



Raport de activitate pentru perioada 1 ianuarie 2022 – 31 decembrie 2022

Ioan-Dragoş Dimitriu
Manager

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

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

1. Evoluția instituției în raport cu mediul în care își desfășoară activitatea și în raport cu sistemul instituțional existent;
2. Îmbunătățirea activității instituției;
3. Organizarea/sistemul organizațional al instituției;
4. Situația economico-financiară a instituției;
5. Strategia, programele și implementarea planului de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice instituției, conform sarcinilor formulate de autoritate;
6. Evoluția economico-financiară a instituției, pentru următoarea perioadă de management, cu menționarea resurselor financiare necesare de alocat de către autoritate.

În conformitate cu prevederile contractului de management, datele și informațiile din prezentul raport sunt aferente perioadei: 01.01.2022 - 31.12.2022, reprezentând a doua evaluare.

PARTEA I:

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

1. Colaborarea cu instituții, organizații, grupuri informale care se adresează aceleiași comunități;

Filarmonica Brașov reprezintă una dintre instituțiile de referință de profil din Municipiul Brașov și din România și are menirea de a oferi acces la evenimentele sale, sub multiple forme, tuturor cetățenilor Brașovului, ai țării, precum și persoanelor de peste hotare interesate de cultura și tradiția muzicală promovată de instituție, răspunzând nevoilor de informare, culturalizare și auto-actualizare ale acestora. Rolul instituției este de a constitui, conserva, administra și pune în valoare moștenirea și activitatea culturală muzicală a Brașovului și a evenimentelor desfășurate atât în Sala Patria, dar și în spații alternative (piețe, mall-uri, muzee, centre de cultură etc.), precum și de a crea punți de legătură între artiști, artiști și public sau specialiști ai diferitelor domenii ale cunoașterii muzicale și publicul larg.

Efectele pandemiei încă s-au resimțit și în 2022, în ciuda faptului că nu au mai existat restricții. Întoarcerea publicului în sălile de spectacole a reprezentat o adevărată provocare pentru toate instituțiile culturale din lume, de aceea parteneriatele sau conceptele de spectacole create în colaborare cu alte instituții de profil sau culturale au putut da un semnal puternic publicului că viața culturală se întoarce la normal și participarea la astfel de evenimente nu reprezintă un pericol. Astfel, agenda de evenimente propusă publicului a fost una inedită și foarte atrăgătoare, tocmai din dorința de a oferi ceva nou și de a adapta programul Filarmonicii Brașov la tendințele pieței culturale internaționale.

Mai mult, pentru a veni în întâmpinarea spectatorilor, Filarmonica Brașov s-a reorientat și a organizat cât mai multe evenimente în spații exterioare de dimensiuni mari, având în public, la evenimente punctuale, până la 2000 de spectatori. Filarmonica Brașov, prin oferta de evenimente, a continuat să vină în întâmpinarea spectatorilor săi, având în vedere dorința în creștere față de anii precedenți a publicului (vechi și nou) de a participa la evenimentele organizate de instituție și media de vârstă a spectatorilor care s-a redus – dacă înainte media de vârstă era undeva între 45 - 55, acum Filarmonica Brașov se adresează unui public cu o vârstă medie cuprinsă între 35 - 50. Astfel activitatea s-a extins și în spațiul virtual prin conținut cât mai variat și bogat, loc în care instituția se adresează în principal categoriilor de vârstă cuprinse între 16 și 45 de ani. Partenerii Filarmonicii Brașov sunt variați și complecși, întrucât rolul instituției este de a răspunde nevoilor de acces la cultură ale întregii societăți (conform Constituției României), iar, pentru a răspunde cât mai eficient acestor nevoi, am dezvoltat, consolidat și implementat relații de colaborare cu instituții de cultură pe plan local, național și internațional. Misiunea Filarmonicii este aceea de formare și educare a gustului muzical-artistic al diverselor categorii de public. Misiunea vizează atât publicul tânăr mai puțin familiarizat cu muzica clasică simfonică, consumatori neavizați, cât și

consumatorii fideli. Toate aceste deziderate au fost urmărite și pe parcursul anului 2022, fapt ce se poate observa din prezentul Raport de activitate.

În cadrul anului 2022, Filarmonica Brașov a susținut o activitate considerabilă, reușind să colaboreze cu diferite instituții din Brașov, dar și din județ, din țară sau chiar din afara țării, în organizarea diferitelor acțiuni, încercând astfel să ofere pe această cale activități de socializare, sprijin și suport emoțional, prin derularea unor activități în colaborare cu diferiți parteneri, precum Facultatea de Muzică a Universității Transilvania, Facultatea de Sociologie și Comunicare a Universității Transilvania, Liceul Vocațional de Muzică "Tudor Ciortea", Inspectoratul Școlar Județean Brașov, numeroase școli din Brașov, Teliu, Râșnov, Codlea, Podu Olt ș.a., Opera Națională Română din Cluj-Napoca, AIESEC, IMG Artists, CDMI Group, UCIMR, SC Mari și Vio SRL (organizator de evenimente de teatru), Universitatea Națională de Muzică București, Asociația Tinerilor Basarabeni, Academia de Muzică "Gh. Dima" Cluj-Napoca, Liceul de Arte "Victor Brauner" Piatra Neamț, Colegiului de Artă "Ciprian Porumbescu" Suceava, Rotary Club Pipera, Festivalul Internațional SoNoRo, Hospice Casa Speranței, Asociația Maurer for You, Filarmonica "G. Enescu" București, Filarmonica de Stat Sibiu, Ambasada Kazahstanului, Asociația Consultativă a Tinerilor din Județul Brașov, Editura Creator, Vița de Vie, Festivalul de Muzică din Cristian, AFCN, Clasic e Fantastic, Teen Art School, Piano Star, Colegiul Meșotă, Grădinița Heidi, Comunitatea Maghiarilor din Brașov, Balder Quartet, Turneul Național Flautul Fermecat, Concursul Internațional Orchestra's Conductor, Asociația Junii Săceleni, Direcția de Asistență Socială, Exces Music, The Purcell Academy, Festivalul Cultural Internațional "Arta Sonoră", Orchestra de Cameră Radio, byron, Ziua Pietrei, Asociația "Cântă Pădurea" Ungaria, Orchestra Franceză de Tineret, Sala cu Orgă din Chișinău, WWF, District Hub, Platform for Culture, Ambasada Belgiei, Festivalul Internațional "Jannis Xenakis", Pink Cat, Primăria Municipiului Brașov, Consiliul Județean Brașov, Igudesman & Joo, AFI Mall Brașov, Pianul Călător, Dracula Film Festival, Institutul Francez ș.a.

În continuare, în holul Filarmonicii Brașov există un spațiu expozițional exploatat în întregimea lui în care, în parteneriat cu asociații sau artiști brașoveni, se desfășoară vernisaje de expoziție de pictură și de fotografie, oferind publicului meloman preocupare artistică și înainte sau după concert.

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

Strenghts (intern)

- Personalul calificat și nou angajat în urma unei selecții riguroase; nivelul artistic a crescut considerabil

- Atragerea unui număr mare de artiști renumiți la nivel internațional care lucrează alături de orchestră și inspiră (Mischa Maisky, Gary Hoffman, David Molard Soriano, Daniel Spaw, Igudesman & Joo etc.)
- Bibliotecă și inventar de instrumente noi proprii;
- Efectuarea tuturor activităților de întreținere a Sălii Patria aflată în administrația Filarmonicii Brașov;
- Deschiderea și rețeaua managerului la nivel internațional; parteneriatele propuse au pus Filarmonica Brașov pe harta circuitului cultural internațional (colaborări cu IMG Artists și CDMI Group etc.)
- Media de vârstă a orchestrei (aprox. 33 de ani)
- Specializarea personalului (accesarea de cursuri de formare pentru angajați)
- Realizare foto-video, design grafic in house
- Prezența soliștilor Horia Mihail și Florin Ionescu-Galați care au statut de branduri locale și naționale
- Controlul și gestiunea platformelor de social-media și creșterile urmărilor și ale interacțiunilor cu paginile Filarmonicii
- Optimizarea bugetului disponibil și capacitatea departamentului administrativ de negociere cu artiștii și partenerii instituției

Weaknesses (intern)

- Public tânăr redus;
- Lipsa abonamentelor;
- Subdimensionarea structurilor artistice;
- Subdimensionarea personalului administrativ;
- Competențe limitate ale personalului administrativ în domeniul TIC;
- Infrastructură generală;
- Promovare insuficientă, din lipsă de personal, pe platforme social media și ATL & BTL;
- Conflicte inter-departamentale sau între angajați/artiști;
- Plafonarea artiștilor;
- Numărul redus de partituri originale și bugetul limitat de a achiziționa partituri noi;

- Nerespectarea de proceduri sau de ierarhie din cadrul instituției;

Opportunities (extern)

- Prestigiul Filarmonicii Brașov ca instituție de cultură națională, cu imagine identitară creată;
- Tradiția muzicală care începând din sec. al XIX-lea este prezentă atât instituțional cât și la nivel familial, devenind o componentă importantă a vieții culturale din Brașov;
- Așezarea favorabilă a municipiului Brașov, în centrul țării, aproape de unele dintre cele mai vizitate locații ale țării precum Castelul Bran, Poiana Brașov, Biserica Neagră, Prima Școală Românească ș.a. Pe lângă acestea, Brașovul reprezintă un important nod de transport rutier, cale ferată;
- Public urban cu un grad înalt de multi-etnicitate și multi-confesionalitate cu un grad relativ ridicat de cultură;
- Mediu social multicultural favorabil activităților culturale;
- Colectiv recunoscut la nivel național și internațional;
- Ofertă culturală calitativă și variată;
- Sediul în centrul orașului, ușor de găsit și pentru străini, aproape de stațiile de transport local;
- Posibilitatea de a încheia parteneriate cu organizatori privați pentru atragerea noilor categorii de public și fonduri către instituție;
- Deschiderea Primăriei Municipiului Brașov de a susține orice evenimente, turnee sau propuneri care aduc îmbunătățiri imaginii orașului și ale instituției;

Threats (extern)

- Instituții similare apropiate (Cluj-Napoca, Satu Mare, Arad, Debrețin);
- Lipsa de interes a sponsorilor față de arta muzicală clasică;
- Lipsa unui buget corect care să faciliteze accesul către colaborări de cel mai înalt nivel internațional (Filarmonica Brașov are o medie de 10.000 lei per eveniment simfonic; la nivel internațional, nu există artist care să ofere calitatea spre care aspirăm și care să colaboreze pentru o astfel de sumă, aceasta fiind insuficientă);

- Limitările impuse de legislație privind fondurile pentru cazare sau protocol, imposibilitatea de a crea un cont în valută (cel puțin în euro) cu card atașat și prin intermediul căruia să poată fi făcute transferuri internațional sau achiziționa bunuri mai ieftine online, ș.a.;
- lipsa unui sistem corect de pontaj al personalului artistic;
- Imposibilitatea de a adapta rapid structura personalului instituției în cazul în care anumiți membri devin ineficienți;

3. Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia;

În 2022, al doilea an de management, procesul de îmbunătățire și consolidare a imaginii instituționale s-a realizat printr-o serie de acțiuni care să facă mai vizibil rolul important în societate al Filarmonicii Brașov și a activităților acesteia. Mergând pe ideea de brand menționată în proiectul de management, am consolidat identitatea vizuală a logoului refăcut în 2021 prin acțiuni concrete și respectarea unor direcții clare de brand manual pe care toți partenerii sau cei care au comunicat despre Filarmonica Brașov l-au respectat. Totodată, departamentul de PR și comunicare al instituției a verificat cu strictețe orice prezență a logoului filarmonicii, corectând oriunde a fost nevoie, astfel încât să nu existe interpretări greșite sau materiale care să prezinte imaginea filarmonicii în mod eronat.

Mergând pe aceeași idee de identitate unitară, afișele și materialele vizuale (online sau printate) au avut o continuitate, mergând pe ideea designului refăcut în anul 2021 și aducând îmbunătățirile necesare, după caz. Elementul vizual realizat de Hans Mattis Teutsch, prezent pe afișele Filarmonicii Brașov încă din anii '70 și iubit de spectatorii brașoveni, a reprezentat leitmotivul graficii pentru a se întipări în memoria celor care urmăresc activitatea Filarmonicii Brașov și pentru a crea un punct de referință pentru cei care abia descoperă evenimentele instituției. Elementul vizual este reinterpretat în funcție de tematica programului muzical propus, dar nu lipsește de pe nici un afiș, fiind un element distinctiv al materialelor de prezentare ale Filarmonicii Brașov în acest moment. Pe lângă aceasta, font-ul folosit pentru grafica instituției este folosit pe toate materialele, iar astfel s-a creat un al doilea element recognoscibil și față de care publicul simte o legătură. S-a realizat astfel o continuitate a materialelor vizuale și o familiarizare a spectatorilor care recunosc în orice moment materialele Filarmonicii Brașov.

În ceea ce privește social media, materialele vizuale au întotdeauna o declinare adaptată fiecărui suport de comunicare (pagină web, Facebook, Instagram și YouTube). În acest fel, comunicarea unitară este întregită și prezentată în mod armonios pe toate canalele pe care Filarmonica Brașov este urmărită. În 2022 s-a continuat strategia de creștere a conturilor de Instagram și TikTok ale Filarmonicii Brașov cu intenția de a

atrage un public mai tânăr, prezent în aceste medii. Prin aceasta, imaginea instituției iese din tiparele obișnuite și urmărește tendințele de adaptare a tuturor instituțiilor de profil din întreaga lume și se adresează unui public mult mai tânăr decât până acum. Canalele au ajuns în acest moment la 1114 urmăritori pe Instagram (creștere de 100% față de 2021) și la 165 de urmăritori de TikTok (creștere de 105% față de 2021). Tot în 2022, conținutul a păstrat acel *tone of voice* prietenos, dar profesional prin intermediul căruia se urmărește desființarea mitului conform căruia filarmonicile sunt instituții „îmbătrânite” care nu știu să se adreseze publicului modern, iar postările au fost apreciate de-a lungul anului, tot mai mult de persoane tot mai tinere și active din diverse domenii. Filarmonica Brașov a realizat o serie de evenimente menite să asocieze brandul filarmonicii cu alte branduri puternice și să atragă atenția asupra muzicii în diverse contexte neobișnuite în domeniul muzicii clasice.

