

**PROIECT DE MANAGEMENT
PENTRU
CENTRUL MUNICIPAL DE CULTURĂ
„CONSTANTIN BRÂNCUȘI”**

Perioada 01.01.2013 - 31.12.2015

CUPRINS

A. Analiza socioculturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existen.....	2
a.1. instituții/organizații care se adresează aceleași comunități.....	2
a.2. participarea instituției în/la programe/proiecte europene/ internaționale.....	3
a.3. cunoașterea activității instituției în/de către comunitatea beneficiară a acesteia.....	4
a.4. acțiuni întreprinse pentru îmbunătățirea promovării/activității de PR/ de strategii media.....	5
a.5. reflectarea instituției în presa de specialitate.....	7
a.6. profilul/portretul beneficiarului actual.....	7
a.7. beneficiarul - țintă al activităților instituției.....	9
a.8. descrierea modului de dobândire a cunoașterii categoriilor de beneficiari (tipul informațiilor, studii, cercetări, alte surse de informare).....	10
a.9. utilizarea spațiilor instituției.....	10
a.10. propuneri de îmbunătățiri ale spațiilor: modificări, extinderi, reparații, reabilitări, după caz.....	11
B. Analiza activității profesionale a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia	
b.1. analiza programelor proiectelor instituției	11
b.2. analiza participării la festivaluri, gale, concursuri, saloane, târguri, etc. (în țară, la nivel național/internațional, în U.E., după caz, în alte state).....	15
b.3. analiza misiunii actuale a instituției.....	16
b.4. concluzii.....	17
C. Analiza organizării instituției și propuneri de restructurare și/ sau reorganizare, după caz	17
c.1. analiza reglementărilor interne ale instituției și ale actelor normative incidente	
c.2. propuneri privind modificarea reglementărilor interne și/sau ale actelor normative incidente.....	17
c.3. funcționarea instituției, delegarea responsabilităților: analiza activității consiliului de conducere, Consiliului de Administrație, propuneri de modificare a limitelor de competențe în cadrul conducerii instituției.....	18
c.4. analiza nivelului de perfecționare a personalului angajat - propuneri privind cursuri de perfecționare pentru conducere și restul personalului.....	19
D. Analiza situației economico-financiare a instituției.....	20
E. Strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, conform sarcinilor și obiectivelor managementului.....	23
e.1. prezentarea strategiei culturale pentru întreaga perioadă de management...23	
e.2. programele propuse pentru întreaga perioadă de management, cu denumirea și, după caz, descrierea fiecărui program, a scopului și țintei acestuia, exemplificări.....	30
e.3. proiecte propuse în cadrul programelor: detalierea proiectelor care alcătuiesc programele propuse pentru oferta culturală a instituției.....	30
e.4. alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management (programe, proiecte, acțiuni, evenimente ocazionale, care prin natura lor nu fac parte din activitatea curentă a instituției, dar prin care managerul apreciază că va putea facilita realizarea sarcinilor și obiectivelor manageriale).....	30

F. Previzionarea evoluției economico - financiare a instituției, cu menționarea resurselor financiare necesar a fi alocate de către autoritate.....30

f.1. previzionarea evoluției economico-financiare a instituției pentru următorii 3 ani, corelată cu resursele financiare necesar a fi alocate din subvenția/alocația acordată instituției de către Consiliul Local al Municipiului Tg-Jiu.....30

f.2. previzionarea evoluției costurilor, cuprinse în anexa nr. 2 la H.G. 1301/2009, aferente proiectelor (din programele propuse), prin realizarea unei proiecții financiare privind investițiile preconizate în proiecte, cuprinse în anexa nr. 3 la H.G. 1301/2009, pentru întreaga perioadă de management (de la 01/11/2012 la 31/10/2015).....33

f.3. proiecția veniturilor proprii realizate din activitatea de bază, specifică instituției, cuprinsă în anexa nr.4 din H.G. 1301/2009.....33

ANEXA 2

ANEXA 3

ANEXA 4

Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu funcționează sub autoritatea Consiliului Local al Municipiului Târgu Jiu ca instituție culturală de drept public cu personalitate juridică, înființată în conformitate cu prevederile O.U.G. 118/2006, cu modificările și completările ulterioare, care desfășoară activități în domeniul cultural, de informare și de educație permanentă, reprezentând servicii culturale de utilitate publică, cu rol în asigurarea coeziunii sociale și accesului la informație.

În conformitate cu Regulamentul de Organizare și Funcționare al instituției, aprobat prin H.C.L. nr. 85 din 24.09.2012, Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” inițiază și desfășoară proiecte și programe culturale, proiecte și programe de dezvoltare a turismului cultural, urmărind:

- a. protejarea, conservarea și punerea în valoare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”, realizat de Constantin Brâncuși la Târgu Jiu;
- b. identificarea, cultivarea și promovarea valorilor culturale reale;
- c. elaborarea și implementarea unui program, structurat pe termen lung, de integrare a municipiului Tg-Jiu în circuitele naționale și internaționale de turism cultural, coroborat cu proiectele majore de dezvoltare economico-socială a municipiului Tg-Jiu;
- d. elaborarea unor proiecte atractive și utile de educație permanentă;
- e. conservarea și transmiterea valorilor morale, artistice și tehnice ale comunității pe raza căreia funcționează, precum și ale patrimoniului cultural național și universal;
- f. realizarea unui pol de atracție culturală, având în centru municipiul Târgu-Jiu, cu păstrarea specificului local și zonal și cu dezvoltarea de legături interinstituționale în localitățile relevante pentru viața și opera lui Brâncuși;
- g. dezvoltarea schimburilor culturale pe plan județean, național și internațional, având ca scop revitalizarea cercetărilor privind opera lui Brâncuși și apropierea publicului larg de înțelesul acesteia.

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

Scurt istoric

În anul 1998, prin Hotărârea nr. 112 a Consiliului Local al Municipiului Tg-Jiu, ia ființă Centrul de Cultură și Artă "Constantin Brâncuși", ca urmare a reorganizării Casei de Cultură a Municipiului Tg-Jiu. Instituție publică de cultură de rang municipal, subordonată Consiliului Local al Municipiului Tg-Jiu, aceasta suferă mai multe modificări organizatorice și de denumire în cursul anului 2010:

- prin H.C.L. nr.53/29.03.2010 se desființează Centrul de Cultură și Artă "Constantin Brâncuși" și se înființează un compartiment cu același nume în cadrul aparatului de specialitate al primarului;
- prin H.C.L. nr.112/31.05.2010 se înființează Direcția Municipală de Cultură "Constantin Brâncuși", iar
- prin H.C.L. nr.371/29.11.2010 se modifică denumirea instituției, care devine Centrul Municipal de Cultură "Constantin Brâncuși", așa cum funcționează și astăzi.

Instituția începe să funcționeze cu personal încadrat de specialitate o dată cu ocuparea postului de director/manager, în februarie 2011.

a.1. Instituții/organizații care se adresează aceleiași comunități

Mediul cultural instituțional din județul Gorj, în interiorul căruia își desfășoară activitatea Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” (CMCCB), cuprinde numeroase cămine culturale, case de cultură, instituții profesioniste de spectacol, instituții de cultură specializate, centre culturale, muzee, biblioteci, precum și diverse formații de amatori. Viața culturală a județului este completată de apariții editoriale, producții literare ale autorilor locali, dar și de la nivel național, care își declară rădăcini gorjene sau măcar afinități cu spațiul geografic al Jiului de Sus.

