					
	Lenjerie si accesorii de pat	20.05.03					
	Alte obiecte de inventar	20.05.30	196.00	200.00	210.00	220.00	230.00
Deplasari, detasari, transferari (cod 20.06.01+20.06.02)		20.06	310.00	310.00	310.00	310.00	310.00
	Deplasari interne, detașări, transferări	20.06.01	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00

	Deplasari în străinătate	20.06.02	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Materiale de laborator		20.09					
Cercetare-dezvoltare		20.10					
Carti, publicatii si materiale documentare		20.11	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Consultanta si expertiza		20.12					
Pregatire profesionala		20.13	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00
Protectia muncii		20.14	17.00	17.00	17.00	17.00	17.00
Munitie, furnituri si armament de natura activelor fixe pentru armata		20.15					
Studii si cercetari		20.16					
Plati pentru finantarea patrimoniului genetic al animalelor		20.18					
Contribuții ale administrației publice locale la realizarea unor lucrări și servicii de interes public local, în baza unor convenții sau contracte de asociere		20.19					
Reabilitare infrastructura program inundatii pentru autoritati publice locale		20.20					
Meteorologie		20.21					
Finantarea actiunilor din domeniul apelor		20.22					
Prevenirea si combaterea inundatiilor si ingheturilor		20.23					
Comisioane si alte costuri aferente imprumuturilor (cod 20.24.01 la 20.24.03)		20.24	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Comisioane si alte costuri aferente imprumuturilor externe	20.24.01					
	Comisioane si alte costuri aferente imprumuturilor interne	20.24.02					
	Stabilirea riscului de tara	20.24.03					
Cheltuieli judiciare si extrajudiciare derivate din actiuni in reprezentarea intereselor statului, potrivit dispozitiilor legale		20.25					
Tichete cadou		20.27					
Alte cheltuieli (cod 20.30.01 la 20.30.04+20.30.06+20.30.07+20.30.09+20.30.30)		20.30	165.00	171.00	176.00	181.00	186.00
	Reclama si publicitate	20.30.01	37.00	37.00	37.00	37.00	37.00
	Protocol si reprezentare	20.30.02	9.00	9.00	9.00	9.00	9.00
	Prime de asigurare non-viata	20.30.03	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00
	Chirii	20.30.04	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00
	Prestari servicii pentru transmiterea drepturilor	20.30.06					
	Fondul Presedintelui/Fondul conducatorului institutiei publice	20.30.07					
	Executarea silita a creantelor bugetare	20.30.09					
	Alte cheltuieli cu bunuri si servicii	20.30.30	94.00	100.00	105.00	110.00	115.00
TITLUL X ALTE CHELTUIELII (cod 59)		59	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00
	Sume aferente persoanelor cu handicap neincadrate	59.40	155.00	155.00	155.00	155.00	155.00
TITLUL XVII PLATI EFECTUATE IN ANII PRECEDENTI SI RECUPERATE IN ANUL CURENT		84	0.00	0.00	0.00		

Plati efectuate in anii precedenti si recuperate in anul curent		85.01					
SECȚIUNEA DE DEZVOLTARE (cod 51+55+56+70+84)			410.00	410.00	410.00	410.00	410.00
TITLUL VI TRANSFERURI INTRE UNITATI ALE ADMINISTRATIEI PUBLICE (cod 51.02)		51					
TITLUL VII ALTE TRANSFERURI (cod 55.01)		55					
Titlul VIII Proiecte cu finantare din Fonduri externe nerambursabile (FEN) postaderare (cod 56.01 la 56.05+cod 56.07+56.08+56.15+56.16+56.17+56.18)		56					
CHELTUIELI DE CAPITAL (cod 71+72+75)	-	70	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00
TITLUL XII ACTIVE NEFINANCIARE (cod 71.01 la 71.03)		71	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00
Active fixe (cod 71.01.01 la 71.01.03+71.01.30)		71.01	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00
	Construcții	71.01.01					
-	Mașini, echipamente si mijloace de transport	71.01.02					
	Mobilier, aparatură birotică și alte active corporale	71.01.03	410.00	410.00	410.00	410.00	410.00
	Alte active fixe	71.01.30					
Stocuri (cod 71.02.01)		71.02	0.00	0.00	0.00		
	Rezerve de stat și de mobilizare	71.02.01					
Reparații capitale aferente activelor fixe		71.03	0.00	0.00	0.00		
TITLUL XIII ACTIVE FINANCIARE (cod 72.01)		72	0.00	0.00	0.00		
Active financiare (cod 72.01.01)		72.01	0.00	0.00	0.00		
	Participare la capitalul social al societăților comerciale	72.01.01					
TITLUL XIV FONDUL NAȚIEZVOLTARE		75					
TITLUL XVII PLATI EFECTUATE IN ANII PRECEDENTI SI RECUPERATE IN ANUL CURENT		84	0.00	0.00	0.00		
Plati efectuate in anii precedenti si recuperate in anul curent		85.01					