Câteva exemple de evenimente care au ieșit din tipare:

a. Concert extraordinar dedicat Zilei Culturii Naționale – eveniment realizat alături de Andrei Tudor care a prezentat repertoriul muzical al filmelor românești precum Veronica, Actorul și Sălbaticii, Triunghiul Morții etc.

b. Concerte în aer liber și în cartierele Brașovului – pentru prima oară, Filarmonica Brașov, a realizat peste 35 de evenimente în cadrul stagiunii estivale, pe timpul verii și cu ocazia diverselor sărbători naționale. Acestea s-au desfășurat în Piața Sf. Ioan, în cartierul Avantgarden și în Afi Mall din Brașov. Dinamica acestor spectacole, care au acoperit o arie largă de stiluri muzicale (baroc, clasică, modernă, pop, populară, rock, jazz, interbelică, de film etc.), a atras peste 35.000 de spectatori care au intrat în contact cu Filarmonica Brașov. Zilele Muzicii Croate sau Tuesday’s Jazz au fost doar două din activitățile care încep să devină tradiție în municipiul Brașov. În acest fel, peste 10% din populația orașului, dar și turiștii s-au putut bucura de activitatea artistică a instituției, un procent important în contextul în care în mod normal, mai puțin de 1% din populația unui oraș intră în contact cu o instituție de acest gen. În urma acestor concerte, comunitățile cartierelor din oraș și-au arătat interesul să colaboreze în 2022 cu Filarmonica Brașov, iar organizatori privați din oraș și din afară doresc să invite ansamblurile camerale ale Filarmonicii Brașov să își prezinte programele în cadrul evenimentelor lor.

c. Cântă Pădurea – din nou, pentru prima oară, Filarmonica Brașov s-a alăturat unui demers internațional organizat alături de Asociația Cântă Pădurea, Consiliul Județean Brașov, Primăria Municipiului Brașov și Ministerul Mediului, care vizează importanța culturii într-un context socio-cultural atent la protejarea mediului. În cadrul evenimentului, muzicienii Filarmonicii Brașov au interpretat un concert în aer liber în pădurea din Noua, moment care a readus instrumentele muzicale în mijlocul naturii de unde s-au folosit materialele pentru a fi construite. Proiectul și-a propus să atragă atenția asupra eforturilor autorităților locale și naționale de a proteja natura, dar și cum

acest proces este realizat de comunitățile multi-culturale formate din români, sași, maghiari, evrei, greci etc..

d. WWF – concert și acțiuni de curățare a zonelor împădurite de lângă șoselele județului Brașov. În cadrul proiectului, 20 de voluntari, alături de managerul Filarmonicii Brașov și sub îndrumarea atentă a reprezentanților WWF, au realizat o acțiune de strângere a gunoaielor care nu sunt biodegradabile din pădurile aflate lângă drumurile spre Poiana Brașov. În urma acestei acțiuni s-au realizat materiale video care au fost folosite în scopul de a crește conștientizarea asupra impactului pe care îl are neglijența de a arunca gunoaie în natură asupra mediului înconjurător și cum pădurile se diminuează din aceste cauze. Acțiunea de strângere a deșeurilor a fost urmată de un concert în cadrul căruia orchestra a întrerupt momentele muzicale pentru a acoperi instrumentele cu plastice găsite în păduri, scoțând astfel sunete foarte neplăcute. Acest lucru a scos în evidență impactul pe care plasticele îl au asupra pădurilor, acela de a le sufoca, și cum dispariția unei naturi curate poate duce implicit și la dispariția producției de instrumente muzicale sau alte bunuri atât de utile în viața de zi cu zi. WWF este una dintre cele mai importante organizații din lume din domeniul protecției mediului și a animalelor.

e. Zilele lui Dragobete la Filarmonica Brașov – acest mini-festival și-a propus să scoată în evidență importanța tradițiilor românești și a muzicii în societatea modernă în contextul în care deschiderea către cei din jurul nostru, dialogul și creativitatea dispar tot mai mult, deși sunt definitorii pentru societatea pe care o apreciem. Altfel, s-a realizat o serie de concerte cu tematica iubirii, cu repertorii de muzică clasică, tradițională, modernă, pop/jazz și de film alături de ansambluri precum Athenaeum Brass Quintet, Ansamblul lui Petrică Pană, Horia Mihail, Remus Azoitei ș.a..

g. Festivalul Internațional al Muzicii Croate, ediția a 2-a – eveniment care se desfășoară de peste 16 ediții la Viena, în Austria, și care în 2021 a venit pentru prima oară și în România, la Brașov, prin intermediul Filarmonicii Brașov. În cadrul acestui festival, au fost prezentate câteva dintre cele mai renumite ansambluri muzicale din Croația, precum: Cinkuși, Tamara Obrovac Transhistrion Ensemble, Hojsak & Novosel feat. Spassov, Zagrebački kvartet.

f. Evenimente în școlile din județ și din municipiu – S-au realizat peste 80 de concerte pentru copii în școli și la sediul filarmonicii pentru a încuraja sustenabilitatea publicului și pentru a-i apropia pe tineri de cultură. În total, evenimentele au atins un număr de peste 7000 de tineri ascultători în anul 2022.

g. Banca de Cultură Apollonia – proiect pilot care s-a desfășurat între decembrie 2022 și ianuarie 2023. Filarmonica Brașov a fost organizatorul acestui proiect și a deschis noul centru cultural, realizând parteneriate cu unii dintre cei mai importanți reprezentanți ai lumii culturale din România, Elveția și din Brașov, cum ar fi: Art Safari, Muzeul Primei Școli Românești, Muzeul de Artă Brașov, Expoziția de sculptură

”Lehmann”, proiecții video și video-mapping, fotografii brașovean Iosif Trif ș.a. În cadrul Băncii de Cultură Apollonia, s-a deschis și Cafeneaua Artiștilor, spațiu în care toți artiștii brașoveni au putut să expună lucrări de arte plastice și să își organizeze seri de poezie, muzică sau workshopuri pe teme culturale. Banca de Cultură a susținut și cauze de binefacere prin intermediul atelierelor pentru copii organizate de Hospice, Casa Speranței, cu scopul de a crește gradul de conștientizare a activităților acestei organizații și importanța de a duce un stil de viață sănătos.

În 2022, atenția managementului instituției s-a îndreptat foarte mult pe imaginea instituției. Astfel, Filarmonica Brașov a apărut în presa locală, națională și internațională conform anexelor trimise odată cu acest document. Filarmonica Brașov a avut în anul 2021 prezențe constante în mass-media locală (presă scrisă, radio, TV), dar și națională (PRO TV, B1 TV, TVR 1, Aleph News, Radio România Actualități, Radio România Cultural, Radio România Muzical, Magic FM, Kiss FM, Europa FM, Agerpres ș.a.) și internaționale (TVR Internațional). Suplimentar, datorită programelor artistice susținute de soliștii filarmonicii în țară și în străinătate, imaginea Filarmonicii Brașov a avut ecouri și în alte outlet-uri media din Italia, Austria, Anglia, Croația, Germania și Franța. Filarmonica Brașov are o prezență constantă pe propriile canale de difuzare care propun diverse tipuri de conținut. Spre exemplu, pe pagina Facebook a Filarmonicii, vizitatorii pot descoperi fotografii, interviuri cu artiștii invitați, clipuri de la concerte și grafica promoțională. Clipuri video, dinaintea și de după concerte, se găsesc și pe canalul de YouTube și pe paginile de Instagram și TikTok. De asemenea, în fiecare lună s-au realizat și imprimat afișe atât cu programul lunar, cât și afișe individuale pentru fiecare eveniment, adaptate pe diferite dimensiuni și distribuite în spațiile de afișare disponibile în oraș. La Sala Patria au fost disponibile și flyere cu informații despre concerte, care au avut un mare succes la public, iar informații despre activitatea filarmonicii au fost emise și prin numeroasele comunicate de presă emise și prin intermediul interviurilor realizate de managerul instituției.

În perioada ianuarie 2022 – decembrie 2021, s-au realizat următoarele parteneriate media:

- a. Revista Metropola Brașov și Metropola TV
- b. Magic FM
- c. Radio România
- d. TV BV – Iubim Brașovul
- e. Brașov TV
- f. RTT

Vizibilitatea Filarmonicii Brașov s-a extins și datorită evenimentelor realizate în parteneriat cu alte organizații cum ar fi: Centrul Cultural German, Comunitatea

Maghiară, Piano Star, Banca de Cultură Apollonia, Institutul Francez, WWF, Festivalul Libris etc. Comunicarea Filarmonicii Braşov este completată şi de activitatea de pe site-ul acesteia, care, pe lângă informaţii despre evenimente, conţine şi informaţii administrative actuale, de interes atât pentru angajaţi, cât şi pentru mass-media şi alte sectoare (anunţuri de angajări, regulamente de funcţionare, licitaţii etc.). Totodată, departamentul de PR al instituţiei, a realizat o expoziţie în foaierul Sălii Patria cu cele mai reprezentative imagini realizate de-a lungul stagiunii, astfel încât publicul prezent la evenimentele realizate la Sala Patria să îşi amintească de evenimentele îndrăgite, iar publicul nou să intre în contact cu ceea ce s-a realizat în stagiunea precedentă. Toate aceste activităţi sunt complementare activităţilor din cadrul parteneriatelor menţionate mai sus în acest document şi întregesc construcţia imaginii instituţiei.

Managementul Filarmonicii Braşov a încurajat (şi continuă să facă acest lucru) angajaţii să distribuie informaţiile legate de activitatea filarmonicii şi astfel să creeze un sentiment viu de apartenenţă la această organizaţie. În acest mod, toţi angajaţii devin comunicatori cheie şi au potenţialul de a deveni multiplicatori ai informaţiilor transmise de filarmonică publicului. Implicat, percepţia publică asupra instituţiei s-a îmbunătăţit şi va continua să se îmbunătăţească.

Prin măsurile adoptate şi eforturile depuse în acest an, putem spune că imaginea de ansamblu a Filarmonicii Braşov s-a îmbunătăţit şi a reuşit să ajungă către publicuri noi.

4. Măsuri luate pentru cunoaşterea categoriilor de beneficiari;

Efectuarea corectă a categoriilor de beneficiari s-a realizat analizând statisticile din social-media, precum şi observaţiile angajaţilor instituţiei în legătură cu persoanele prezente în sală, dar şi statisticile vânzărilor de bilete. Efectele pandemiei încă sunt resimţite la nivel internaţional, iar contextul nefavorabil a persistat, iar publicul este în acest moment extrem de divers. Acest lucru se datorează şi împropăţării programului artistic cu evenimente noi şi cu artişti mult mai importanţi, nemaiîntâlnite până în 2022 la Filarmonica Braşov. De menţionat, este faptul că în acest moment, Filarmonica Braşov se află într-un amplu proces de redefinire a publicului fidel. S-a observat în 2022 creşterea numărului de membri ai publicului din categoria de vârstă 16 – 35, un public care până în acest an nu era prezent în sală într-o proporţie mai mare de 2 %.

Statisticile furnizate de canalele social media reprezintă nişte valori concrete şi relevante în societatea din ziua de astăzi. Sondajele de opinie realizate periodic în mod direct în pauzele concertelor sau la sfârşitul acestora au dovedit că există un interes tot mai crescut în rândul braşovenilor pentru concertele Filarmonicii. Aceste sondaje ne-au fost de mare folos în aflarea preferinţelor publicului.

Comunicare cu mass-media: pentru fiecare eveniment au fost transmise către presa locală și națională comunicate de presă (însoțite de afișele în format electronic ale tuturor evenimentelor filarmonicii și fotografii relevante pentru presa scrisă și online). De asemenea, înaintea fiecărui eveniment important au fost organizate conferințe de presă cu artiștii invitați, interviuri, mese rotunde etc.

În ceea ce privește Facebook, statistica generală arată că pagina a atins un număr de 989.984 persoane în anul 2022, iar pentru postările sponsorizate 191.437 persoane. S-a constatat că în perioada 2020 – 2021, departamentul de PR cu angajata din acel moment, a accesat (din fonduri proprii) servicii ale unei companii care strânge de impresii și likeuri plătite pe pagina instituției. Cifrele din 2022 sunt cele reale, realizate fără artificii de acest gen.



În continuare, reclamele plătite pe Facebook au avut un număr total de impresii de 661.443 mii.

Ad trends

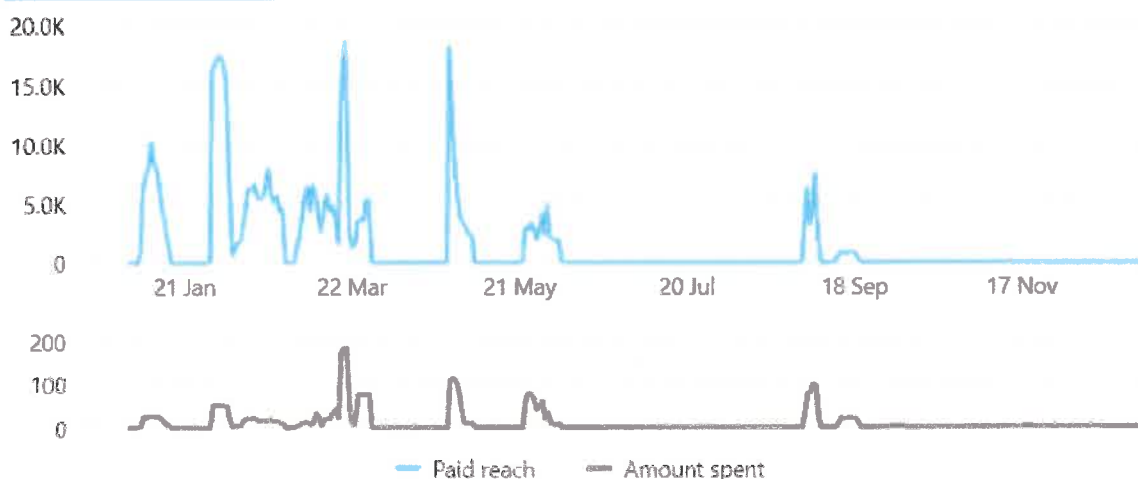
Export

Paid reach ⓘ

191,437 ↑ 38.4%

Paid impressions ⓘ

661,443 ↑ 17.4%



Audiența în Facebook relevă faptul că din cei peste 47.355 de oameni care urmăresc pagina Filarmonicii Brașov, 70.2% sunt femeii, iar 29.8% sunt bărbați.