Existența instituțiilor de cultură se datorează, în primul rând, interesului pe care autoritățile administrației publice locale l-au arătat menținerii unui anumit nivel cultural al populației, dar mai ales cerinței existente pe piață. De aceea, mare parte dintre aceste așezăminte și instituții au ca obiect de activitate menținerea tradițiilor și obiceiurilor, organizarea de festivaluri, nedei sau evenimente cu specific popular gorjenesc.

Pentru a avea o imagine completă asupra evantaiului de instituții și așezăminte culturale, vom face o succintă trecere în revistă a acestora.

- instituții profesioniste de spectacol: Ansamblul artistic profesionist „Doina Gorjului”, aflat în subordinea Consiliului Județean Gorj și Teatrul Dramatic „Elvira Godeanu”, în subordinea Consiliului local al Municipiului Tg-Jiu;
- instituții specializate: Muzeul Județean „Al. Ștefulescu” și Biblioteca Județeană „Christian Tell”;
- un așezământ cultural județean specializat profesional: Școala Populară de Artă, cu activitate de centru în Tg-Jiu și 32 secții externe, în județ; în cadrul Școlii Populare de Artă își desfășoară activitatea și o orchestră de cameră („Lyra Gorjului”, cu stagiune completă anuală), precum și o trupă de păpușari („Pinocchio”);
- o instituție de învățământ, cu rol educativ și cultural: Palatul Copiilor Tg-Jiu;

- un liceu cu profil de muzică și artă – Liceul de arte „Constantin Brăiloiu”; o secție de învățământ superior (arte plastice – sculptură) în cadrul Universității „Constantin Brâncuși”, Facultatea de asistență medicală, arte și științe ale educației;
- 70 așezăminte culturale, sub autoritatea consiliilor locale, din care menționăm centrele culturale „Tudor Arghezi” Tg-Cărbunești, „George Coșbuc” Tismana, „Frații Buzești” Crasna, o casă municipală de cultură în municipiul Motru, opt case orășenești de cultură și 61 cămine culturale;
- muzee tematice, muzee ale satului, muzee memoriale („Tudor Arghezi” – Cărbunești, „Maria Lătărețu” – Bălcești, „Maria Apostol” – Runcu), un muzeu documentar, unul literar, un muzeu al crucilor, un muzeu etnografic privat, colecții muzeale;
- 69 de biblioteci orășenești și comunale, coordonate metodologic de Biblioteca Județeană Gorj; biblioteci specializate (a Universității „Constantin Brâncuși”, a Muzeului Județean, a Centrului pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Gorj, a Serviciului Județean Gorj al Arhivelor Naționale); o bibliotecă specializată, cu lucrări despre viața și opera lui Constantin Brâncuși se află la sediul CMCCB;
- edituri, reviste de cultură, publicații de specialitate, reviste ocazionale și periodice; un raport al Centrului Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale Gorj indică un număr de șapte edituri active și doar cinci reviste cu specific cultural, dintre care două ale CMCCB;
- filiale ale uniunilor de creație ale artiștilor plastici și scriitorilor din România ș.a.
- un cinematograf (aflat în renovare) și un cineclub, cu o activitate din ce în ce mai puțin vizibilă, dar care, în anii de mare efervescență și productivitate a inițiatorilor a obținut importante premii naționale.

După cum se poate constata, oferta culturală este diversificată, fiind rezultatul unor inițiative, publice sau private, care au încercat să răspundă cerințelor din ce în ce mai mari ale comunității gorjene. Fiecare instituție sau așezământ cultural are publicul său țintă, dar în același timp împrumută din publicul celorlalte instituții, potrivit afinităților și interesului motivat al acestuia.

În acest context, pentru ca activitatea instituției să-și atingă scopul, de realizare a unui pol de atracție culturală în municipiul Târgu-Jiu, pornind de la moștenirea brâncușiană, este importantă o largă colaborare interinstituțională pe plan local, ținând cont de oferta și programele cuprinse în Agenda Culturală a județului Gorj, dar și în programele specifice ale unităților de cultură, cu care CMCCB poate și trebuie să realizeze activități în parteneriat.

De altfel, în anul 2011 și 2012 au fost derulate proiecte în parteneriat cu toate instituțiile culturale din comunitatea locală, dar și cu instituții de învățământ, organizații culturale non-profit, asociații profesionale etc., care acționează în Târgu Jiu și județul Gorj, după cum este detaliat la pct. b.1.

a.2. Participarea instituției în/ la programe/ proiecte europene/ internaționale

- În domeniul promovării turismului, Centrul Municipal de Cultură “Constantin Brâncuși” a participat în perioada 27 – 30 mai 2011 cu comunicarea „Târgu Jiu – orașul lui Brâncuși” la Conferința de turism european organizată la Budapesta de Agenția DANUBIUS – Budapesta; în data de 13 iunie 2011 a fost susținută conferința cu aceeași temă la Nis – Serbia, însoțită de lansarea de carte „Așa grăit-a Brâncuși” de Sorana Georgescu-Gorjan ;
- În contextul schimburilor culturale în zona balcanică și a dezvoltării relațiilor bilaterale România – Serbia, împreună cu Muzeul Județean „Alexandru Ștefulescu”, a fost realizat un parteneriat cu oficialitățile culturale din Vârșeț (Vrsac), cu Muzeul din Vârșeț și Centrul Cultural Vârșeț, care s-a concretizat în luna aprilie 2012 într-o amplă manifestare culturală, în cadrul căreia s-au desfășurat: spectacole de folclor susținute de maestrul naiului Gheorghe Zamfir, lansare de carte „Așa grăit-a Brâncuși” de Sorana Georgescu-Gorjan, expoziția de fotografie „Coloana fără sfârșit – Istoria unui simbol național”, precum și prezentarea în ipostază inedită a unor elemente de folclor tradițional românesc de către reprezentanții Muzeului Județean „Alexandru Ștefulescu” din Târgu Jiu.

- în zilele de 18 și 19 martie 2012, la Paris, sub genericul „Brâncuși – un loc în patrimoniul mondial”, s-a desfășurat un important eveniment de informare și promovare, având ca parteneri Ambasada României în Franța, ICOMOS – România, Ministerul Culturii și Patrimoniului Național din România și Institutul Național al Patrimoniului. În urma discuțiilor purtate cu specialiștii UNESCO, aceștia au recomandat întocmirea dosarului de clasare a operei invocând criteriul I din Ghidul Operațional UNESCO (cel al capodoperei de artă cu valoare universală) și au punctat obiectivele ce trebuie urmărite în întocmirea dosarului. Cu această ocazie a fost semnat protocolul oficial de colaborare între ICOMOS România și ICOMOS Franța, de către Sergiu Nistor și Samir Abdulac, reprezentanții celor două instituții.

a.3. cunoașterea activității instituției în/de către comunitatea beneficiară a acesteia

Activitatea Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” se adresează unui grup-țintă foarte larg, începând cu comunitatea locală din Tg-Jiu și continuând cu comunitatea județului Gorj, turiștii români și străini care vin în Gorj sau în județele limitrofe în cadrul unor sejururi propuse de operatorii de turism sau cu excursii organizate, pe trasee culturale sau de alt tip, precum și vizitatorilor ocazionali, aflați în trecere prin municipiul Tg-Jiu.