MENȚIUNE: Bugetul prezentat mai sus este doar o prognoză, o estimare, având ca fundamentare nivelul bugetului alocat pentru anul 2019, respectiv 2020. Ținând cont de efectul Pandemiei de Coronavirus, al inflației pot fi diferite de +/- 25% (investiții realizate pentru combaterea virusului sau diminuarea producțiilor/concertelor. Sunt de părere că indiferent de situația și evoluția acestor elemente cultura are un rol fundamental în dezvoltarea locală, regional și națională – astfel renunțarea la diferite producții/concerte nu este deloc oportună.

De asemenea, se vor avea în vedere investiții importante, astfel partea de dezvoltare a organizației va avea în vedere:

1. Asigurarea costumațiilor(îmbrăcăminte) pentru artiștii orchestrei simfonice, ai orchestrei folclorice și ai compartimentului de jazz.
2. Achiziționarea unei scene de concerte/spectacole pentru aer liber utilată cu întreg necesarul de sunet,lumini și staff.
3. Achiziționarea unui ecran LED pentru interior și exterior de minim 20m pătrați
4. Menținerea transformărilor partiturilor în format electronic prin intermediul programului SIBELIUS cât și achiziționarea de tablete format A4 pentru fiecare pupitru de scenă
5. Realizarea pentru toate producțiile, inclusiv pentru modele de prezentare ale Filarmonicii ploieștene a unor Vynil Usb care să conțină datele necesare



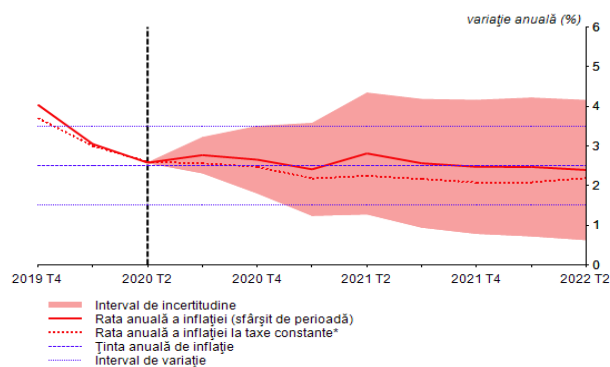
6. Instrumente(fagot,saxofon, vioara, violoncel, contrabas, case, și accesorii)
7. Menținerea și investirea într-o imagine modernă și coerentă, la curent cu design-ul european. De exemplu afișul dedicat fiecarui concert/specific al fiecărui compartiment având ca fundament logo-ul instituției:



Referitor la estimările pe anii 2021-2025 consider că ar trebui să se aibă în vedere și proiecțiile BNR, rata inflației, nivelul angajărilor și mai ales al investițiilor din anii precedenți, mai ales că unul dintre obiectivele Municipality este inclusiv realizarea unei noi săli de spectacole.

Proiecții BNR referitoare la inflație (de asemenea au stat la baza fundamentării bugetului)

Proiecția inflației anuale a prețurilor IPC și intervalul de incertitudine asociat



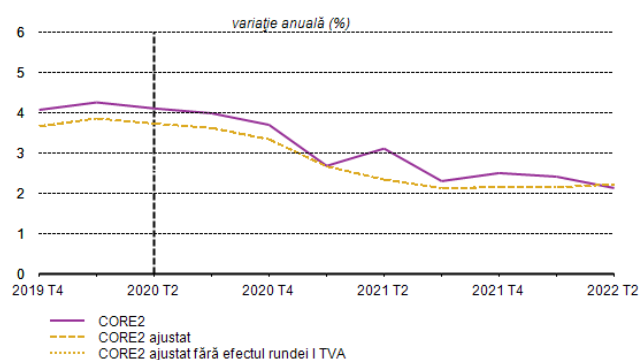
	T4 2019	T1 2020	T2 2020	T3 2020	T4 2020	T1 2021	T2 2021	T3 2021	T4 2021	T1 2022	T2 2022
Ținta	2,5				2,5				2,5		
Efectiv/ <i>Prognost</i>** (%)	4,0	3,1	2,6	2,8	2,7	2,4	2,8	2,6	2,5	2,5	2,4
taxe constante* (%)	3,7	3,0	2,6	2,6	2,5	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1	2,2
Interval de incertitudine (%)	-	-	-	±0,4	±0,8	±1,2	±1,5	±1,6	±1,7	±1,7	±1,8