Audience

Export

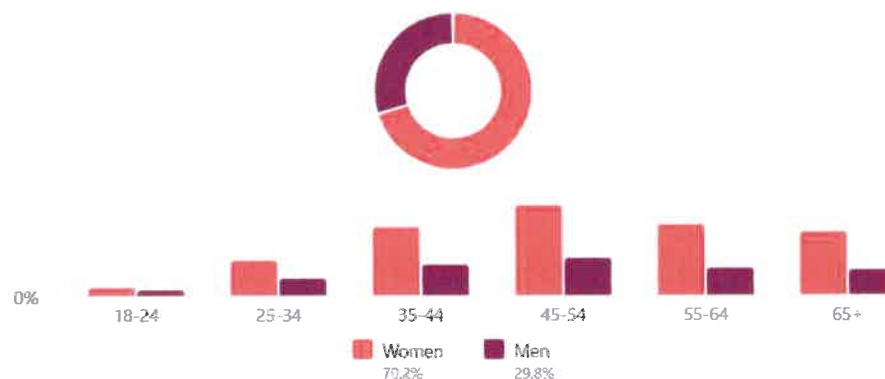
Current audience

Potential audience

Facebook Page followers ⓘ

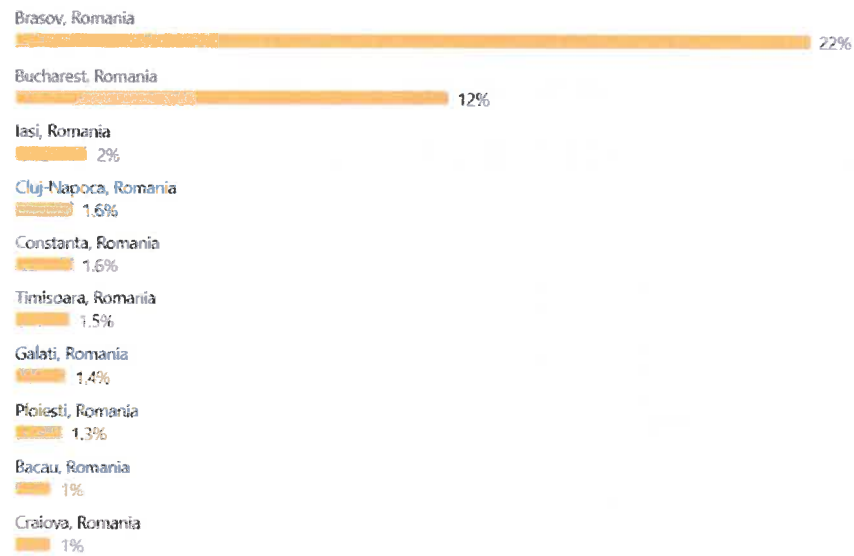
47,355

Age & gender ⓘ



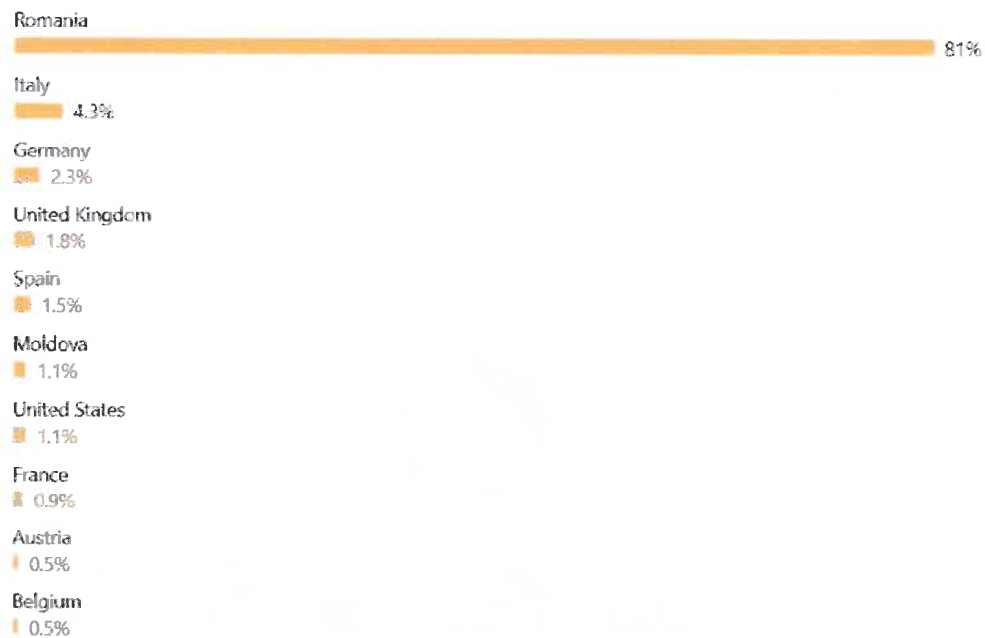
Statisticile pe orașe și țări relevă faptul că activitatea Filarmonicii Brașov a devenit relevantă într-un context național.

Top towns/cities

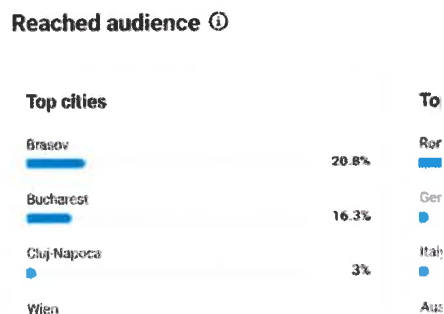
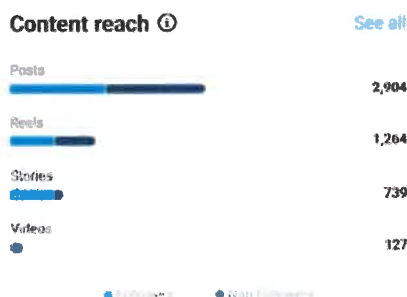
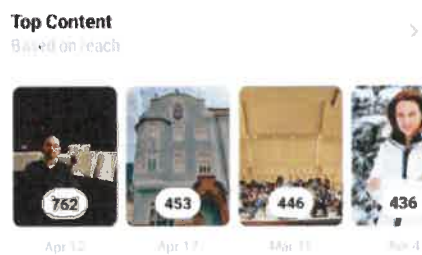
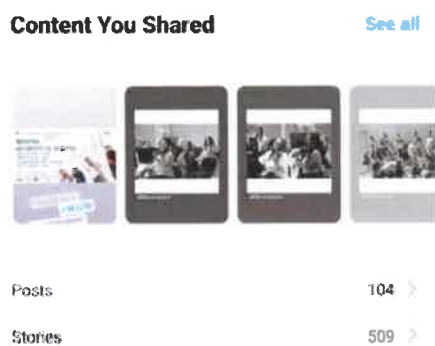
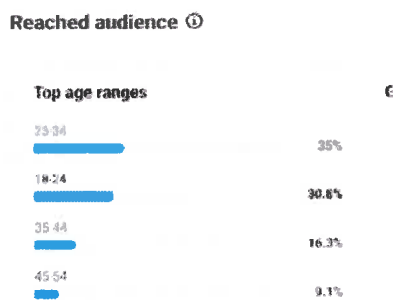
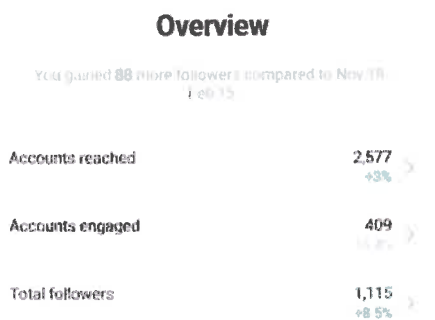


și chiar internațional:

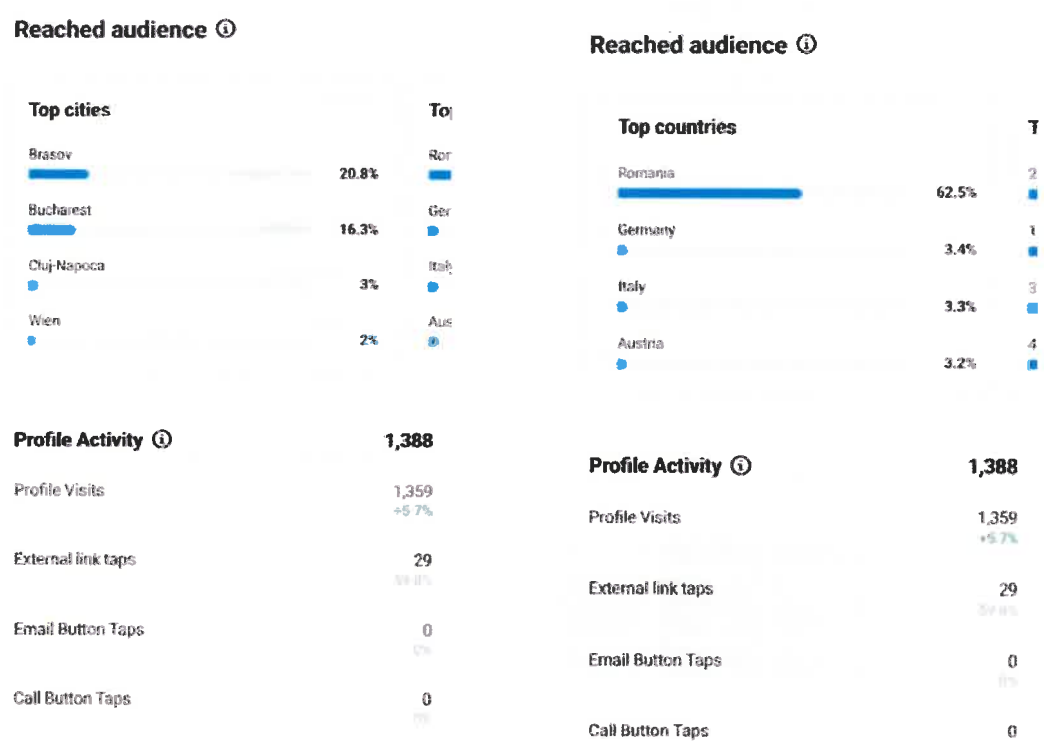
Top countries



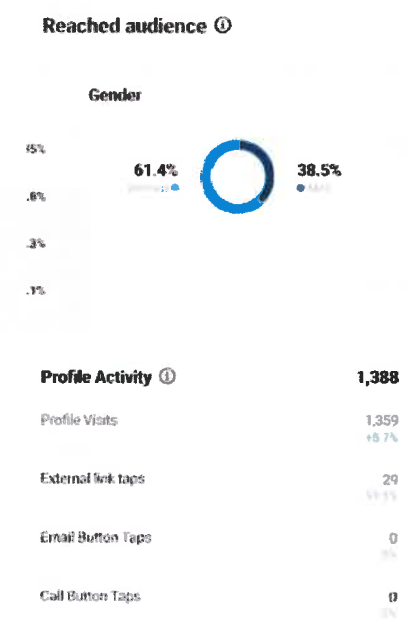
În ceea ce privește canalul de Instagram, Filarmonica Brașov a pornit acest canal în 2021 și l-a crescut treptat. Astfel se remarcă următoarele statistici: Canalul a atins un număr de 2577 persoane doar in ultimele trei luni ale lui 2022, iar cei mai mulți urmăritori sunt în categoria de vârstă de 25-34 de ani. Totodată, au existat peste 87.500 impresii lăsate de urmăritorii paginii:



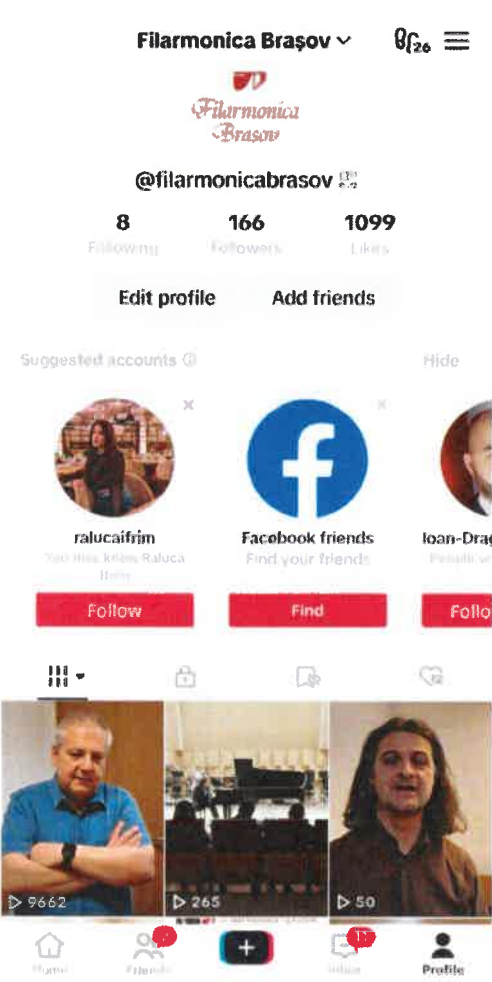
Tot din statisticile Instagram, putem observa că majoritatea urmărilor sunt din Brașov, București, Cluj-Napoca și Viena. Pe lângă aceasta, pagina Filarmonicii Brașov este cel mai adesea urmărită din țări precum România, Germania, Italia și Austria.

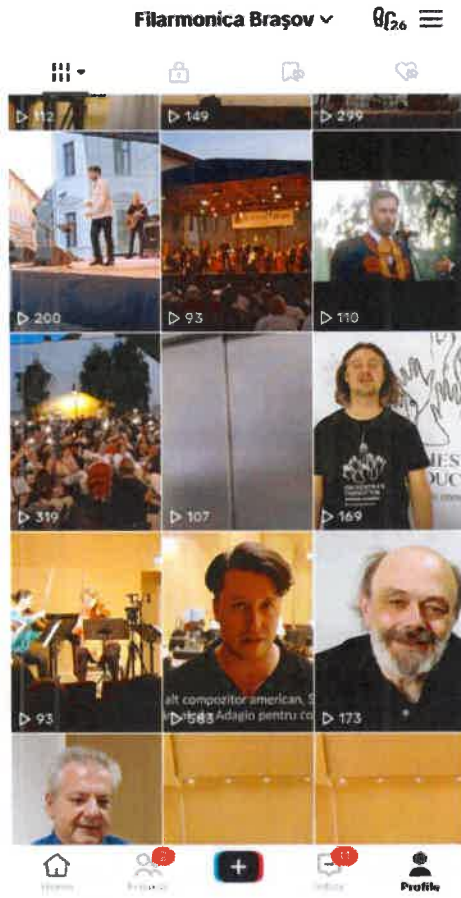


Publicul care urmărește activitatea Filarmonicii Brașov pe Instagram este format din 61,4% FEMEI ȘI 38,5% bărbați.



Statisticile TikTok ale Filarmonicii Braşov, demonstrează că activităţile culturale pot fi prezentate şi pe această platformă dedicată copiilor şi tinerilor. Astfel, Filarmonica Braşov strânge pentru fiecare video între 90 şi 10.000 de vizualizări.





5. Grupurile-țintă ale activităților instituției;

a. Angajații instituției – persoane cu vârste cuprinse între 30 – 65 de ani.