Pentru târgujieni și gorjieni, programele instituției au fost făcute cunoscute prin intermediul conferințelor de presă organizate de Primăria Municipiului Târgu Jiu și din conferințele de presă organizate la sediul instituției. De asemenea, au fost publicate articole în Curierul Primăriei, publicație cu apariție lunară.

Știri și informații mai ample au fost prezentate în emisiuni live la posturile locale de televiziune Antena 1, Tele 3, Gorj TV, la Radio Târgu Jiu. Articole și materiale de presă au apărut, în urma evenimentului de la Vârșeț, pe posturile locale de televiziune și în publicații din Serbia.

Spectacolele de divertisment sau evenimentele cu impact deosebit au fost promovate prin diferite mijloace (mass-media, afișare outdoor, pagina de facebook sau site-ul instituției), astfel că un public numeros a participat, de exemplu, la spectacolul de balet și muzică clasică „Măiastra” din 19 februarie 2012, demonstrând astfel „foamea” de spectacole având o ținută artistică deosebită, a publicului târgujan. O audiență deosebită au avut și spectacolele de muzică clasică susținute de trupa Distinto, în mai 2011 la Masa Tăcerii din Parcul Central și în mai 2012 la Sala Sporturilor din municipiu. De altfel, valorificarea spațiului de mare vibrație spirituală de pe Calea Eroilor se poate face extrem de bine (și în beneficiul publicului spectator) prin spectacole de ținută, promovând muzica și cultura clasică.

Începând cu anul 2001, CMCCB a derulat zece ediții ale Simpozionului/taberei de sculptură cu participare națională și internațională, în cadrul cărora au fost realizate 76 de opere de artă. Acestea au fost amplasate în diferite locuri din oraș, urmărindu-se îmbogățirea estetică a spațiilor verzi, a cartierelor de locuințe, a parcurilor și scuarurilor. Cu fiecare ediție, zestrea artistică a municipiului s-a îmbogățit, iar târgujienii au posibilitatea să observe și să cunoască stiluri artistice diferite, provenind din țări și culturi diferite. Este de menționat participarea constantă a sculptorilor japonezi pe parcursul a șase ediții consecutive (2001 – 2006), la recomandarea Asociației de prietenie româno-japoneze. Au mai creat opere monumentale la Târgu-Jiu sculptori din Grecia, Germania, Spania, Italia, Bulgaria, Serbia, Egipt. Toate acestea au fost donate Primăriei Târgu-Jiu.

O ofertă specială a Centrului Brâncuși pentru comunitatea locală, în special pentru specialiștii din domeniul artei și literelor, o reprezintă biblioteca aflată la sediul CMCCB, care deține peste 1500 de volume, dintre care 50 de strictă specialitate, din domeniul brâncușologiei, care pot fi consultate la cerere.

O modalitate importantă de promovare a activității CMCCB o reprezintă Centrul de informare turistică din Parcul Central, care funcționează și ca magazin de suveniruri (cf. DEX!). Aici sunt oferite turiștilor informații despre viața și opera lui Constantin Brâncuși, în limbile română, engleză, franceză și pot fi difuzate – la cererea turiștilor – filme de prezentare.

Site-ul instituției, www.centrulbrancusi.ro, lansat la începutul anului 2011, reprezintă una dintre căile cele mai accesibile de contact cu iubitorii de Brâncuși, cu turiștii interesați să viziteze operele din Tg-Jiu, precum și cu cei mai activi internauți, în marea lor majoritate, tineri. Pe site sunt prezentate în ordine cronologică evenimentele organizate de Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”, publicații, critică și exegeze, multimedia etc. Conform Google Analytics Dashboard Widget, în perioada martie 2011 – septembrie 2012, site-ul instituției a avut peste 5000 de vizitatori.

Pagina de facebook a Centrului Brâncuși este deosebit de apreciată, arătând un interes permanent atât al moderatorilor care postează informații, cât și al celor peste 2800 de prieteni ai instituției, ale căror like-uri însoțesc fiecare postare.

Un mare aflux de beneficiari târgujieni – elevi, profesori – s-a înregistrat la Centrul de informare turistică în „Săptămâna altfel”, program al școlii românești destinat activităților non-formale și valorizării competențelor în diverse domenii. Grupurile de elevi, însoțite de cadre didactice, au fost programate la Centrul de informare, unde au fost prezentate informații bogate despre viața și opera lui Constantin Brâncuși, precum și filmul documentar „Brâncuși”, realizat cu sprijinul Ministerului Culturii și Cultelor.

Din aceeași categorie a modalităților de promovare a CMCCB a făcut parte și publicitatea brand-ului, cu ocazia evenimentelor organizate de instituție, prin bannere și roll-up-uri afișate la locul desfășurării evenimentelor, mape și pixuri personalizate, diplome și trofee personalizate acordate participanților sau premianților.

Cu toate acestea, nu există o evaluare statistică a nivelului de cunoaștere a activității CMCCB de către beneficiari, lucru ce trebuie luat în calcul de către viitorul manager al instituției. Se impune, deci, realizarea unor măsurători de specialitate, prin metode specifice de evaluare (sondaje, chestionare, legături tip feed-back cu tour-operatorii din municipiu și județ), care pot conduce la adoptarea unor măsuri de îmbunătățire a vizibilității și de cunoaștere a ofertei instituției.

a.4. acțiuni întreprinse pentru îmbunătățirea promovării/ activității de PR/ de strategii media

Piața media din Gorj beneficiază de un număr mare de posturi de radio și televiziune, de cotidiene și săptămânale care pot oferi, în principiu, spații destul de generoase pentru promovarea activităților culturale. Din păcate, acestea se rezumă la nivel de știre.

Grila de programe a celor șase televiziuni locale (Tele 3, Acces TV, Antena 1 Tg-Jiu, Gorj TV, RTV, TV Sud) cuprinde, în acest moment, două emisiuni cu specific cultural („Cine-a fost odată-n Gorj” la Gorj TV și „Arcade” la TV Sud), iar dintre cele trei posturi de radio (Radio Tg-Jiu, Radio Omega și Radio Infinit) doar primul promovează o temă legată de fenomenul cultural în cadrul emisiunii „*Altfel despre istorie*”. Fără nicio excepție, toate posturile de radio și televiziune difuzează emisiuni folclorice, apreciate în mod deosebit de un public larg în zona Gorjului.

În ceea ce privește presa scrisă, există aproximativ 15 ziare, dintre care 6 cotidiene locale și regionale. În atare condiții, trebuie să constatăm că activitatea Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” a beneficiat, totuși, de o mediatizare constantă, articole mai succinte sau mai ample apărând lunar în cotidienele și săptămânalele locale.

Din noiembrie 2011, de când se efectuează monitorizarea presei de către consilierul de specialitate al Centrului „Brâncuși”, au fost înregistrate aproximativ 30 de articole în perioada noiembrie – decembrie 2011 și peste 50 pe parcursul anului 2012.

Temele predilecte, care au fost preluate de marea majoritate a vectorilor de media, s-au concentrat pe repatrierea osemintelor brâncușiene (8 articole), un serial preluat din spațiul virtual, referitor la femeile din viața lui Brâncuși, precum și aspectele legate de demisia managerului și schimbarea conducerii instituției. Alte teme, atunci când semnatarii au fost oameni de cultură și litere, au vizat situația Ansamblului de la Tg-Jiu, artefactele și falsurile brâncușiene, starea unor opere mai puțin cunoscute ale lui Brâncuși, existente la Tg-Jiu, la care s-au adăugat relatări privind

atitudinea și poziția miniștrilor culturii prezenți în capitala Gorjului în ultimul an, referitor la restaurarea operelor.