* Excluce impactul de runda I al modificărilor operate la nivelul cotei TVA, al accizelor și al unor taxe nefiscale

** sfârșit de perioadă

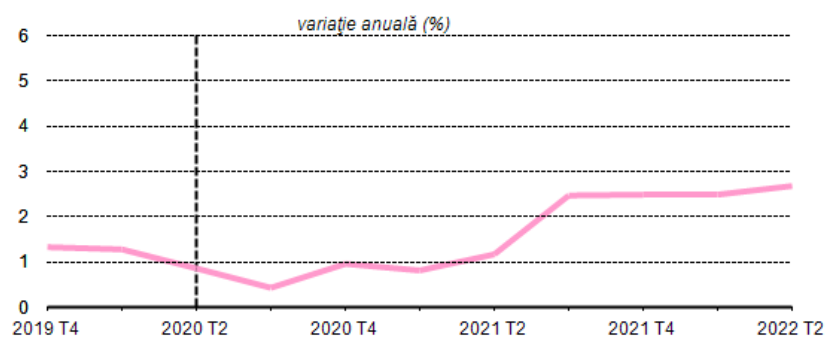
Sursa: INS, calcule BNR

Inflația anuală CORE2 și CORE2 ajustat



	T4 2019	T1 2020	T2 2020	T3 2020	T4 2020	T1 2021	T2 2021	T3 2021	T4 2021	T1 2022	T2 2022
Efectiv/ <i>Prognost</i>*											
CORE2	4,1	4,3	4,1	4,0	3,7	2,7	3,1	2,3	2,5	2,4	2,1
CORE2 ajustat	3,7	3,9	3,7	3,6	3,3	2,7	2,3	2,1	2,2	2,2	2,2
CORE2 aj. excl. efect TVA**	3,7	3,9	3,7	3,6	3,3	2,7	2,3	2,1	2,2	2,2	2,2

Inflația anuală a prețurilor administrate



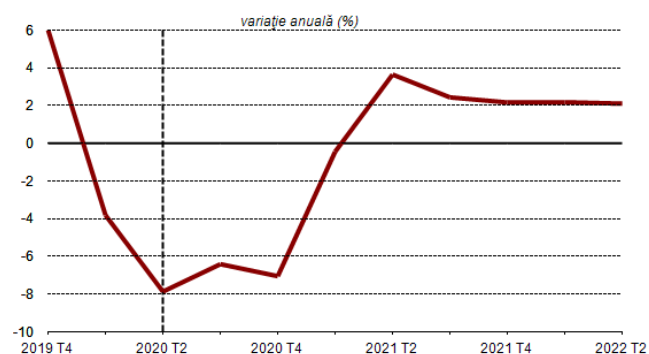
Efectiv/ **Proгноză***

(%) 1,3 1,3 0,9 0,4 1,0 0,8 1,2 2,5 2,5 2,5 2,7

* Sfârșit de perioadă

Sursa: INS, calcule BNR

Inflația anuală a prețurilor combustibililor



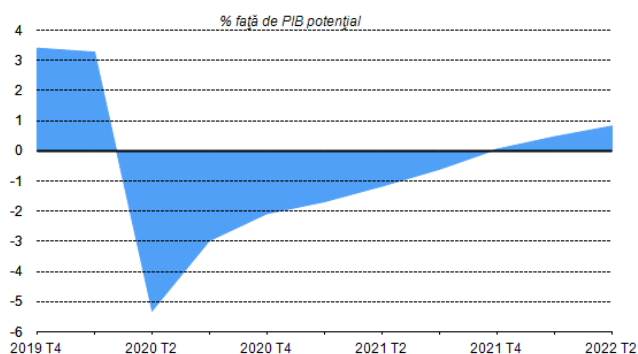
Efectiv/ **Proгноză***

(%) 6,0 -3,8 -7,9 -6,4 -7,0 -0,4 3,7 2,4 2,2 2,2 2,1

* Sfârșit de perioadă

Sursa: INS, calcule BNR

Deviația PIB



	T4 2019	T1 2020	T2 2020	T3 2020	T4 2020	T1 2021	T2 2021	T3 2021	T4 2021	T1 2022	T2 2022
--	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------	------------