O componentă importantă este aceea de a prioritiza creșterea competențelor profesionale, prin participare la cursuri interne de perfecționare/schimburi de experiență, iar, pe de altă parte, o atenție deosebită pentru comunicarea internă și respectarea ierarhiei, în raport cu activitatea departamentelor în care lucrează. Totodată, este încurajată participarea la toate evenimentele instituției pentru a păstra legătura și îmbunătăți dialogul dintre departamentele administrative și departamentul artistic.

b. Copii – 4 – 11 ani: aceștia răspund la activități interactive și presupun contact direct între membrii filarmonicii și ei. Pentru aceștia au succes concertele educative în care pot să participe activ la actul artistic, în parte într-un mod umoristic și astfel să îi apropiem de muzică sau concertele organizate în instituțiile de învățământ.

c. Elevii și studenții 11 – 26 ani: acestora li se pot oferi programe de practică de specialitate sau voluntariat care să îi ajute în formarea personală și în deprinderea abilităților și competențelor profesionale. Cu ei se organizează concerte în care participă în calitate de artiști soliști, ca parte ai orchestrei, în recitaluri sau în ansambluri camerale.

d. Instituțiile de învățământ și profesori: 26 grădinițe, 16 școli și 22 licee și colegii găzduiesc mii de elevi cărora li se pot prezenta atât programe speciale cât și repetițiile Filarmonicii Brașov sau concertele din cadrul stagiunii. e. Cetățenii orașului Brașov – 26 – 90+ ani: Filarmonica Brașov își îndreaptă în mod special interesul către prezentarea unor programe artistice atractive publicului brașovean care are capacitatea economică de a lua parte la evenimentele artistice destinate comunității. Muzica este o parte integrantă a unei vieți de calitate, iar Filarmonica Brașov a devenit trend-setter la nivel național în ceea ce privește activitatea artistică. Acest lucru relevă faptul că efervescența culturală locală se datorează în mare parte Filarmonicii Brașov, lucru care nu face decât să atragă tot mai mult public, după cum se observă și din prezența în sala de concerte din ultimul timp.

f. Turiștii Brașovului – 12 – 85+ ani: Brașovul este una dintre cele mai importante destinații turistice din țară. Din acest motiv, Filarmonica Brașov își desfășoară, în mod special în timpul verii, activitatea în aer liber, astfel încât, majoritatea turiștilor din oraș să intre în contact cu evenimentele artistice ale instituției.

6. Profilul beneficiarului actual.

Filarmonica Brașov promovează creațiile muzicii culte autohtone și universale pe plan național și internațional, urmărind să satisfacă cerințele publicului meloman din orașul unde își are sediul - prin programul pe care îl întocmește pentru fiecare stagiune.

Realizând o analiză a vârstei melomanilor prezenți la concerte, după modul de achiziționare al biletelor sau ale abonamentelor concluzionăm că marea majoritate a publicului se regăsește între vârsta de 25 – 55 ani.

Beneficiarii principali (publicul țintă principal) – sunt cei care rămân fideli pe întreaga stagiune a Filarmonicii, sunt în general persoane cu pregătire superioară, și cunoscători ai genului muzical clasic. Cu toate acestea au manifestat interes și pentru concertele care ieșeau din tiparele celor obișnuite, concerte cu elemente inovative, susținute în spații neconvenționale.

Beneficiarii secundari (publicurile țintă secundare) -sunt spectatorii ocazionali și potențiali, cei mai puțin sau deloc familiarizați cu muzica clasică. Reprezintă partea de public care ia în mod întâmplător parte la evenimentele Filarmonicii Brașov, prin circumstanțe favorizante, ori în apropierea unui eveniment în aer liber, fapt demonstrat pe parcursul concertelor susținute în afara instituției în Piața Sf. Ioan.

Publicul-țintă secundar se remarcă prin spectatorii ocazionali – participanți la o parte a evenimentelor noastre, caracterizați de un interes general pentru domeniul cultural și activitățile artistice ale orașului și atenți la o mai vastă agendă de proiecte culturale. Aceasta este categoria de public preponderent tânăr (18 – 35 de ani) care manifestă un interes aparte și o curiozitate față de evenimentele noastre alternative sau concerte neconvenționale, demonstrând un important potențial de participare pe viitor și în interiorul sălii de spectacole, în contextul interacțiunii constante și atragerii sale mai frecvente la Filarmonică. Deși, aparent, apropierea sa se înscrie în atracția pe termen scurt, interesul manifestat pentru Filarmonică după primul contact cu evenimentele noastre crește imediat, promițând – și demonstrând, în cele mai multe cazuri – o revenire constantă pe termen lung.

În cadrul acestei a doua categorii, de public-țintă secundar, se înscriu și potențialii spectatori (+12 ani) – cei mai puțin sau deloc familiarizați cu genul muzicii clasice, care ar avea curiozitatea interacțiunii cu muzica cultă, însă simt o oarecare rețineră în fața necunoscutului acestui gen, dar care arată o reacție pozitivă și plină de interes la vederea evenimentelor inedite (Pop/jazz simfonic, festivaluri, colaborari cu organizații partenere, muzică de film, etc.), care le oferă ocazia de a intra în contact cu muzica simfonică în propriul mediu de confort, în locații alternative sălii propriu-zise de concert. Publicul tânăr și foarte tânăr – și încă neformat în spiritul artei – reprezintă un reper important al atenției noastre, acesta fiind un public cu un important potențial de dezvoltare culturală, pe care dorim să îl educăm prin proiectele noastre cultural – artistice și căruia instituția noastră îi dedică evenimente specifice, adaptate categoriei de vârstă (spectacole pentru copii, Ziua Porților Deschise, prezentări și tururi ghidate, activități educative și de inițiere în genul muzicii clasice etc.).

Filarmonica Braşov se bucură începând cu anul 2021 de participarea voluntarilor în cadrul proiectelor instituţiei, atât pe plan artistic (voluntari asimilaţi în concertele simfonice atât în cadrul Orchestrei, cât şi al Corului), cât şi în planul organizării evenimentelor (atribuţii organizatorice).

Beneficiarii indirecti sunt reprezentaţi de:

- Autorităţile locale, comunitatea locală a oamenilor de cultură, datorită structurii actului nostru artistic ce oferă reflexii pozitive asupra vieţii cultural-artistice locale şi naţionale, susţinând prestigiul municipiului Braşov şi deschiderea sa în proiecte internaţionale;
- Facultatea de Muzică a Universităţii Transilvania şi Liceul Vocaţional de Muzică "Tudor Ciortea" – concertele prezentate pe scena noastră oferind elevilor şi studenţilor acestor instituţii un important material didactic, prin analiza creaţiei artistice şi participarea directă la evenimentele Filarmonicii Braşov, repetiţii şi alte activităţi care le sprijină pregătirea, în colaborare directă cu instituţia noastră;
- Instituţii de cultură braşovene conexe şi alţi promotori culturali (teatre, muzee, asociaţii culturale, fundaţii de profil, săli de expoziţie, săli de spectacole etc.) care susţin actul cultural artistic şi sunt dornice de stabilirea unor parteneriate pe acest segment.

B. Evoluţia profesională a instituţiei şi propuneri privind îmbunătăţirea acesteia:

1. adecvarea activităţii profesionale a instituţiei la politicile culturale la nivel naţional şi la strategia culturală a autorităţii;

1. Adecvarea activităţii profesionale a instituţiei la politicile culturale la nivel naţional şi la strategia culturală a autorităţii;

Prin diversitatea proiectelor culturale prezentate, Filarmonica Braşov aduce o contribuţie majoră la realizarea politicilor culturale ale comunităţii locale, contribuind semnificativ la promovarea oraşului şi judeţului Braşov în plan cultural, artistic şi turistic naţional şi internaţional. Conform Studiului de Consum şi Practici Culturale prezentat în Strategia Pentru Cultură a Municipiului Braşov pentru perioada 2015-2030, braşovenii acordă cea mai mare atenţie familiei, educaţiei şi timpului liber şi relaxării. Filarmonica Braşov vine în întâmpinarea acestor valori cu toate evenimentele organizate de-a lungul anului. De menţionat, este faptul că, chiar şi pe perioada pandemiei, familiile erau încurajate să participe la evenimente şi aveau voie să stea împreună, iar publicul a semnalat autorităţilor şi instituţiilor de cultură, în repetate rânduri, nevoia de a participa în timpul liber la activităţile culturale. Strategia pentru cultură propusă la nivel naţional pentru perioada 2016-2022, propune o atenţie asupra următoarelor subiecte: dezvoltarea publicului pentru cultură, dezvoltarea creativităţii contemporane, creşterea vitalităţii formelor culturale specifice minorităţilor naţionale şi ale noilor grupuri etnice pe teritoriul României şi amplificarea intervenţiilor culturale pentru grupurile vulnerabile.

Filarmonica Braşov a venit în întâmpinarea acestor nevoi și chiar a fost deschizătoare de drumuri în cele mai multe cazuri, după cum se poate observa din activitățile prezentate mai sus în acest raport.

În 2022 s-au realizat următoarele activități, conform tabelului de mai jos:

Nr. ctr. prg.	Programul	Tipul proiectelor în cadrul fiecărui program	Denumirea proiectului <i>Titlul producției artistice</i>	Numărul de producții artistice/proiect
I.	PROGRAM MINIMAL			
1	MUZICA ORCHESTRALA <i>per.ian-dec.2022</i>	Producții proprii (extraordinare și ordinare)	-Concerte Ordinare -Concerte Extraordinare -Concert de Paște -La Mulți Ani, Filarmonica Braşov (6 Mai) - Regal de opera la Sala Patria - Concerte de Crăciun	52
2	MUZICA DE CAMERA <i>per.ian-dec.2022</i>	Sezon cu cvartetul Gaudeamus, ansambluri din cadrul orchestrei și invitați	-Recitaluri de muzică de Cameră Ordinare -Recitaluri de Muzică de Cameră Extraordinare	29
3	FESTIVAL INTERNATIONAL AL MUZICII DE CAMERA <i>per.ian-dec.2022</i>	Recitaluri si concerte de camera cu invitati de mare renume	'- Festival International al Muzicii de Camera Ed.43 FESTIVAL INTERNATIONAL MUZICA JAZZ	0
4	MUZICA 2050 <i>per.ian-dec.2022</i>	Sezon de concerte cu muzica contemporana	- Concerte de muzica contemporana	2
5	FEEL-HARMONY <i>per.ian-dec.2022</i>	Concerte si recitaluri educative cu si pentru copii, elevi si studenti	Educație prin muzica clasică -concert si recital educativ	81
6	FIBRA POPS	Stagiune estivala de	Muzica simfonică pentru	

		concerte si recitaluri sustinite in diferite locatii in aer liber	toți prin concerte în spații publice -concerte simfonice estival in spatii neconventionale	20
7	per.ian-dec.2022 TURNEE per.ian-dec.2022	Turnee in tara si strainatate	Concerte și recitaluri în deplasare si festivaluri -în țară	4
TOTAL GENERAL PROGRAME AN 2022				188

Evenimentele cele mai atractive pentru public au fost: concertele estivale (Muzică Mariachi, Concert Billie Holiday cu Luiza Zan, Concert alături de Festivalul Internațional SoNoRo, Tuesday's Jazz etc.), concertele pop-simfonice cu Vița de Vie, Concertul de Ziua Culturii Naționale, Concertele de Paște și Crăciun, precum și o selecție de concerte simfonice din sală. Toate aceste concerte eveniment, precum și diversitatea extraordinară a programelor muzicale prezentate în perioada analizată au contribuit la consolidarea imaginii bune de care se bucură instituția, dar și la aprecieri favorabile din partea publicului brașovean. În această perioadă s-a urmărit, de asemenea, creșterea continuă a calității actului artistic prin invitarea unor artiști de renume internațional la Brașov (Mischa Maisky, Gary Hoffman, Nicolo Umberto Foron etc.), precum și eficientizarea activităților (deschidere către tineri și facilitarea accesului acestora, eficientizarea timpului de repetiții etc.). Acest aspect a fost sesizat și menționat și în impresiile pe care ni le-au relatat invitații noștri: dirijorii și soliștii din țară și din străinătate, notate în „Cartea de Aur” a Filarmonicii și pe canalele de social media ale instituției. Propunerile de programe au continuat activitatea de promovare a tinerilor artiști (dirijori, interpreți instrumentiști și vocali), care sunt deja cunoscuți pe scenele muzicale din țară și de peste hotare și care au dat dovadă de o calitate bună interpretativă. Concertele estivale din perioada iunie-septembrie au fost susținute în principal cu angajații Filarmonicii Brașov cărora li s-au alăturat colaboratori (studenți ai universităților de profil din țară). Anul 2022, deși a fost încă puternic influențat de urmările pandemiei, a reprezentat consolidarea activității și proceselor administrative și artistice demarate din 2021 ale Filarmonicii Brașov, atât în plan artistic cât și comunicațional. Filarmonica Brașov și-a propus să se alinieze strategiilor de cultură locale, naționale și europene, devenind parte inegrată în comunitatea iubitoare de artă și cultură a orașului și a întregii țări, promovând în primul rând calitatea actului artistic și tendințele internaționale. În acest fel, Brașovul își propune să ajungă pe harta culturală internațională și să reprezinte un punct de atracție culturală precum Sibiul sau Cluj-Napoca.

2. Orientarea activității profesionale către beneficiari;

Filarmonica Brașov își concentrează atenția, interesul și activitatea cultural-artistică spre toate categoriile sale de beneficiari. Pentru o cunoaștere fidelă și actualizată a acestora, instituția noastră menține o interacțiune permanentă, transparentă și implicată cu ei, corelând permanent proiectele artistice intenționate cu interesele, dorințele și așteptările beneficiarilor.

Misiunea atragerii publicului larg spre filarmonică se reflectă atât în repertoriul concertelor clasice din sala de spectacole – generos și variat, reprezentativ pentru toate stilurile și potrivit tuturor preferințelor și categoriilor de public-țintă, cât și în inițiativele noastre cultural – artistice alternative (evenimente realizate în locații inedite, spectacolele proiectate în aer liber, programe educative, întâlniri culturale, prezentări de spectacole, conferințe culturale etc.) – care atrag atât spectatorii deja fideli Filarmonicii, cât și publicuri noi, încă neinițiate în sfera muzicii clasice. Actul artistic clasic se îmbină, astfel, cu cel modern, inovator și neconvențional, instituția noastră venind în întâmpinarea publicului larg de pretutindeni – pe care îl transformă în beneficiarul unei arte de înaltă ținută.

Ținând cont de structura beneficiarului actual, s-a încercat ca programul stagiunii să conțină concerte diverse și interesante, să se găsească soluții pentru a atrage în sala de concerte segmente importante din domeniul beneficiarilor care nu frecventează de loc sau numai foarte rar concertele filarmonicii.

Am încercat să oferim publicului nostru, brașovenilor melomani, un program de calitate, atrăgător și variat, cu invitați de renume din țară și de peste hotare, ca în fiecare an.

În încercarea de a atrage pe viitor public nou, am organizat pentru a doua oară stagiunea estivală a Filarmonicii Brașov în Piața Sf. Ioan, susținând concerte pe toată durata sezonului estival, atât în sala Filarmonicii, cât și în spații neconvenționale (AFI Mall, Avantgarden, Ziua Pietrei, Cântă Pădurea, etc.). Am încheiat parteneriate cu instituții în vederea realizării unor concerte care au sporit vizibilitatea și adresabilitatea mai largă față de public a Filarmonicii (WWF, Flautul Fermecat, Pianul Călător, Radio România, Hospice etc.)