Articole și materiale de presă au apărut, în urma parteneriatului și a acțiunilor derulate cu comunitatea românească din Vrșeț, pe posturile locale de televiziune și în publicații din Serbia.

În general, atitudinea mass-media locale este neutră, uneori pozitivă, și doar într-o singură publicație online, constant negativă.

Studiile de specialitate arată că, în absența unei legături constante cu mass-media și a furnizării periodice de informații privind activitatea unei instituții, se poate ajunge la interpretări negative și la o percepție a organizației ca fiind lipsită de activitate, netransparentă și chiar ineficientă. Tocmai pentru a contracara o astfel de percepție, a fost elaborată strategia de comunicare a instituției, dar care nu a fost pusă în aplicare cu toate componentele sale.

Se impune o definiție urgentă a misiunii instituției, a unui logo care să devină emblema instituției și a manualului de identitate vizuală.

O sursă reală, obiectivă și foarte rapidă de informare cu privire la modul în care instituția, dar și administrația locală răspunde așteptărilor beneficiarilor, în special ale turiștilor, o reprezintă Cartea de onoare a CMCCB, unde sunt invitați să-și scrie impresiile turiștii care vizitează punctul de informare și magazinul de suveniruri din Parcul Central. Este de observat că majoritatea acestor însemnări succinte și care corespund primei impresii pe care orașul și parcul o lasă asupra vizitatorilor, este pozitivă.

De foarte mare utilitate s-au dovedit, în cursul anului 2012 și, mai ales, în perioada verii, materiale de promovare realizate în cadrul proiectului cu finanțare prin Programul Operațional Regional 2007-2013, *Redescoperă Gorjul*. Cele cinci tipuri de pliante, hărțile, CD-urile, insignele, brelocurile, stegulețele au fost distribuite gratuit prin magazinul CMCCB și au fost foarte bine primite de către turiști. De altfel, participarea Gorjului la târgurile de profil din prima perioadă a anului 2012 și distribuirea materialelor respective cu această ocazie a adus numeroși turiști în Gorj.

Pe baza datelor statistice furnizate de către D.J.S. Gorj, se poate aprecia că, pe de o parte deschiderea șoselei Transalpina, cea mai înaltă șosea asfaltată din țară, iar pe de altă parte, promovarea județului în cadrul proiectului mai sus amintit, au condus la o creștere a aflului de turiști cu aproximativ 25 - 30% față de perioada similară a anului trecut.

În contextul dezvoltării prezenței instituției pe internet, o dată cu lansarea site-ului www.centrulbrancusi.ro în cadrul Programului Brancusi@na în luna martie 2011, au fost repuse în funcțiune camerele video montate la *Masa Tăcerii*, *Poarta Sărutului* și *Coloana fără Sfârșit*, cu transmisie live pe internet, link-urile fiind preluate atât pe site-ul Jurnalului Național, al unor publicații locale, cât și pe alte site-uri:

www.jurnalul.ro/webcam

http://www.mobotix.ro/ro/camere_supraveghere_js_1203.html

<http://www.web-cam.ro>

<http://www.netcam.ro>, <http://ro.webcams.travel/webcam>

În parteneriat cu RCS – RDS și ROMTELECOM au fost instalate și puse în funcțiune la sediul Centrului Municipal de Cultură emițătoare WI-FI pentru acoperirea cu semnal wireless de internet a Parcului Central în vederea oferirii de servicii gratuite de internet turiștilor care vizitează Ansamblul Monumental "Calea Eroilor".

Pentru a fi eficient în acțiunea de informare a publicului, managerul trebuie să-și elaboreze propria strategie, având în vedere câteva principii:

- scopul informării este de a aduce în fața opiniei publice acele aspecte relevante privind dinamica stării Ansamblului monumental „Calea Eroilor”, urmărindu-se sensibilizarea factorilor de decizie ori a publicului larg cu privire la necesitatea luării unor măsuri, inclusiv de ordin legislativ ori administrativ, pentru stoparea ori reducerea oricăror acțiuni ce ar putea avea efecte negative

asupra operelor;

- finalitatea informării trebuie să fie crearea unui curent de opinie favorabil conducerii administrative a instituției, astfel ca publicul larg să identifice munca de management cu o muncă activă în domeniul social;

- informațiile pe care le remitem pentru a fi publicate trebuie să fie accesibile publicului.

Dintre mijloacele la care poate apela managementul instituției pentru informarea publicului, enumerăm:

- amenajarea unui panou electronic, a unor fotomontaje la sediul Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” și la Centrul de informare, realizarea de pliante, albume, diferite materiale documentare disponibile pentru publicul-țintă în aceleași spații, precum și la celelalte instituții de cultură din municipiu, site-ul oficial împărțit pe domenii de interes, studio de film și televiziune etc.;

- menținerea legăturii directe pe rețelele de socializare, ca fiind una dintre cele mai eficiente și rapide metode de comunicare - contul de facebook „Centrul Brâncuși” a fost lansat în martie 2011;

- organizarea de spectacole, dezbateri, mese rotunde, expoziții, reviste și publicații, a unui studio de film și televiziune etc.

a.5. reflectarea instituției în presa de specialitate

După cum s-a menționat la punctul anterior, pe plan local presa de specialitate este foarte slab reprezentată. Revistele „Brâncuși” și „Caietele Columna”, după apariția a doar câteva numere, și-au încetat apariția din cauza lipsei susținerii financiare. Centrul Municipal de Cultură a editat, totuși, în parteneriat cu Fundația Culturală Columna două numere ale *Revistei Columna* în care au fost prezentate și evenimentele proprii.

În această situație, pentru o promovare eficientă în mediul cultural național, se apelează la reviste cu acoperire națională, la posturile de radio și televiziune naționale, după cum se poate vedea în enumerarea următoare:

↓ Apariții în reviste naționale de cultură

- “Scrisul Românesc” iunie 2011

(http://www.revistascrisulromanesc.ro/work/reviste/sr_10_2011.pdf)

- “Contemporanul” 10 septembrie 2011

(<http://www.contemporanul.ro/numar.php?idnumar=4>)

- “Curierul Național” – 10 august 2011

(<http://www.curierulnational.ro/Specializat/2011-08-10/Afaceri+dubioase+in+jurul+lui+Brancusi>)

↓ Apariții în reviste de cultură on-line:

www.modernism.ro – 22 august 2011

[www.radiocultura](http://www.radiocultura.ro) - 19 august 2011

[www.artavizuala21](http://www.artavizuala21.ro) – 19 august 2011

↓ Intervenții în programe radio: Radio România Cultural, Radio România Actualități, Radio „Oltenia” Craiova.

↓ Participare emisiuni TV naționale:

- Realitatea TV – „Stradă, școală și spital”;

- Antena 3 – „În premieră”;

- Pro TV – Știrile PROTV.

În luna mai a anului 2012 s-a încheiat un parteneriat strategic cu Societatea Română de Radiodifuziune, activitățile CMCCB putând beneficia de promovare pe posturile Radio România (RR Cultural, RR Actualități, RR Internațional și RR Regional).