f.2. numărul estimat al beneficiarilor pentru perioada managementului (5 ani):

f.2.1. la sediu

Aproximativ **40-45.000** (reprezentând bilete vândute și invitații/sponsori)

f.2.2. în afara sediului

Aproximativ **30-35.000**

f.3. programul minimal estimat pentru perioada de management aprobată

La baza propunerii noastre stă dorința și speranța că Primăria și Consiliul Local Ploiești vor alocă resursele solicitate pentru realizarea concertelor și spectacolelor propuse în acest proiect de management, pentru întreaga perioadă, negociind și alte propuneri de proiecte care pot veni în baza unor parteneriate sau în baza obținerii unor finanțări nerambursabile din fonduri guvernamentale/europene

În continuare voi prezenta câteva „elemente” care nu au fost tratate în paginile de mai sus, elemente fără de care consider că prezentul proiect de management nu ar fi complet. Într-o organizație chiar dacă procesele de muncă sunt judicios delimitate și dimensionate în componente procesuale, iar acestea sunt corelate cu componentele structurale, nu este suficient pentru realizarea cantitativă și calitativă a obiectivelor, în sistem pot apărea acțiuni centrifuge, divergente, antagonice, haotice. Managerului îi revine importanta sarcină de a organiza, armoniza și coordona toate aceste elemente și acțiuni și orientarea acestora spre îndeplinirea obiectivelor organizației.

Această abordare în dinamică a organizării ne conduce la o prelungire a acestei funcții și anume la coordonare, al treilea atribut al managementului.

O coordonare bună trebuie să asigure o utilizare eficace și eficientă a resurselor de care dispune managerul, oferind participanților la activitățile organizației posibilitatea de a-și manifesta inițiativa într-un cadru bine stabilit.

Suportul coordonării îl constituie comunicarea, definită ca proces de transmitere de mesaje informaționale, pe fluxuri descendente sau ascendente, între manager și subordonați. Transmiterea informațiilor se realizează sub forma mesajelor simbolice, între două sau mai multe persoane, unele cu statut de emițător, altele cu statut de receptor, prin intermediul unor canale specifice. Comunicarea reprezintă unul din cele mai dificile aspecte ale muncii unui manager. Sursa majorității problemelor de comunicare o constituie diferența dintre conținutul mesajului sau impactului pe care managerul intenționează să-l transmită și modul în care ceilalți membri ai instituției recepționează mesajul.

Una dintre cele mai potrivite căi prin care managerul poate deveni mai eficient este să afle ce impact au acțiunile și cuvintele lui asupra celor din jurul său. Cheia pentru a cunoaște impactul mesajului asupra celorlalți rezidă în provocarea unei reacții din partea lor, în sensul primirii unui „feed-back” precis și corect. În acest sens în Filarmonica Ploiești se folosesc mai multe metode „comunicarea în ambele sensuri”, politica „ușii deschise”, discuții față în față/unu la unu. Comunicarea este elementul dinamizator al proceselor manageriale și, în același timp, condiție a unui climat organizațional și motivațional adecvat realizării obiectivelor.

Cu sprijinul total acordat de ordonatorul principal de credite (Primăria Municipiului Ploiești), managerul își poate dovedi eficiența atât pe plan profesional, cât și în ceea ce privește modul rațional de a gestiona banul public în folosul, comunității.

Notă,
*Prezentul document a fost elaborat pentru asigurarea proiectului de management către **autoritatea locală – Primăria Municipiului Ploiești – Consiliul Local**, pentru Filarmonica „Paul Constantinescu” Ploiești, aflat 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 precum și cu cele ale regulamentului de evaluare.*
În calitate de Director/Manager al Filarmonicii „Paul Constantinescu”, subsemnatul Vlad Mateescu am alcătuit prezentul proiect în conformitate cu legile în vigoare.

În conformitate cu prevederile legale în vigoare se prezintă proiectul de management al Filarmonicii „Paul Constantinescu” Ploiești pentru perioada 2021-2025

Manager

Vlad Mateescu



Toate drepturile ce decurg din prezentarea acestui material aparțin lui Vlad Mateescu (2020)