De asemenea am demarat o serie de concerte pentru copii, susținute în preajma zilei internaționale a copilului, de 1 iunie, în școli, dar și concerte simfonice la Sala Patria, concerte care au avut un real succes în rândurile copiilor din ciclul școlar primar.

Am întreținut relația cu jurnaliștii, cu reporterii, cu realizatorii de emisiuni prin care se prezintă programele săptămânale, cât și protagoniștii concertelor săptămânii.

Reclamele legate de concertele noastre apar în ziarele locale, cât și la posturile de radio: Radio Brașov, Radio România Muzical, Radio România Cultural, Radio România

Braşov, Kiss FM, Rock Fm, etc., pentru a atrage atenția și mai mult asupra concertelor săptămânale și ocazionale.

Pentru promovarea instituției noastre am postat pe internet informații actualizate, pe <https://filarmonicabrasov.ro/>, pe pagina de Facebook - <https://www.facebook.com/FilarmonicaBrasov/>, pe Instagram - <https://www.instagram.com/filarmonicabrasov/>, YouTube - <https://www.youtube.com/@filarmonicabrasov5963>, TikTok - <https://www.tiktok.com/@filarmonicabrasov>, având o deosebită grijă ca aceste canale să crească în mod natural și constant. În același timp, am îmbunătățit SEO a paginii de internet și indexarea paginii Filarmonicii Braşov pe Google Maps unde lumea a început să interacționeze tot mai des cu instituția - <https://goo.gl/maps/4Xumakpz9gBgDj58A>.

În același timp, pentru a oferi beneficiarilor activităților instituției o experiență de cea mai înaltă calitate, am avut grijă ca accesoriile și instrumentele muzicienilor să fie de cea mai bună calitate posibilă, cu încadrarea în bugetul alocat.

3. Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse.

Principalele direcții asumate prin semnarea contractului de management au fost următoarele:

- a. Stabilirea statutului Filarmonicii Braşov ca fiind una dintre cele mai importante din țară prin participarea la evenimentele culturale majore ale țării, cum ar fi Festivalul Internațional George Enescu sau Festivalul Internațional de Muzică de Cameră SoNoRo, dar și la nivel internațional prin intermediul turneului alături de renumitul violonist Maxim Vengerov în Anglia.
- b. Aplicarea și obținerea de fonduri nerambursabile – Filarmonica Braşov a obținut de la Consiliul Județean Braşov suma de 15.000 lei pentru realizarea proiectului Masterclass de dirijat cu Uros Lajovic, unul dintre cele mai vizibile proiecte ale unei instituții de cultură din țară în urma căruia am realizat și o serie de materiale de prezentare video pentru instituție.
- c. Stabilirea unor relații externe cu alte instituții de prestigiu – după cum se poate remarca în acest document la capitolul A, s-au realizat deja numeroase parteneriate cu instituții pe plan local, național și internațional.
- d. Relația cu mediul privat al operatorilor culturali și cu operatori ai altor domenii de activitate – filarmonica a fost deschisă tuturor colaborărilor propuse în 2022, cu condiția să prezinte un nivel minim al calității stabilit de managerul instituției. Astfel s-

au realizat la sediul Filarmonicii Braşov evenimente private ale Dracula Film Festival, Muzeul de Ştiinţe, Direcţiei de Asistenţă Socială, Hospice ş.a.

e. Programe de dezvoltare ale angajaţilor – angajaţii Filarmonicii Braşov, au beneficiat de cursuri de dezvoltare profesională la cerere.

f. Fidelizarea publicului spectator – prin realizarea unor programe cât mai diverse şi dinamice, care au acoperit întreaga arie de desfăşurare a istoriei muzicale, publicul a fost atras în mod constant către activitatea Filarmonicii Braşov.

g. Verificarea inventarului Filarmonicii Braşov – s-a realizat şi acest demers în anul 2021, iar în momentul actual, instituţia are o gestiune clară în evidenţa sa.

h. Revizuirea fişelor de post, ROI şi ROF – în 2021 s-a început revizuirea fişelor de post, a regulamentelor de ordine şi funcţionare şi a regulamentului intern, procedura urmând a fi încheiată în 2022.

i. Negocierea Contractului Colectiv de Muncă a fost realizată în 2022.

j. Recondiţionarea spaţiului în care instituţia îşi desfăşoară activitatea pentru siguranţa şi confortul angajaţilor şi ale publicului.

C. Organizarea, funcţionarea instituţiei şi propuneri de restructurare şi/sau de reorganizare, pentru mai buna funcţionare, după caz:

1. Măsuri de organizare internă;

Instituţia a funcţionat în perioada analizată în baza Regulamentului de Organizare şi Funcţionare aprobat şi a Regulamentului Intern. Statul de funcţii, organigrama instituţiei precum şi Regulamentul de Organizare şi Funcţionare au fost supuse spre aprobare Consiliului Local Braşov în cazul oricărei modificări. Organizarea şi funcţionarea instituţiei se desfăşoară în conformitate cu reglementările legale în vigoare, apărutele OUG nr.21/2007 privind organizarea şi funcţionarea instituţiilor de spectacole sau concerte, aprobată prin legea nr.353/2008 cu modificările şi completările ulterioare, a OUG nr.189/2008 privind managementul instituţiilor de spectacole sau concerte, precum şi a celorlalte acte normative incidente instituţiilor plătite din fonduri publice. De asemenea, au fost realizate toate măsurile pentru implementarea Sistemului de Control Managerial Intern actualizat şi modificat prin raport la Ordinului S.G.G. nr. 600/20.04.2018.

Pe lângă acestea s-au mai realizat următoarele:

- adoptarea măsurilor privind angajarea, lichidarea, ordonanţarea şi plata cheltuielilor la nivelul instituţiei, precum şi organizarea, evidenţa şi raportarea angajamentelor bugetare şi legale;

- implementarea prevederilor Legii nr. 544/2001 privind liberul acces la informaţiile de

interes public;

- aprobarea comisiilor privind evaluarea performanțelor profesionale anuală a personalului contractual și a comisiilor de concurs și/sau audiții;
- asigurarea instructajului periodic privind securitatea și sănătatea în muncă, precum și desemnarea echipei de acordare a primului ajutor, de stingere a incendiilor și de evacuare a lucrătorilor;
- instruirea personalului în domeniul situațiilor de urgență, asigurarea instructajului cu privire la măsurile generale de prevenire a incendiilor (lucrul cu foc deschis și alte lucrări periculoase), stabilirea modului de organizare și a responsabilităților pentru apărarea împotriva incendiilor și în situații de urgență, măsuri speciale de apărare împotriva incendiilor care să neutralizeze efectele perioadelor de sezon rece sau caniculare și secetoase, măsuri privind căile de acces, evacuare și intervenție, măsuri privind reglementarea fumatului, măsuri privind planificarea exercițiilor și controalelor privind modul de acțiune în caz de urgență (incendiu, cutremur), instrucțiuni de apărare împotriva incendiilor, precum și modul de gestionare a deșeurilor și ambalajelor consumabile.

2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne;

Începând cu anul 2022, planificarea anuală a concediilor de odihnă a fost stabilită de managementul instituției pentru a evita orice fel de neclarități sau nemulțumiri ale personalului artistic și administrativ.

De asemenea s-au purtat, până la încheierea exercițiului bugetar, negocieri privind încheierea contractului colectiv de muncă aplicabil la nivelul instituției.

Totodată s-a reglementat prin Notă, la data de 02.02.2022 accesul personalului în instituție în intervalul orar 16:00 – 23:00 pe baza completării registrului de vizitatori.

3. Sinteza activității organismelor colegiale de conducere;

Filarmonica Brașov funcționează cu 2 organisme colegiale de conducere, respectiv Consiliul Administrativ și Consiliul Artistic.

Consiliul Administrativ s-a întrunit periodic în cursul anului 2022 pentru aprobarea, după caz, a organigramei și a statului de funcții, a bugetului instituției, a modificărilor acestora precum și a altor operațiuni diverse cum ar fi aprobarea aderării Filarmonicii Brașov la Asociația Instituțiilor Muzicale sau aprobarea de depunere dosare la Consiliul Județean Brașov și AFCN.

Consiliul Artistic s-a întrunit periodic în cursul anului 2022 pentru stabilirea strategiei artistice în cadrul Stagiunii Artistice 2022 – 2023, s-a pus în discuție nevoia de a alterna programe muzicale mai dificile cu unele mai ușor de studiat și interpretat, cu scopul de a crea un program muzical echilibrat, de asemenea, a fost subliniată nevoia extinderii orchestrei prin atragerea personalului artistic înalt calificat prin crearea unor posturi noi, inclusiv de soliști instrumentiști, precum și realizarea de turnee și proiecte în care orchestra Filarmonicii Brașov poate participa și, totodată, s-a punctat necesitatea amenajării ergonomice a mediului de lucru.

4. Dinamica și evoluția resurselor umane ale instituției (fluctuație, cursuri, evaluare, promovare, motivare/sanționare);

1. Fluctuația resurselor umane:

Filarmonica Brașov este organizată și funcționează conform prevederilor Ordonanței Guvernului nr. 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic, aprobată prin Legea nr. 353/2007 privind organizarea și funcționarea instituțiilor de spectacole sau concerte, aprobată prin legea nr.353/2008 cu modificările și completările ulterioare, a OUG nr.189/2008 privind managementul instituțiilor de spectacole sau concerte, muzeelor și colecțiilor publice, bibliotecilor și așezămintelor culturale de drept public.

Personalul Filarmonicii Brașov, structurat în personal artistic, tehnic și administrativ, de conducere sau de execuție, angajat în condițiile legii, își desfășoară activitatea, de regulă, în baza unui contract individual de muncă încheiat pe durată nedeterminată sau determinată, inclusiv pe stagiune sau producție.

Filarmonica Brașov a funcționat la începutul anului 2022 în baza HCL nr. 564/28.10.2021, cu un număr de 126 posturi aprobate, din care 4 posturi de conducere și 122 posturi de execuție.

Ulterior, instituția noastră a funcționat în baza HCL 564/28.10.2021 republicată conform HCL nr. 160/29.03.2022, HCL nr. 430/09.06.2022 și HCL nr. 632/25.08.2022, numărul de posturi crescând la 132 posturi aprobate, din care 5 posturi de conducere (2 posturi vacante) și 127 posturi de execuție.

În anul 2022 a existat o oarecare fluctuație de personal, influențată de faptul că un număr de contracte de muncă au încetat, dar și a faptului că au fost făcute angajări, instituția noastră fiind preocupată de a depista noi talente muzicale în Brașov și nu numai, și de a le atrage pentru a face parte din colectivul artistic.

1.1 Pentru desfășurarea activității instituției în condiții optime și utilizarea resurselor umane în concordanță cu pregătirea profesională și competențele dobândite, în Filarmonica Brașov pe parcursul anului 2022 s-au derulat concursuri conform Hotărârii Guvernului nr. 286/23.03.2011, în urma cărora au fost încheiate contracte individuale de muncă pe durată nedeterminată, pentru următoarele posturi:

Funcție/ grad/treaptă profesională	Observații
Concert maestru, studii superioare, gradul profesional IA	Contractul individual de muncă încheiat la data de 06.06.2022
Concert maestru, studii superioare, gradul profesional I	Act adițional modificare funcție încheiat la data de 06.06.2022
Solist instrumentist clarinet, studii superioare, gradul profesional IA	Act adițional modificare funcție încheiat la data de 07.07.2022
Solist instrumentist fagot, studii superioare, gradul profesional IA	Act adițional modificare funcție încheiat la data de 07.07.2022
Solist instrumentist trombon, studii superioare, gradul profesional IA	Contractul individual de muncă încheiat la data de 11.07.2022

Ca urmare a vacanțării posturilor, în funcție de nevoile identificate la nivelul serviciului Artistic, la compartimentul Orchestră, au fost ocupate prin angajarea directă conform art. 12 și 13 alin. (1) și (3) din Ordonanța nr. 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic, prin acordul părților, pe durată determinată, 3 posturi vacante de artist instrumentist debutant, 1 post de artist instrumentist gradul profesional II, 1 post de artist instrumentist gradul profesional I, 4 posturi de artist instrumentist gradul profesional IA. Tot în cadrul serviciului Artistic, la compartimentul Secretariat artistic/marketing/biblioteca, ca urmare a suspendării contractului individual de muncă a secretarului muzical, postul a fost ocupat temporar, prin angajare directă de către o altă persoană.

De asemenea, în cadrul compartimentului Administrativ, tot prin angajare directă prin acordul părților, pe durată determinată, au fost angajați un inginer cu atribuții de conducere, coordonare și control la nivelul compartimentului, gradul profesional II și un muncitor, treapta profesională I.

Pentru acoperirea nevoilor compartimentului Financiar/Contabilitate, tot prin angajare directă, cu acordul părților pe durată determinată, a fost angajată o persoană pe postul de referent de specialitate achiziții publice.

1.2. Încetarea de drept a contractului individual de muncă a intervenit pentru următoarele posturi:

Funcție/ grad/treaptă profesională	Observații

Artist instrumentist violoncel, studii superioare, gradul profesional IA	Contractul individual de muncă încheiat, a încetat în temeiul art. 56 lit. c) din Legea nr.53/2003 – Codul Muncii-republicată, la data de 02.05.2022.
Artist instrumentist percuție, studii superioare, gradul profesional I	Contractul individual de muncă încheiat, a încetat în temeiul art. 56 lit. i) din Legea nr.53/2003 – Codul Muncii-republicată, la data de 01.06.2022.
Referent de specialitate achiziții publice, studii superioare, gradul profesional I	Contractul individual de muncă încheiat, a încetat în temeiul art. 56 lit. i) din Legea nr.53/2003 – Codul Muncii-republicată, la data de 01.06.2022.
Șef formație muncitori, studii medii, gradul II	Contractul individual de muncă încheiat, a încetat în temeiul art. 56 lit. c) din Legea nr.53/2003 – Codul Muncii-republicată, la data de 31.07.2022.
Dirijor, studii superioare, gradul profesional IA	Contractul individual de muncă încheiat, a încetat în temeiul art. 56 lit. a) din Legea nr.53/2003 – Codul Muncii-republicată, la data de 10.08.2022.

1.3. Încetarea contractului individual de muncă prin acordul părților a intervenit pentru următoarele posturi:

Funcție/ grad/treaptă profesională	Observații
Inginer, studii superioare, gradul profesional IA	Contractul individual de muncă încheiat, a încetat în temeiul art. 55 lit. b) din Legea nr.53/2003 – Codul Muncii- republicată la data de 09.06.2022
Secretar muzical, studii superioare, gradul profesional I	Contractul individual de muncă încheiat, a încetat în temeiul art. 55 lit. b) din Legea nr.53/2003 – Codul Muncii- republicată la data de 01.07.2022

2. Cursuri

Cursurile de perfecționare efectuate au avut ca scop actualizarea cunoștințelor profesionale ale personalului pentru îmbunătățirea activității instituției în special în domeniile unde se impune formarea profesională continuă.