În perioada rămasă din anul 2012 și, în continuare, în 2013 – 2015, trebuie avută în vedere reluarea editării revistei de specialitate a Centrului „Brâncuși”, ca forum de exprimare a opiniilor

oamenilor de specialitate și ca un spațiu permanent destinat creațiilor literare de care este absolută nevoie în municipiul Tg-Jiu, dacă se vrea conturarea și impunerea acestuia în conștiința publicului românesc ca un oraș cultural, asemenea altor orașe cu emblemă culturală din România.

a.6. profilul/portretul beneficiarului actual

Proiectele culturale ale Centrului, datorită specificului și atribuțiilor profesionale ale instituției, au două categorii de beneficiari:

- a) direcți: specialiști în brâncușologie, specialiști în conservare și restaurare, instituții publice de cultură, oameni de cultură, artiști plastici, turiști, vizitatori, iubitori de artă;
- b) indirecti: membrii comunității locale.

Conform raportului de management pe anul 2011, precum și a rezultatelor activităților derulate în primele opt luni ale lui 2012, profilul beneficiarilor, pe categorii de activități, a fost:

a.6.1. în domeniul protejării, conservării și punerii în valoare a Ansamblului Monumental "Calea Eroilor" – aproximativ 19.675 persoane;

↓ comunitatea specialiștilor în brâncușologie

- au participat la programul "Brâncușiana" din februarie 2011 aproximativ 100 persoane;

- în februarie 2012, la simpozionul organizat în parteneriat cu Fundația Brâncuși, au participat, de asemenea, aprox. 50 de specialiști;

- în februarie 2012, la evenimentul de informare și promovare de la Ambasada României din Paris au participat aprox. 15 specialiști, cărora li se adaugă alți 40 de iubitori de artă;

- alte prezentări directe în străinătate în anul 2011 – 300 persoane;

↓ iubitori de artă, susținători din țară și străinătate

- în mai 2012, la Vârșeț, la Evenimentul Brâncuși, au participat peste 120 de persoane doar la lansare (sârbi și etnici români din Voivodina), cărora li s-au alăturat alte câteva sute care au vizitat expoziția;

- expoziția „Istoria unui simbol național – Coloana fără sfârșit” a adunat peste 500 de persoane la cele două prezentări de la Universitatea Ștefan cel Mare din Suceava și de la Casa Pogor din Iași;

- expoziția Constantin Brâncuși de la Palatul Parlamentului European, din 3-4 iulie a.c. a fost vizitată de aprox. 150 de persoane, iar peste 700 de europarlamentari au primit materiale despre Ansamblul Monumental de la Tg-Jiu – DVD-uri cu filmul realizat de Doina Lemny, în colaborare cu Antena 3;

- prin crearea site-ului instituției și prin activitatea pe Facebook, în anul 2011 au fost înregistrați aprox. 4000 de beneficiari, cărora li s-au alăturat alți 5000 în prima jumătate a anului 2012.

↓ turiști și vizitatori ai Ansamblului Monumental "Calea Eroilor"

- persoane care au solicitat informații turistice și suveniruri – aprox. 4.800 în 2011 și aprox. 3500 de persoane în primele 9 luni ale anului 2012;

a.6.2. în domeniul organizării evenimentelor locale, inclusiv cele în co-participare (evenimente proprii, Zilele Orașului, festivaluri etc.)

↓ artiști plastici

- Simpozionul Internațional de Sculptură „Brâncușiana”, edițiile 2011 și 2012, expozițiile de pictură și sticlă de la Tg-Jiu și București – 16 persoane;

↓ vizitatori ai expozițiilor, iubitori de artă, membri ai comunității locale participanți la evenimente: 60.000 persoane.

Menționăm că beneficiarii acțiunilor și manifestărilor organizate de CMCCB nu sunt plătorii de bilete, accesul la actul artistic făcându-se direct, în spațiul deschis.

Din analiza solicitărilor turiștilor care se adresează Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” Tg-Jiu, prin cele două locații ale sale, respectiv Centrul de informare și documentare și magazinul de suveniruri, rezultă că vizitatorii Tg-Jiului și Gorjului sunt interesați,

după vizitarea Ansamblului brâncușian, de informații cu privire la alte obiective turistice de pe teritoriul Gorjului (peșteri, mănăstiri, monumente etc.), de posibilități de petrecere a timpului liber, de diversificarea ofertei de suvenire, precum și de informații cu privire la legăturile rutiere, feroviare sau chiar pedestre cu județele vecine.

Majoritatea informațiilor existente sunt disponibile pe internet, însă nu există certitudinea că acestea ar fi actualizate permanent, de aceea este necesară crearea unei baze generale de informații la nivelul unui centru național de informare și promovare turistică în Târgu Jiu, actualizată permanent de specialiștii instituției. Pe lângă site-urile funcționale ale Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” – www.centrulbrancusi.ro, www.coloanafarasfarsit.ro - până în prezent au fost deja achiziționate și se află în construcție alte câteva domenii care vor putea conduce persoanele interesate direct la informațiile și datele despre Ansamblul Monumental de la Tg-Jiu, precum și la alte informații de interes general: www.masatacerii.ro, www.poartasarutului.ro, www.brancusi.arts.ro, www.brancusi.eu (domeniu pentru turiștii străini), www.revistabrancusi.ro.

a.7. beneficiarul - țintă al activităților instituției

În perioada ianuarie 2011 – septembrie 2012 a fost efectuată estimarea variației fluxului lunar de turiști, având ca indicator vânzarea publicațiilor informative despre Ansamblul Monumental „Calea Eroilor” și a suvenirelor. La numărul aproximativ al cumpărătorilor, se adaugă cca. 30% persoane care nu cumpără. Rezultatele (empirice) ale monitorizării sunt prezentate în următorul tabel:

Nr. turiști	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
2011	121	20	228	602	940	882	1096	1700	820	620	303	120
2012	65	100	183	466	770	737	1216	1208	828	-	-	-

Analiza cifrelor ne indică, paradoxal, o scădere a numărului de turiști, în condițiile în care tendința generală a fost de creștere la nivelul tuturor unităților de cazare și de alimentație publică din Gorj, o dată cu deschiderea șoselei Transalpina. O creștere a numărului de vizitatori s-a putut observa și pe traseul Căii Eroilor, dar numărul mai mic de cumpărători din magazin se poate explica prin interesul scăzut al acestora față de produsele existente, dar și prin apariția acelor grupuri de turiști care sunt interesați mai mult de vizitarea obiectivelor și mai puțin de cumpărături. O concluzie pertinentă se va putea trage doar în condițiile efectuării unor măsurători specializate, în conformitate cu criteriile statistice.

Așa cum se arată în *Ghidul practic de planificare strategică în domeniul artelor*, autor Michael M. Kaiser, foarte puține organizații culturale își comercializează produsele către grupuri omogene, așa că nu vor exista răspunsuri simple la nicio întrebare ridicată în timpul cercetării. Este important să înțelegem nevoile și dorințele fiecărui grup de cumpărători sau fiecărei nișe. rezultatele unei cercetări a audienței/vizitatorilor trebuie folosite cu grijă.

Comparativ cu ultimul raport/2011, pe termen scurt, atenția managerului trebuie să se îndrepte către următoarele categorii de beneficiari:

- comunitatea oamenilor de artă și litere din municipiu, a căror percepție față de Centrul „Brâncuși” a devenit, oarecum, contradictorie în prima jumătate a anului 2012; odată atrași în cadrul dezbaterilor și meselor rotunde organizate periodic, precum și în calitate de colaboratori la revista Centrului „Brâncuși”, aceștia pot fi utilizați ca vectori de imagine, de schimbare pozitivă a percepției generale în rândul publicului de specialitate;

- comunitatea de prieteni de pe paginile de socializare, al cărei interes crescut trebuie menținut prin postări constante, cu informații inedite și cu răspunsuri prompte la întrebările acestora;

- elevi și cadre didactice din școlile și liceele municipiului, precum și cei din județ; în cadrul

parteneriatelor încheiate cu instituțiile de învățământ, aceștia participă în mod programat (*Săptămâna Altfel*) la vizitarea Ansamblului Monumental și pot fi atrași la activități diverse ale CMCCB;

- organizații studentești din municipiu.

Pe termen mediu și lung este important să se identifice interesul și așteptările categoriilor mari de beneficiari ai activităților CMCCB, și anume:

- turiști români și străini, pe categorii de vârstă;
- comunitatea locală, la nivel de municipiu și județ;
- ONG-uri și voluntari care se pot alătura activităților Centrului „Brâncuși” și care pot susține anumite acțiuni, pe bază de parteneriat și reciprocitate.

Pentru evidența participărilor la evenimente, se va introduce un sistem de numărare pe bază de pliante, fly-ere, broșuri, ecusoane. Rolul acestora va fi dublu, va permite evaluarea numărului de participanți, dar, în același timp, vor funcționa ca noi instrumente de promovare a imaginii și logo-ului instituției. În acest fel, pe termen lung vor putea fi atrași noi beneficiari de servicii.

a.8. descrierea modului de dobândire a cunoașterii categoriilor de beneficiari

Având în vedere că beneficiarul major al activităților CMCCB este comunitatea târgujană, portretul-robot al acesteia este dat, desigur, de datele existente la nivelul Direcției Județene de Statistică Gorj, din care rezultă structura, pe vârstă, sex, instruire, categorie socio-profesională a populației municipiului Tg-Jiu. Conform acestor date, femeile dețin un procent mai mare decât bărbații (50,5%), iar pe categorii de vârstă, populația între 20 și 60 de ani ocupă aproximativ 67% din total, fiind de naționalitate română (99%) și ortodoxă (98,8%).

Structura și categoriile de vizitatori ai Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” au fost observate empiric, fie cu ocazia oferirii de informații turistice, fie la magazinul de suvenir. Astfel, turiștii care au vizitat ansamblul brâncușian în vara anului 2012 au fost, în mare majoritate români, aparținând unor categorii de vârstă diferite: fie grupuri organizate, de copii și tineri, fie familii aflate în concediu, care au sosit în Gorj venind dinspre Vâlcea, Severin sau Rânca, pe Transalpina. O categorie fidelă de turiști o reprezintă cei din zona Olteniei, în special județul Dolj, care își petrec sfârșitul de săptămână în partea de nord a Gorjului.

În ce privește turiștii străini, se pot enumera câteva grupuri organizate din Germania, Bulgaria, Turcia, Comunitatea europeană, precum și numeroase familii, de la cei tineri, cu venituri și pretenții modeste, la cei de vârstă medie (40-50 de ani), însoțiți de familie sau pensionari (peste 65 de ani), al căror timp liber le permite să solicite informații mai multe.

Toate aceste categorii trebuie identificate și analizate prin culegerea de date, pe bază de sondaje și chestionare, prin intermediul unui operator specializat. Informațiile respective vor fi foarte utile atât în modelarea activităților Centrului „Brâncuși” în funcție de așteptările turiștilor, cât și în cunoașterea tipului de vizitator sau turist către care trebuie să se îndrepte și oferta agenților economici din domeniul cazării, alimentației publice sau turismului.

a.9. utilizarea spațiilor instituției

Spațiile administrate de instituție sunt:

- Sediul din B-dul Constantin Brâncuși nr. 12 A - birouri;
- Punctul de informare turistică din Parcul Central; spațiul este folosit ca loc de prezentare a informațiilor și ofertelor turistice, spațiu de expunere pentru publicații tematice, pliante și broșuri, suvenir (cf. *DEX!*) pentru turiști. Este amenajat, de asemenea, un spațiu expozițional unde sunt prezentate tablouri realizate de artiștii participanți la taberele de pictură organizate de CMCCB, alternativ cu Expoziția de fotografie “Istoria Coloanei fără sfârșit”.

În anul 2012 a fost încheiat un parteneriat cu Asociația Profesioniștilor în domeniul Artelor Vizuale din Gorj (UAPR Gorj), pentru utilizarea spațiului de expunere de la Galeria Artiștilor Plastici

din str. Traian nr. 7 pentru lansări de carte, expoziții ș.a.

Spațiile au fost organizate și întreținute corespunzător și utilizate la capacitate.

Analizând fluctuația vânzărilor pe parcursul celor 12 luni ale lunii, este evidentă o scădere accentuată în lunile ianuarie, februarie, martie, noiembrie și decembrie. Ceea ce indică și o folosire ineficientă a spațiului destinat vânzării de produse de informare și suvenir. Pentru aceste perioade, trebuie urmărită organizarea de manifestări, expoziții, lansări de carte sau alte evenimente care se pot adapta spațiului destul de restrâns al Centrului de informare. De asemenea, se pot realiza proiecții de filme și sesiuni de informare pentru grupuri de elevi.

a.10. propuneri de îmbunătățiri a spațiilor: modificări, extinderi, reparații, reabilitări, după caz.

Reabilitări:

- în martie 2011 a fost efectuată o reabilitare a sediului instituției prin executarea lucrărilor de igienizare, reparații și zugrăvire fațadă, reparații și zugrăvire interioare, reparații la instalații, reabilitare componente de lemn, rașchetare și lăcuire parchet.

Reparații curente :

- reparații la instalațiile sanitare efectuate în martie 2011 ;
- igienizarea Punctului de informare turistică în mai 2012.

Amenajări :

- la sediul Centrului de Informare Turistică au fost amenajate simeze pentru expunerea tablourilor.

Pentru a diversifica și completa gama de servicii oferite turiștilor și vizitatorilor, a fost depus de către autoritate – Consiliul Local și Primăria Municipiului Tg-Jiu - și se află în evaluare un proiect în cadrul Programului Operațional Regional, Axa prioritară 5, Domeniul major de intervenție 5.3 - Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică, Operațiunea Crearea Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică (CNIPT) și dotarea acestora.

Acest centru de informare va fi amenajat într-o clădire existentă din centrul municipiului, aproape de Parcul Central și de operele brâncușiene.

B. Analiza activității profesionale a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia

b.1. analiza programelor/proiectelor instituției

Anul 2011

1 Proiecte vizând starea de conservare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” și includerea Ansamblului pe Lista Patrimoniului Mondial UNESCO:

o 17 februarie - Sesiune de comunicări „Analiza stării de conservare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”. Comunicatori: prof. dr. ing. Dan Lungu, ing. Helmut Koeber;

o 18 februarie – Necesitatea includerii Ansamblului Monumental Calea Eroilor pe Lista Patrimoniului Mondial UNESCO - Prezentare Sergiu Nistor, președintele ICOMOS România.

o cercetări directe asupra stării de conservare a monumentelor: 7 iulie, 27 septembrie, 27 octombrie - cercetarea suprafețelor modulelor Coloanei fără Sfârșit, a Porții Sărutului, întocmirea proiectelor de intervenție urgentă.

o program de scanare, fișare și arhivare a documentelor și documentațiilor referitoare la starea de conservare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” și la restaurările efectuate până în prezent, cu obiectivul de a realiza o bază de date completă și comună, împreună cu Direcția Județeană pentru Cultură și Patrimoniu Național Gorj.