A fost considerată oportună participarea unei persoane la cursuri instruire și de formare profesională, astfel:

Funcția	Denumirea cursului	Denumire organizator	Perioada
Inginer	Inspector în domeniul Securității și Securității în Muncă	ABAO EXPERT SRL	01.08.2022
			- 01.09.2022
Inginer	Instruire în domeniul PSI	TRANSILVANIA COMPANY	01.08.2022
			- 31.10.2022

Pentru îmbunătățirea activității instituției, personalul artistic s-a perfecționat prin studiu individual și prin multe repetiții, inclusiv repetiții pe partidă, când a fost cazul.

În ceea ce privește situația securității și sănătății în muncă, pe parcursul anului 2022 nu s-au înregistrat accidente de muncă și/sau îmbolnăviri profesionale în cadrul instituției. S-a asigurat instruirea periodică a personalului în domeniul SSM. Conducerea instituției a monitorizat permanent gradul de siguranță a angajaților. Pentru asigurarea desfășurării activităților instituției în condiții de siguranță sanitară, a existat o preocupare constantă pentru respectarea legislației sanitare în contextul epidemiologic actual, respectarea evaluărilor medicului specialist de medicina muncii, asigurarea permanentă a substanțelor dezinfectante, pentru asigurarea securității și sănătății personalului instituției și publicului spectator.

Instruirea salariaților în domeniul situațiilor de urgență s-a organizat și executat periodic, în conformitate cu prevederile legale.

3. Evaluare

Evaluarea performanțelor profesionale individuale pentru activitatea desfășurată în anul 2021, s-a desfășurat în intervalul 01.02.2022 –28.02.2022, conform Procedurii privind evaluarea performanțelor profesionale ale angajaților și a capitolului 5 din Regulamentul Intern al Filarmonicii Brașov, regulament aprobat prin Decizia nr. 190/19.12.2011, cu modificările și completările ulterioare.

În baza Deciziei nr. 9/25.01.2022 au fost numite persoanele care au calitatea de evaluatori și cea de contrasemnatar

În urma evaluării performanțelor profesionale individuale, nu au fost formulate contestații ca urmare a comunicării rezultatelor finale ale evaluării. Din angajații evaluați, doar doi au obținut calificativul "bun", iar ceilalți au obținut calificativul "foarte bun".

4. Promovări

În urma evaluării anuale a personalului instituției, au fost identificate persoanele care îndeplineau condițiile impuse de lege pentru a fi promovate.

Având în vedere prevederile Legii-cadru nr. 153/2017 privind salarizarea personalului plătit din fonduri publice, cu modificările și completările ulterioare, în anul 2022, au avut loc la sediul instituției, examene pentru promovarea în grade sau trepte profesionale a personalului contractual din cadrul Orchestrei și a compartimentului Secretariat artistic/marketing/bibliotecă.

Astfel, în urma examenelor, un număr de 14 de angajați au beneficiat de promovare în grad sau treaptă profesională, după cum urmează:

- 3 artiști instrumentiști (S) de la gradul profesional I la gradul profesional IA;
- 1 artist instrumentist (S) de la gradul profesional II la gradul profesional I;
- 7 artiști instrumentiști (S) de la gradul debutant la gradul profesional II;
- 1 instrumentist (M), a promovat în funcția de artist instrumentist (S), gradul profesional II, ca urmare a absolvirii studiilor superioare în domeniul în care și desfășoară activitatea.
- 1 secretar PR de la gradul debutant la gradul profesional II;
- 1 bibliotecar muzical de la gradul debutant la gradul profesional II;

Examenul de promovare s-au desfășurat cu respectarea prevederilor Hotărârii 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 a personalului contractual din sectorul bugetar plătit din fonduri publice, cu modificările și competențele aduse prin Hotărârea nr. 1.027 din 11 noiembrie 2014.

5. Motivare/sanționare

5.1. Motivare

Filarmonica Brașov contribuie efectiv la consolidarea vieții artistice a județului și a municipiului. Proiectele Filarmonicii Brașov au contribuit considerabil la realizarea politicii culturale, la promovarea vieții muzicale, și artistice a județului.

Activitatea profesională a instituției a fost și este orientată în permanență în vederea creșterii gradului de satisfacție a spectatorilor și păstrarea accesibilității publicului la evenimentele organizate de instituție.

În acest scop, instituția a acordat o atenție deosebită angajaților și satisfacției acestora la locul de muncă cu atât mai mult cu cât contextul a fost atipic.

Unul dintre obiectivele instituției (privind resursa umană) a fost și va fi în continuare acela de formare și sprijinire a tinerilor artiști talentați, aspect semnificativ conturat în perioada de referință, prin numărul mare de recrutări din rândul tinerilor.

5.2. Sancționare

În perioada raportată nu s-au înregistrat sancțiuni disciplinare sau de altă natură a personalului.

5. Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului instituției, îmbunătățiri / refuncționalizări ale spațiilor;

Filarmonica deține în administrare

- spațiul de pe Str. Apollonia Hirscher nr. 10, ca sediu social și spațiu pentru păstrarea documentelor de arhivă
- spațiul de pe B-dul 15 Noiembrie nr. 50 A, Sala "Patria" unde se află punctul de lucru pentru care s-au realizat 2 proiecte constând din:
 - Expertiză tehnică privind evaluarea seismică pentru remodelare și extindere Filarmonica Brașov
 - Proiect de modernizare a clădirii Filarmonicii Brașov, extindere pe verticală.

6. Măsuri luate în urma controalelor, verificării/auditării din partea autorității sau a altor organisme de control în perioada raportată.

În cursul anului 2022 s-au realizat la data de 28.12.2022 controlul ISU "Țara Bârsei" prin care s-a dispus obținerea autorizației de securitate la incendiu pentru spațiul situat la Sala "Patria", în acest sens s-a procedat la colectarea documentației vechi a clădirii și, după caz, la constituirea documentației tehnice noi în conformitate cu actele normative în vigoare la data curentă.

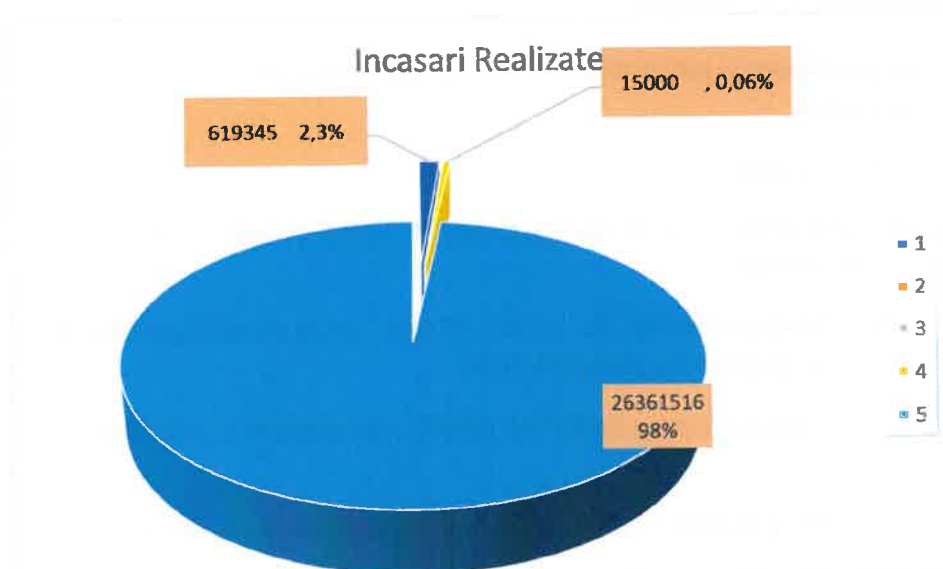
La data de 17.06. 2022, în urma controlului Camerei de Conturi Brașov, nu s-au constatat nereguli sau neconformități și nu au fost lăsate măsuri.

D. Evoluția situației economico-financiare a instituției:

1. analiza datelor financiare din proiectul de management corelat cu bilanțul contabil al perioadei raportate;

BUGETUL DE VENITURI

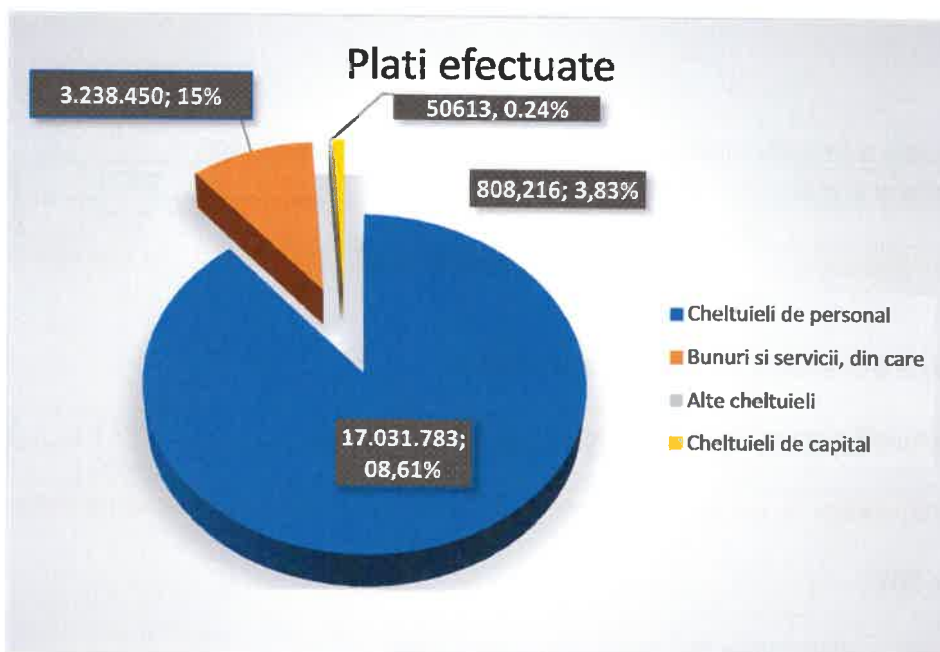
BVC	Prevederi bugetare definitive	Incasari realizate
VENITURI TOTALE	27,334,280	27,011,841
Venituri proprii	515,000	619,345
Sold initial	15,980	15,980
Donatii si sponsorizari	0	0
Alte venituri (AFCN)	15,000	15,000
Subventii	26,788,300	26,361,516



pentru cheltuieli de
 în instanță, veniturile
 proprii au crescut deasemenea, respectiv aproape s-au dublat, in procent de 176,62% , fata de 2021.

BUGETUL DE CHELTUIELI

BVC	Credite bugetare definitive	Plati efectuate
CHELTUIELI TOTALE	27,334,280	21,129,062
Cheltuieli de personal	22,344,000	17,031,783
Bunuri si servicii, din care	3,688,300	3,238,450
Program minimal	2,025,300	1,986,786
Alte cheltuieli	51,000	50,613
Cheltuieli de capital	1,250,980	808,216



În ceea ce privește cheltuielile, plățile efectuate s-au încadrat în conceptul definit de proiectul de management :

- cheltuielile de personal se apropie de procentul de 81% în condițiile acordării drepturilor salariale câștigate în instanță unui număr de 99 salariați ;

- cheltuielile pentru realizarea programului minimal au crescut cu peste 580% față de

2021, ca urmare a programelor diversificate și a unui număr de 188 de evenimente realizate în cadrul programului minimal, la care se adaugă câștigarea unui proiect de fonduri

nerambursabile de la CJ Brasov în sumă de 15.000 lei.

gradul de acoperire a cheltuielilor instituției din surse atrase/venituri proprii

	2021	2022
Gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor instituției (%) din care:	1.39%	2.35%
veniturile proprii realizate annual din activitatea de baza	1.30%	2.22%
veniturile proprii realizate annual din alte activitati:	0.08%	0.13%

- Venituri proprii realizate din activitatea de baza : 598.760 lei

- Venituri proprii realizate din alte activitati (incl. sponsorizari) : 35.585 lei

evoluția veniturilor proprii realizate din activitatea de baza a Filarmonicii Brasov

Anul	Reprezentatii	Spectatori	Venituri	Procentaj de ocupare
2021	162	204.699	258.025	41.38%
2022	188	29.253	598.760	51.86%

Cresterea gradului de ocupare la Sala Patria, fata de 2021 se datoreaza finalizarii situatiei pandemice de COVID-19

în care am fost limitati de prezenta publicului în sala , iar o mare parte din evenimente au fost transmise online pe canalele de social-media.

gradul de crestere a surselor atrase/veniturilor proprii in totalul veniturilor

Gradul de crestere a veniturilor proprii in totalul veniturilor	2021	2022
(%)	1.39	2.35*

* Cresterea se datoreaza cresterii subventiei pentru cheltuieli de personal, dar si a veniturilor proprii.

ponderea anuala a cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor:

Pondereea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor	2021	2022
(%)	89%	81%

* Scaderea cheltuielilor de personal se datoreaza mentinerii in plata a salariului de baza la nivelul lui decembrie 2021.

ponderea anuala a cheltuielilor de capital din bugetul total

Pondereea anuala a cheltuielilor de capital din bugetul total	2021	2022
(%)	0.90%	3.83%

gradul de acoperire a salariilor din subventie:

gradul de acoperire a salariilor din subventie	2021	2022
(%)	100	100
Salariul mediu brut	9,156	9,148

2. evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției din următorul tabel:

Nr.crt.	Indicatori de performanata	2021	2022
1	Cheltuieli pe beneficiar*, din care	96.24	921.62
	Cheltuieli pe beneficiar , din VP	1.26	20.47
	Cheltuieli pe beneficiar , din subventie	94.98	901.16
2	Fonduri nerambursabile atrase	85000	15000
3	Numar de activitati educationale	28	81
4	Numar de aparitii media	1810	1823
5	Numar de beneficiari neplatitori, la sediu	163508	4771
6	Numar beneficiari platitori, la sediu	3458	10717
7	Numar beneficiari in deplasare	37733	13765
8	Numar de concerte sustinute la sediu	98	117
	Numar de concerte sustinute in deplasare	64	71
9	numar de proiecte/actiuni culturale	162	188
10	Venituri proprii din activitatea de baza	258,025	598,760
11	Venituri proprii din alte activitati (incl.spons.)	101,136	35,585

* Calculul din acest tabel este realizat dupa formula **plati efectuate/nr. de beneficiari**, care

este , in opinia noastra cel care indica , cel mai bine, cheltuielile reale pe beneficiar. Conform OMC 2799/2015 cheltuielile pe beneficiar trebuie calculate pornind de la formula

subventie+venituri-cheltuieli de capital/nr. beneficiari. Vom prezenta, mai jos, acest principal

indicator de performanta calculat conform ordinului:

Indicator de performanta cf. OMC 2799/2015	2021	2022
Cheltuieli pe beneficiar	96 lei	895 lei

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

Se realizează prin raportare la:

1. Viziune;

Filarmonica Brașov este o instituție etalon în rândul instituțiilor de cultură din Estul Europei.

Termenul de instituție etalon se referă la faptul că Filarmonica Brașov este la zi cu ultimele tendințe din punct de vedere artistic, al programelor, al personalului. Instituția se actualizează constant în toate departamentele și propune angajaților o gândire deschisă spre nou și spre dezvoltare. Totodată, prin activitățile sale, inspiră, consiliază și susține și alte instituții de profil să se dezvolte. Arta muzicală este un contributor esențial la dezvoltarea armonioasă a personalității umane și a societății. Cultura este pentru toți, nu doar pentru cei care sunt consumatori dintotdeauna, trebuie doar implementată viziunea clară în cadrul căreia rolul fiecărui participant, producător, organizator sau spectator este clar definit. Viziunea propusă de acest proiect face referire nu doar la problemele de astăzi, ea construiește pentru următorii 5 – 15 ani și poate fi implementată doar într-un context în care există înțelegere clară între toți cei implicați, comunicare și deschidere către nou.

Se disting astfel două componente pentru a implementa cu succes viziunea:

a. Partea aplicabilă imediat, care presupune multe încercări noi, propune un plan de acțiuni și hotărâri noi și analiza rezultatelor. Aceasta se realizează pas cu pas pentru următorii 3 ani. Încă din 2021, se observă organizarea unor evenimente diverse și ieșite din tiparele unei filarmonici obișnuite și învechite. Astfel, programe precum o stagiune estivală bogată (peste 35 evenimente care au inclus toate stilurile muzicale, de la baroc

– muzică folclorică – rock/pop), aducerea unor noi inițiative în țară (ex. Festivalul Muzicii Croate care prezintă cei mai importanți artiști croați la ora actuală) sau crearea unor noi concepte (Amplify Concerts) reprezintă primii pași spre o dezvoltare a instituției care aduce filarmonica în viitor.

b. Partea aplicabilă pe termen lung care se adaptează în funcție de rezultatele obținute în fiecare an, de evoluția mediului socio-cultural și face previziuni pentru a putea lua măsurile necesare adaptării și atingerii viziunii într-un termen stabilit de 10 - 15 ani. Astfel, programele începute în primii ani de management, alături de parteneri cu experiență și de încredere, pun bazele unor colaborări pe termen lung care sunt credibile, eficiente și aduc un plus valoare atât instituției cât și orașului în care se desfășoară.

Procesul trebuie să angajeze toți participanții (membrii și stakeholderi) și comunitatea, este transparent, crează un mediu în care oamenii sunt consultați și ideile lor pot fi ascultate, poate crește conștientizarea rolului culturii și al creativității, aduce împreună oameni din medii, zone sau culturi diferite. Motivul este simplu, toți trebuie să simtă că procesul și rezultatele le aparțin și lor.

Structură de management propusă care va implementa acest proces este compusă din:

1. Management care crează o echipă unită și au un canal de comunicare deschis către autorități și către publiul căreia i se adresează
2. Comisii ale diferitelor departamente din interiorul instituției
3. Sondaje și consultări care acoperă mase mari de oameni ai comunității

Pentru transparență și incluziune, comunicare va fi clară și directă pe pagina web dedicată și pe social-media cu mesaje care țin comunitatea artistică și publicurile constant la curent cu ceea ce se întâmplă. În 2022 am continuat întreaga strategie de comunicare începută în primul an de management prin intermediul căreia ne dorim să îmbunătățim dialogul cu comunitatea – Instagram și TikTok, precum și Facebook, YouTube și Google Maps.

Se dorește astfel ca oamenii tuturor comunităților cărora Filarmonica Brașov se adresează să fie implicați. Cu cât implici mai mulți, cu atât are procesul de îmbunătățire o legitimitate mai mare. Dacă planul este realizat și implementat doar de câțiva oameni, este ușor de destituit și astfel se oprește continuitatea unui proces de îmbunătățire. Însă dacă sunt implicați foarte mulți oameni din personal și din comunitate, procesul are o bază solidă și dăinuie în timp.

2. Misiune;

Misiunea Filarmonicii Braşov este aceea de a promova pe plan local, naţional şi internaţional cultura şi valorile artei muzicale româneşti şi universale prin evenimente proprii sau prin colaborări de cel mai înalt nivel şi în acelaşi timp să ofere comunităţii programe dinamice şi inovative de educare muzicală pentru toate vârstele. Totodată, Filarmonica Braşov trebuie să scoată în evidenţă importanţa culturii ca parte integrantă a societăţii secolului 21.

Misiunea urmăreşte cu consecvenţă realizarea următoarelor obiective:

3. Obiective (generale şi specifice);

- Organizarea de concerte simfonice săptămânale de o înaltă ținută artistică cuprinzând o vastă gamă de lucrări simfonice din repertoriul național și universal.
- Organizarea de activități cultural-artistice și de educație permanentă prin realizarea de concerte educative pentru toate categoriile de vârstă.
- Organizarea de recitaluri ale marilor soliști ai genului muzical, precum și ale unor formații camerale renumite.
- Organizarea de concursuri și festivaluri muzicale naționale și internaționale, stimularea creativității și talentului.
- Colaborarea cu alte instituții, organizații, festivaluri sau operatori culturali.
- Realizarea de concepte de eveniment noi dezvoltate specific pe anumite teme.
- Conservarea și transmiterea valorilor artistice ale patrimoniului cultural național și universal, editarea de CD-uri muzicale și videouri pe suporturi digitale diverse (DVD, Blu-Ray, stickuri de memorie, carduri de memorie ș.a.).
- Promovarea tinerelor talente în domeniul artei interpretative
- Comunicarea cu comunitatea și cu autoritățile, includerea acestora în procesul de decizie și de modernizare al instituției.
- Organizarea de evenimente sociale care susțin cauze umanitare și de mediu.

Alte obiective specifice:

- Achiziționare de instrumente la orchestra simfonică (pianină, pian, fagot, trompetă, timpani, tromboni, etc.), precum și accesorii necesare la cele existente etc.
- Achiziționarea partiturilor muzicale originale necesare, în vederea îmbogățirii bibliotecii muzicale cu noi lucrări pentru stagiunile următoare;
- Dotarea instituției cu echipament de sonorizare și lumini, pânză și proiector, pentru diferitele evenimente, la care poate fi închiriată sala de concerte;

- Organizarea de festivaluri tematice sau legate de anumite evenimente aniversare, ce ar contribui la aprecierea Filarmonicii Braşov;
- Îmbunătăţirea căii de acces pentru persoanele cu dizabilităţi, conform cerinţelor legislative;
- Îmbunătăţirea sistemului de afişaj şi reclamă, în colaborare cu Primăria Municipiului Braşov;
- Realizarea de Spoturi publicitare în mass-media electronică;
- Editarea unor lucrări legate de filarmonica braşoveană, de compozitori locali, de personalităţi ai muzicii instrumentale şi vocale etc.
- Trimiterea artiştilor, a personalului TESA şi a angajaţilor, la diferite cursuri de perfecţionare;
- Promovarea tinerilor artişti talentaţi locali;
- Colaborarea cu teatrele din Braşov (Arlechino şi Teatrul Sică Alexandrescu) la producţiile artistice comune;
- Colaborarea cu Filarmonici apropiate (Sibiu, Ploieşti, Bucureşti etc.).

4. Strategie culturală, pentru întreaga perioadă de management;

Pe parcursul perioadei 2020-2022 s-a urmărit promovarea în randul publicului larg a valorilor artei muzicale româneşti şi universale prin organizarea de concerte şi recitaluri camerale de un înalt nivel artistic, în cadrul stagiunii muzicale, a festivalurilor, a concursurilor de interpretare şi a activităţilor educaţionale în domeniul muzical.

Strategia a urmărit dezvoltarea muzicală a publicului instituţiei, dezvoltarea personalului administrativ şi artistic al instituţiei şi satisfacerea nevoilor culturale ale comunităţii, în acord cu obiectivele culturale fixate de autoritate şi cu cerinţele publicului. Totodată, această strategie a urmat priorităţile stabilite de programele strategice de îmbunătăţire ale mediului cultural la nivel local (<https://www.brasovcity.ro/file-zone/financiar/program-investitii/cultura/2019/Strategie%20pentru%20cultura.pdf>) şi european (<https://culture.ec.europa.eu/policies/strategic-framework-for-the-eus-cultural-policy#:~:text=The%20current%20Work%20Plan%20for,role%20of%20culture%20in%20society>).

S-a urmărit păstrarea actualelor relaţii de bună colaborare şi cooperare cu toate instituţiile de cultură din judeţ şi dezvoltarea acestora, precum şi prezenţa mai activă a instituţiei în evenimentele reprezentative la nivel naţional şi internaţional.

Au fost identificate noi modalități de colaborare și realizare de proiecte educaționale comune cu instituțiile de învățământ preuniversitar și universitar din Brașov.

Participarea formațiilor camerale ale filarmonicii în proiecte care se desfășoară în alte localități ale județului Brașov a urmărit participarea instituției la implementarea strategiilor de dezvoltare culturală locală.

Orchestra Filarmonicii Brașov a participat în festivaluri muzicale organizate de alte entități culturale din țară și din străinătate și a colaborat la realizarea unor proiecte comune cu formații corale.

Cel mai important aspect al strategiei pentru întreaga perioadă de management este acela de a da importanță consolidării relațiilor cu instituții, artiști, organizații s.a. care pot aduce un plus valoare Filarmonicii Brașov și implicit orașului și regiunii.

5. Strategie și plan de marketing;

Strategia și planul de marketing trebuie să rezulte din răspunsurile la câteva întrebări care sunt definitorii în contextul promovării eficiente.

a. Care este imaginea de ansamblu?

Instituția filarmonicii este una decrepită în percepția majorității, ca orice instituție de stat, cu o comunicare ușor îmbătrânită, pe alocuri schimonosită de culoare, prea multa culoare, colaje și mesaje fără fir roșu, având o maniera impersonală de expunere, fără o idee de comunicare care să integreze o poveste relevantă unei instituții cu acest potențial.

- Muzicienii sunt main asset pentru instituție, valoarea actului artistic fiind dată de prestația lor/ virtuozitatea lor și mai ales pasiunea lor de a face acest job, ca o menire in sine
- Instituția face parte din comunitate inca din anul 1878, dar are nevoia de a sparge bariera unei instituții formale, greu de accesat sau sofisticată, dar accesibilă unui public vetust. Este necesară o apropiere de un target mult mai tânăr, care să vină, să fie educat și care să privească muzica clasica cu bucuria unui act artistic firesc.
- Muzica clasica nu este doar un trend, face parte din universalitatea lumii și este un prag în educația de bază, nu este destinată doar erudiților.
- Muzica clasică asigură vizibilitate prin muzicienii săi pe mapamond orașului acesta devenind un punct de atracție în sine.
- Muzica clasică are potențialul de construire de noi punți de comunicare între generații.

b. Ce ne dorim pentru mandatul acesta de management?

O nouă imagine, identitară, care să scoată din anonimat atât instituția în sine cât și oamenii prin care este reprezentată.

Filarmonica Brașov are nevoie de o imagine mult adaptată vremurilor, din toate punctele de vedere dar mai ales vizual, stabilirea în mod profesionist de adresare și un ton al vocii specific unei instituții de cultură cu tradiție, dar în secolul 21. Parte din comunicare este necesar să adreseze poziționarea instituției ca fiind una accesibilă unui pen portrait/consumator intinerit, de aceea întreaga comunicare trebuie să fie cât mai adecvată nevoilor acestuia, în mediile de comunicare ale acestuia și cu un stil narativ de comunicare elegant, dar relaxat. În prezent, extrem de utilizată este pagina de facebook, cu o comunicare strict orientată pe concert, transmiterea lieve-urilor din concerte și cel mult o preanunțare a acestora.

Muzica clasica este interpretată de muzicieni cu preocupări de secol 21 și care pot fi buni comunicatori în mediile lor, de aceea este necesară o maniera incluzivă în care ei să facă parte din peisaj, nu doar ca prestatori de act artistic, dar și ca purtători de emoție, mult mai ușor de transmis prin "voce umana", cu o poveste ce facilitează înțelegerea muzicii clasice, a actului artistic unilateral (muzicienii cântă și spectatorii aplaudă).

Asadar, instituția are nevoie de o poveste în jurul căreia să se realizeze o construcție sănatoasă de brand cu un rol activ și bine definit în peisajul urban. În definitiv, toți contribuim prin taxe la bugetul de stat și am vrea să beneficiem nu numai de spitale, ci și de instituții pentru sănătatea sufletului.

Este nevoie de o poveste care să facă muzica clasica mai ușor de ajuns în sufletele fiecărui ascultător care nu a fost expus din primii ani de viață. De aceea este nevoie de o poveste spusă în jurul valorilor comune pe care muzica le poate insufla, plecând de la compoziție și relevanța ei pentru o orchestră, comparația cu munca de a realiza un proiect multidisciplinar, despre armonie, studiu intens și despre colaborare între cele mai multe instrumente, despre tempo și rolul fiecăruia în livrarea unui concert. Toate aceste aspecte sunt mai ușor de tradus fiecărui ascultător. Apoi muzica în sine devine o poveste despre frumos, mai ușor de spus în cuvinte, care o fac simțită chiar și de cei neinițiați.

Pentru o comunicare eficientă este necesar a se restabili care sunt valorile și ethosul instituției, pentru că numai așa e relevant pentru public să se identifice sau nu cu o parte din valori (poate nu cunosc conținutul unei partituri, dar cu siguranță înțeleg munca de echipă din spate).

Muzica clasica nu trebuie bagatelizată și prezentată într-o manieră Andre Rieu, dar poate fi adusă mai aproape de înțelegerea spectatorilor, pentru că este ușor de înțeles.

Obiective de comunicare:

- de crescut relația (bondingul) între instituție și consumatorii target, un target întinerit, care să asigure continuitate și care să devină promotori în mediul lor, printr-un dialog mai activ, pe teme de interes (istoria muzicii până la îmbunătățirile aduse clădirii ca și interes pentru cheltuirea corectă a bugetului)
- de asumat un rol în formarea și educarea unui nou target, care să devină un nou public
- obligatoriu o întinerire a mesajului prin adăugarea unui tone of voice prietenos, dar și o adaptare a mesajului în mediile de comunicare ale targetului (sau specifice targetului)
- de menținut publicul deja existent și aducerea (când va fi posibil) a mai multor plătitori de bilete, în sală

c. Care sunt livrabilele practice ale acestei strategii?