1 Proiecte proprii privind cultivarea și promovarea valorilor culturale autentice

- 17 – 19 februarie - „Brâncușiana”, simpozion de comunicări;
- 16 martie - slujbă de comemorare a lui Brâncuși la Biserica “Sfinții Apostoli Petru și Pavel”, Târgu Jiu ;
- 17 martie 2011 – comunicări neconvenționale „Brâncuși cel fără de sfârșit” ;
- 20 mai - concert extraordinar la Masa Tăcerii - DISTINTO și Daniela Vlădescu;
- 21 mai - lansare de carte « Așa grăit-a Brâncuși » de Sorana Georgescu Gorjan ;
- 19 august – 9 septembrie - Simpozionul de sculptură « Brâncușiana ». Au participat sculptorii Popescu Paul, Duicu Valentin, Grigore Mihnea, Mihai Balko, Barzu Eugen, Russu Liviu, Bândărau Neculai ; critic de artă Luiza Barcan ;
- 9 septembrie - Lansare de carte « Sterilet » de Carol Hârșan;
- 9 septembrie – Ziua artelor vizuale:
 - vernisaj expoziție « Stare de spirit» - ulei pe pânză și artă digitală dual view. Eveniment realizat în parteneriat cu Universitatea « Ștefan cel Mare » din Suceava și « Tonitza Art Group »;
 - vernisaj Simpozion de sculptură « Brâncușiana » 2011
- 28 octombrie - « Istoria unui simbol național », expoziție de fotografie din arhiva Sorana Georgescu Gorjan despre construcția Coloanei fără sfârșit ;
- 28 octombrie - « Trecut-au anii », recital de poezie eminesciană și muzică cu Ion Caramitru și Aurelian Octav Popa ;
- 19 noiembrie - prezentare “Brâncuși” și cartea “Așa grăit-a Brâncuși” de Sorana Georgescu Gorjan la Centrul Cultural din Vrșeț – Serbia.
- 15 decembrie - « Gala premiilor internaționale Brâncuși » – laureați : Sorana Georgescu Gorjan și Alain Seban, președintele Centrului Pompidou Paris ;
- 15 decembrie - concert Vlad Miriță și lordache Basalic (Opera Română), Formația de cameră Lyra Gorjului & Filarmonica « Oltenia » Craiova.

¶ Programul editorial

- 18 februarie – lansare « Caietele Columna1 » ;
- martie - editarea albumului turistic Ansamblul Monumental «Calea Eroilor» ;
- 28 octombrie - lansarea broșurii « Istoria unui simbol național – Coloana fără sfârșit »;
- noiembrie - producția DVD-ului turistic « Ansamblul Monumental Calea Eroilor – Târgu Jiu »;
- 15 decembrie - lansare « Caietele Columna 2».

¶ Proiecte realizate ca partener/coproducător

- 18 februarie - expoziție de carte – Ediții „Constantin Brâncuși” publicate de Scrisul Românesc, vizitarea casei memoriale „Constantin Brâncuși” de la Hobița;
- 19 februarie - vernisajul Salonului Internațional de Sculptură, ediția a VII-a;
- 17 martie – vernisajul expoziției naționale de artă plastică „Brâncușiana copiilor”;
- 19 martie - slujbă de pomenire C. Brâncuși la Mănăstirea Polovragi;
- 18 – 22 mai - Zilele Municipiului Târgu Jiu;
- 15 iunie - spectacol “Vara micilor vedete”;
- 8 – 10 august - Festivalul național de Folk și Baladă „Poarta Sărutului”;
- 1 decembrie - Ziua Națională a României.

Parteneriate cu Teatrul Dramatic „Elvira Godeanu” (teatrul a asigurat regia tehnică și scenografia spectacolelor, precum și echipamentele tehnice necesare):

- "Brâncuși cel fără de sfârșit" – comunicări neconvenționale și lansarea site-ului www.centrulbrancusi.ro, acțiune la care au mai fost partenere Colegiile Naționale "Tudor Vladimirescu" și "Ecaterina Teodoroiu";
- Spectacol la Masa Tăcerii – Concert al grupului de tenori Distinto și Daniela Vlădescu;
- Spectacolul "Trecut-au anii" cu Ion Caramitru și Aurelian Octav Popa;
- Gala Premiilor Internaționale Brâncuși.

Parteneriate cu Școala Populară de Artă Târgu Jiu, Lyra Gorjului, Filarmonica din Craiova:

- Gala premiilor internaționale Brâncuși - concert de muzică clasică;
- Festivalul național de folk și baladă "Poarta Sărutului".

Parteneriate cu Muzeul Județean "Alexandru Ștefulescu":

- Ziua artelor vizuale - expoziția de pictură "Stare de spirit", eveniment la care au fost, de asemenea, parteneri și Universitatea "Ștefan Cel Mare" din Suceava și "Tonitza Art Group".
- asigurarea materialelor promoționale și publicațiilor "Brâncuși" la Casa memorială "Constantin Brâncuși", obiectiv administrat de Muzeul Județean "Alexandru Ștefulescu".

Parteneriatul cu Uniunea Artiștilor Plastici din România și cu UAP, filiala Gorj:

- Simpozionul de Sculptură "Brâncușiana";
- Salonul Internațional de sculptură;
- Brâncușiana Copiilor;
- Prăvălia lui Costache - expoziție permanentă de pictură de la Centrul de informare Turistică din Parcul Central.

Alți parteneri:

- Universitatea "Constantin Brâncuși" din Târgu Jiu, Asociația Pro Vertical, Lafarge România - în organizarea Simpozionului de Sculptură Brâncușiana;
- Editura Scrisul Românesc - pentru publicarea volumului "Așa grăit-a Brâncuși" de Sorana Georgescu Gorjan;
- Fundația culturală Columna din Târgu Jiu;
- Protoieria Târgu Jiu și Forumul Cultural din Râmnicu Vâlcea.

1 Proiecte în turism

- o 27-30 mai - « Târgu Jiu, orașul lui Brâncuși » - conferințe de prezentare Agenția « Danubius » Budapesta, Ungaria;
- o au fost realizate machetele panourilor ce urmează a fi amplasate la intrările în oraș, și machetele direcționale ce urmează a fi amplasate la principalele intersecții de străzi din Târgu Jiu, proiectele fiind înaintat spre execuție.

Anul 2012

1 Proiecte vizând starea de conservare a Ansamblului Monumental "Calea Eroilor" și includerea Ansamblului pe Lista Patrimoniului Mondial UNESCO

- o 7 – 8 martie - parteneriat cu ICOMOS România și International Partner Buro SRL pentru o ridicare topo 3D prin metoda scanării laser a obiectivelor ce formează Ansamblul Monumental „Calea Eroilor”, în vederea observării stării de conservare a acestuia;
- o 18 – 20 martie - „Brâncuși – un loc în patrimoniul mondial” la sediul UNESCO și la Ambasada României de la Paris, proiect dedicat înscrierii Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” pe Lista Patrimoniului Mondial UNESCO. Partenerii acestui proiect: Ambasada României în Republica Franceză, ICOMOS România și Delegația Permanentă a României pe lângă UNESCO, Ministerul Culturii și Patrimoniului Național din România și Institutul Național al Patrimoniului.