Communication concept care să imbine într-o idee de comunicare versatilă și ușor de transpus mai multe activități practice care să susțină faptul că instituția este una deschisă pentru dialog, o idee ușor de comunicat și de activat. Pentru aceasta, este de dorit să se externalizeze sarcinile de creare a unui plan de marketing unei companii specializate în acest domeniu.

Prima propunere a acestei companii ar trebui să includă:

1. identitate vizuală/ grafică, manual de brand, manifesto, stil narativ de comunicare și declinare identitară pe mai multe materiale de comunicare (de la postări, cover pentru event online, bannere sau machete etc.)
2. Ideea de comunicare care să includă acțiuni specifice concrete prin care instituția se apropie de public atât pe vreme de restricții, izolare cât și în perioade de normalitate.
3. Exemple concrete de acțiuni:
 - a. concerte în zone inedite specifice Brașovului
 - b. colaborări cu spații și alte instituții inedite
 - c. concerte susținute pentru a da amploare anumitor evenimente de referință pentru oraș
 - d. acțiuni care să încurajeze educarea targetului tânăr și expunerea lui la un mediu mai puțin formal de ascultare a muzicii clasice:
 - i. ore deschise de muzică
 - ii. mentorat cu muzicieni
 - iii. scoli de muzică pentru copii

iv. istoria muzicii pentru programul stagiunii (pornind de la muzica din zilele noastre și mergând înapoi în trecut)

e. activități de rewarding pentru diverse alte companii

f. acțiuni sociale pentru categorii defavorizate de copii

A doua etapă presupune activarea conceptului în PR, prin acțiuni specifice, plan editorial, emisiuni, documentare despre artiști, studiul lor, interviuri portret, asocieri cu diverse cauze susținute în oraș.

d. Considerații execuționale mandatorii:

Care este consumatorul țintă?

Communication target: femei/ bărbați/ 25 – infinit

Care este mesajul de bază?

Propunere de brand: filarmonica este o instituție onestă, valoroasă și necesară în peisajul urban. Demonstrăm că muzica clasică trece testul timpului și este un element de bază în educația fiecărui individ. În plus, pe termen lung, aduce beneficii comunității orașului prin conservarea frumosului și prin atragerea unui public dornic să asculte concertele din stagiune.

Mesajul cheie pentru această activare: Filarmonica Brașov recunoaște, oferă și încurajează consumatorii săi să participe la concerte cu rolul de a-și înfrumuseța viața personală.

e. Ce dorim să obținem?

Ca instituția filarmonică să fie văzută ca un membru important în comunitate, care formează legături și atașamente, prin muzicieni și muzică, contribuind la dezvoltarea unei identități culturale (așa cum Viena este recunoscută pe plan mondial sau multe alte scene).

f. Ce ne dorim să gândească, să facă și/ sau să simtă consumatorul ca rezultat al acestei campanii?

Mod de gândire: cred că Fila este o instituție care contribuie în mod real la susținerea comunității, aducând o contribuție și mai mare la starea de bine a societății, a fiecărui individ în parte, dar și un motiv în plus de a vizita Brașovul.

Sentiment: Mă simt atașat de Filarmonică, pentru că oamenii/ muzicienii de acolo funcționează după aceleași principii ca și noi, în proiecte, ei oferă o bucurie sufletului, nu doar servicii funcționale.

g. Ce să facă: Merg la filarmonică cu familia mea, pentru că eu și copiii mei sau prietenii mei înțelegem și admirăm muzica clasică, ca fiind o parte importantă a vieții.

Livrabile:

1. Prezentare Power Point cu simulări vizuale, manual de brand, declinări
2. Idee creativă declinată în medii de comunicare și propuneri de activități specifice
3. Activități de PR – plan de amplificare a mesajului

Termen de livrare: octombrie 2023.

6. Programe propuse pentru întreaga perioadă de management;

și

7. Proiecte din cadrul programelor;

- a. MUZICĂ ORCHESTRALĂ – concerte de muzică simfonică cu dirijori și soliști care să inspire atât personalul filarmonicii cât și comunitatea și să ridice nivelul artistic interpretativ și tehnic al artiștilor instrumentiști
 - b. ORCHESTRAL MIRRORS – schimburi de experiențe cu alte orchestre care vor fi invitate să concerteze/colaboreze cu artiștii instrumentiști ai Filarmonicii Brașov
 - c. MUZICĂ DE CAMERĂ – serie de concerte de muzică de cameră în diferite ansambluri cu artiști instrumentiști ai orchestrei și artiști invitați la sediul filarmonicii sau în alte spații convenționale sau neconvenționale
- ansambluri ale Filarmonicii Brașov care să reprezinte instituția la evenimente private
- d. FESTIVALUL MUZICII DE CAMERĂ – tradiționalul Festival Internațional al Muzicii de cameră care să devină într-adevăr o bijuterie în plan european, festivalurile de muzică de cameră luând mare amploare în ultimii zece ani
 - e. MUZICA 2050– serie de concerte de muzică contemporană sau experimentală realizată cu artiști instrumentiști sau compozitori renumiți din acest domeniu
 - f. FEEL-HARMONY - serie de concerte educative pentru toate vârstele cu programe care includ în distribuțiile orchestrale copii și studenți
 - g. FIBRA POPS - stagiunea estivală de concerte a Filarmonicii Brașov în spații convenționale și neconvenționale și serii de concerte cu programe accesibile (muzică de film, jazz, pop și repertorii clasice cunoscute)
 - h. TURNEE - turnee în primul an în țară, iar în momentul în care situația globală permite, în alte țări

Toate aceste programe își propun să fie realizate cu ajutorul și cu feedbackul comunității, al artiștilor și al angajaților Filarmonicii Brașov și pot suferi modificări, în funcție de contextul social, politic și economic în care ne vom afla în următorii ani.

Totodată, programele se vor afla într-o continuă dezvoltare în ceea ce privește relația cu alte instituții de profil din lume pentru a facilita un schimb de idei care să ajute la îmbunătățirea stagiunilor, a proiectelor și a programelor pe care Filarmonica Brașov le va desfășura.

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

După cum reiese deja din planul de marketing și din capitolul A.3., se pot realiza multe activități specifice instituției. Suplimentar aș sugera:

- realizarea unei academii de vară a filarmonicii cu workshopuri cu artiștii invitați în cadrul unei academii orchestrale române – prima academie de orchestră din România care să realizeze producții proprii cu programe orchestrale cu ansambluri camerale formate din tineri muzicieni, iar pe urmă cu o orchestră de tineret.
- realizarea unui program "artist in residence" în cadrul căruia personalități ale lumii culturale să vină pentru o perioadă determinată să evalueze activitatea filarmonicii și să vină cu sugestii și programe care o pot îmbunătăți
- Clubul Filarmoniștilor – un club înființat pentru membrii activi și membri pensionați ai Filarmonicii Brașov prin intermediul căruia să aibă anumite facilități în Municipiul Brașov, să fie constant informați asupra activității filarmonicii prin newslettere, să aibă acces cu reducere la evenimentele culturale din oraș
- pornirea unui program de dirijor asistent începând cu anul 2023 (fiind un post vacant de dirijor) – orchestrale renumite ale lumii au totdeauna un dirijor asistent în organigramă. Acesta este de obicei un student aflat la finalul studiului său sau chiar un proaspăt absolvent care pregătește săptămânal întregul repertoriu și stă la dispoziția șefilor de partidă și a dirijorului invitat. Cu ajutorul acestuia sunt verificate programele, nivelul de pregătire al muzicienilor și se coordonează orice activitate artistică care are loc pe scenă pentru ca în momentul în care încep repetițiile, totul să fie pregătit la cel mai înalt nivel.
- atragerea unor artiști de renume din domenii muzicale de pop, jazz sau rock, care, prin asocierea de brand, să atragă foarte mult atenția asupra Filarmonicii Brașov. Exemple ar fi: George Ezra, Grimes etc.
- finanțarea unor turnee bine gândite în afara țării în săli precum Wiener Konzerthaus, Albert Hall sau Filarmonica din Berlin.

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

Principalul obiectiv de marketing al acestui nou an, 2023, este creșterea indicelui de ocupare a salilor cu spectatori platitori, în condițiile creșterii constante a numărului de concerte la sediu.

Anul	sala spectacol	concerte	spectatori	venituri din vanzare bilete	procentaj de ocupare al salii
2023	Sala Mare Patria	80	20,000	600,000	74%
2023	Sala Mica Patria	30	1,200	30,000	56%

Fata de situatia existenta la data prezentarii Raportului de activitate pe 2022, situatia, in ceea ce priveste salarizarea personalului din institutiile de concerte s-a modificat semnificativ, cu consecinte atat pozitive , cat si cu efecte ce pot genera disfunctionalitati majore in activitatea filarmonicilor.

1. Proiect de venituri si cheltuieli pentru urmatoarea perioada de raportare

Venituri 2023

mii lei

		Propunere actuala
	numar de reprezentatii	200
1.a	Venituri proprii, din care	625
1.a.1	Venituri din activitatea de baza	600
1.a.2	Surse atrase	0
1.a.3	Alte venituri proprii	25
1.b	Subventii	23,604
1.c	Alte venituri	0
1	Total	24,229

Cheltuieli 2023

mii lei

		Propunere actuala
	numar de personal	132
2.a	Cheltuieli de personal	23,441
2.b	Bunuri si servicii, din care	3,476

2.b.1	proiecte	600
2.b.2	colaboratori	1200
2.b.3	reparatii curente	230
2.b.4	intretinere	1,066
2.b.5	alte bunuri si servicii	380
2.c	Alte cheltuieli	60
2.d	Cheltuieli de capital	3134.78
2	Total	30,111.78

2. Numar de beneficiari estimati 2023

2.1. La sediu

Anul	concerte	spectatori
2023	110	21,200

2.2. In afara sediului

Anul	concerte	spectatori
2023	90	15,000

3. Analiza programului minimal realizat

Nr. crt. prg	Programul	Tipul proiectelor în cadrul fiecărui program	Denumirea proiectului	Titlul productiei artistice	Numărul de productii artistice/proiecte productie artistice/proiect	Buget prevazut pe program prevazut pe program	Sume cheltuite, realizate cheltuite realizate
I. PROGRAM MINIMAL							
1	MUZICA ORCHESTRALA	Producții proprii (extraordinare și ordinare)	-Concerte Ordinare - Concerte Extraordinare				
			-Concert de Paște	52	13,194,000	13194000	
			-La Mulți Ani, Filarmonica Brașov (6 Mai)				
			- Regal de opera la Sala Patria				
			- Concerte de Crăciun				
	<i>per.ian-dec.2022</i>						

2	MUZICA DE CAMERA	Sezon cu cvartetul Gaudeamus, ansambluri din cadrul orchestrei și invitați	-Recitaluri de muzică de Cameră Ordinare			
				29	308,000	233000
	per.ian-dec.2022		-Recitaluri de Muzică de Cameră Extraordinare			
3	FESTIVALUL INTERNACIONAL AL MUZICII DE CAMERA INTERNATIONAL AL MUZICII DE CAMERA	Recitaluri si concerte de camera cu invitati de mare renume	- Festival International al Muzicii de Camera Ed.43			
			FESTIVAL INTERNATIONAL MUZICA JAZZ	0	0	0
	Perioada ian-dec.2022					
4	MUZICA 2050	Sezon de concerte cu muzica contemporana	- Concerte de muzica contemporana	2	37,550	23,500
	per.ian-dec.2022					
5	FEEL-HARMONY Perioada ian-dec 2022 per.ian-dec.2022	Concerte si recitaluri educative cu si pentru copii, elevi si studenti educative cu si pentru copii, elevi si studenti	Educație prin muzica clasică	81	933000	933000
			-concert si recital educativ			
6	FIBRA POPS	Stagiune estivala de concerte si recitaluri sustinute in diferite locatii in aer liber concerte si recitaluri sustinute in diferite locatii in aer liber	Muzica simfonică pentru toți prin concerte în spații publice toți prin concerte în spații publice	20	280000	280000
			-concerte simfonice estival in spatii neconventionale			
	per.ian-dec.2022		in spatii neconventionale			
7	TURNEE	Turnee in tara si in strainatate strainatate	Concerte și recitaluri in deplasare si festivaluri în deplasare si festivaluri -în țară			
	per.ian-dec.2022			4	100000	100000
	TOTAL GENERAL PROGRAME AN 2022			188	14,852,550	14,763,500

Nr. crt. prg . ctr. prg .	Programul	Tipul proiectelor în cadrul fiecărui program		Denumirea proiectului	Titlul productiei artistice	Numărul de producții artistice/proiect producții artistice/proiect	Buget prevazut pe program prevazut pe program	
i. PROGRAM MINIMAL propus pentru 2023								
1	MUZICA ORCHESTRALA	Producții proprii (extraordinare și ordinare)		-Concerte Ordinare - Concerte Extraordinare				
				-Concert de Paște	50	19,800,000		
				-La Mulți Ani, Filarmonica Brașov (6 Mai)				
				- Regal de opera la Sala Patria				
				- Concerte de Crăciun				
2	MUZICA DE CAMERA	Sezon cu cvartetul Gaudeamus, ansambluri din cadrul orchestrei și invitați		-Recitaluri de muzică de Cameră Ordinare	37	869,500		
				-Recitaluri de Muzică de Cameră Extraordinare				
3	FESTIVALUL MUZICII DE CAMERĂ	Invitarea unor artiști de prestigiu, atât din țară, cât și din străinătate, constituie un factor de promovare al Filarmonicii și în același timp promovează imaginea orașului Brașov ca promotor al culturii la nivel național și internațional.		- Festival International al Muzicii de Camera Ed.43 - Festivalul Muzicii Croate - Festival de Jazz	10	300,000		
4	MUZICA 2050	Sezon de concerte cu muzica contemporana		- Concerte de muzica contemporana	4	46,500		
5	FEEL-HARMONY	educative cu si pentru copii, elevi si studenti		Educație prin muzica				
				clasică	65	1,625,000		
				- concert si recital educativ				

6	FIBRA POPS	Stagiune estivala de		Muzica simfonică pentru				
		concerte si recitaluri		toți prin concerte în				
		sustinite in diferite		spații publice		30	750,000	
		locatii in aer liber			-			
					concert simfonic estival in PIATA SFATULUI			
7	TURNEE	Turnee in tara si		Concerte și recitaluri				
		strainatate		în deplasare si festivaluri				
						4	213,000	
	TOTAL GENERAL PROGRAME AN 2023					200	23,604,000	

PARTEA II:

(Opțional)

Propuneri privind modificarea și/sau completarea clauzelor contractuale, formulate, după caz, în baza prevederilor art. 39 alin. (3) din ordonanța de urgență.

NOTĂ:

Prevederile prezentului raport pot fi aplicate, adaptate, în mod corespunzător, potrivit dispoziției autorității, și în cazul instituțiilor publice care sunt finanțate integral din venituri proprii, conform art. 1 alin. (2) din ordonanța de urgență, prin eliminarea referirilor la subvenția acordată de la bugetul de stat/local.