I Proiecte proprii privind cultivarea și promovarea valorilor culturale autentice

- ianuarie – februarie - Concurs internațional de fotografie “Opera lui Brâncuși de la Târgu-Jiu în cele patru anotimpuri”;
- 19 februarie – Măiastra, spectacol de aforisme, muzică și dans; invitați: Teatrul de balet Sibiu și Fonetic WindQuintet;
- 3 mai - Evenimentul „Brâncuși” la Universitatea “Ștefan cel Mare” din Suceava;
- 5 mai - Expoziția de fotografie „Istoria unui simbol național – Coloana fără sfârșit”, cartea „Așa grăit-a Brâncuși” a doamnei Sorana Georgescu Gorjan și o expunere despre Ansamblul Monumental „Calea Eroilor” de la Târgu Jiu la Muzeul Literaturii Române „Casa Pogor” din Iași;
- 24 mai – Spectacol al grupului de tenori “Distinto” la Masa Tăcerii/ Sala polivalentă din Tg-Jiu;
- 1 iunie - vernisajul expoziției de pictură „Notițe de pe suprafața pământului”, la Muzeul Județean Gorj;
- 3 iulie - expoziția “Notițe de pe suprafața pământului”, Sala “Constantin Brâncuși” a Parlamentului României; expozanți: pictorul sârb Ratko Lalic și artistul sticlar gorjean Mihai Țopescu; parteneriat cu Camera Deputaților, Serviciul pentru ambientare și expoziții;
- 1 – 24 august - Simpozionului Internațional de Sculptură „Brâncușiana”, ediția 2012, în colaborare cu Uniunea Artiștilor Plastici din România, Filiala Gorj a UAP, Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu, Colegiul Tehnic „Ion Mincu” și Societatea Română de Radiodifuziune.

I Proiecte realizate ca partener/coproducător

- ianuarie – martie - Concursul Național de Arte Vizuale “Brâncușiana Copiilor”, Ediția a X-a, în parteneriat cu Inspectoratul Școlar Județean Gorj, Muzeul Județean “Alexandru Stefulescu”;
- 16 februarie - Expoziția “Brâncuși văzut de graficieni străini și români”;
- 16 februarie – lansare album „Destăinuirii”, autor Ana Daria Ionescu (Haidău);
- 16 martie - comemorarea a 55 de ani de la trecerea în neființă a lui Constantin Brâncuși; parteneriat cu Fundația „Casa Brâncuși” – Hobița, Universitatea „Constantin Brâncuși”, Biblioteca Județeană „Christian Tell”, Grupul Școlar Industrial „Constantin Brâncuși” Peștișani, Primăria și Consiliul Local Peștișani;
- 10 – 12 august - a XI-a ediție a Festivalului Național de folk și baladă “Poarta Sărutului”, organizat de Primăria și Consiliul Local Tg-Jiu, Consiliul Județean Gorj, Școala Populară de Artă, Centrul Municipal de Cultură “Constantin Brâncuși”, CJCPCT Gorj și Teatrul Dramatic “Elvira Godeanu”.

Din prezentarea și analiza proiectelor și programelor instituției până în prezent, reiese o foarte bună și concentrată preocupare față de urmărirea stării de conservare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”, pentru includerea sa în Patrimoniul UNESCO, fapt care ar putea atrage alocarea de fonduri externe pentru conservarea acestuia.

Este important să se continue demersurile începute, ca primă urgență fiind execuția lucrărilor de remediere a deficiențelor de izolație a plăcii de plumb care acoperă Poarta Sărutului, precum și a lucrărilor de refacere a lacului protector de pe suprafața Coloanei fără Sfârșit, conform proiectului întocmit în anul 2011.

Deoarece aceste lucrări, precum și cele de întreținere curentă, curățare și biocidare sunt costisitoare și depășesc posibilitățile de finanțare ale bugetului local al Primăriei Tg-Jiu, este de dorit obținerea unei alocări financiare permanente, anuale, de la bugetul de stat. Astfel, trebuie inițiat un proiect de hotărâre de guvern la Ministerul Culturii și Patrimoniului Național privind alocarea anuală, de la bugetul de stat, a unei sume de bani care să acopere costurile lucrărilor de proiectare, expertizare, conservare, reparare, consolidare, restaurare și punere în valoare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”, monument istoric din clasa A (LMI 2004: GJ-III-m-A-09465.01-06), în conformitate cu art. 39, alin.1 din Legea nr. 422/2001, republicată, privind protejarea monumentelor istorice. În acest fel, se va

evita întârzierea acestor lucrări de conservare și restaurare, cu efecte grave în timp asupra operelor.

De asemenea, în sarcina managementului cade urmărirea în continuare a procedurilor de întocmire a documentației privind includerea Ansamblului pe lista UNESCO, proceduri de lungă durată care impun o colaborare permanentă între Primăria Municipiului Tg-Jiu și Ministerul Culturii, în cadrul unei comisii de specialitate ce va fi desemnată pentru întocmirea respectivei documentații.

Numeroasele activități și manifestări culturale derulate în perioada 2011 – 2012 indică, de asemenea, o preocupare constantă a specialiștilor Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” pentru marcarea datelor cu semnificație în istoria Ansamblului Monumental de la Tg-Jiu, precum și implicarea în cultivarea și promovarea valorilor culturale autentice, atât pe plan local, cât și în cadrul unor schimburi culturale interne și internaționale.

Chiar dacă unul dintre obiectivele CMCCB este integrarea municipiului Tg-Jiu în circuitele naționale și internaționale de turism cultural, acest domeniu a fost mai puțin urmărit și dezvoltat. Activitățile derulate cu scop turistic au fost: elaborarea unui album cu informații turistice despre Ansamblul Monumental „Calea Eroilor”, vânzarea de suvenire și oferirea de informații prin intermediul Punctului de informații turistice din Parcul Central.

Pe lângă menținerea și diversificarea programelor culturale, este foarte importantă o diversificare a serviciilor oferite turiștilor care vizitează Ansamblul. Discuțiile directe cu vizitatorii Punctului de Informare Turistică au scos în evidență necesitatea realizării mai multor materiale informative și a amplasării de panouri indicatoare:

- spre operele brâncușiene, chiar în interiorul Parcului Central,
- plăcuțe informative în apropierea tuturor obiectivelor din Parcul Central (turnul de apă, fântâna arteziană, sediul fostului Muzeu al Gorjului ș.a.),
- o mini-hartă a Parcului Central,
- un pliant cu informații despre Ansamblul Monumental „Calea Eroilor”,
- servicii de ghidaj pentru grupuri mari organizate sau pentru grupuri mai mici,
- pliante cu informații actualizate privind spațiile de cazare, restaurante, cafenele, pizzerii, săli de spectacole,
- o hartă de buzunar cu obiectivele turistice și principalele instituții publice din Tg-Jiu,
- obiecte cu specific local/gorjenesc care pot fi comercializate prin intermediul magazinului ș.a.

Un segment de turiști ale căror solicitări vor trebui avute în vedere în viitor este cel al persoanelor cu dizabilități, pentru care trebuie gândite servicii speciale, prin cooptarea specialiștilor care pot comunica într-un limbaj specific sau cunosc cel mai bine nevoile acestora.

În concluzie, segmentul de servicii turistice, orientate spre satisfacerea solicitărilor vizitatorilor și spre promovarea municipiului ca un ansamblu de obiective care au în centru operele brâncușiene constituie o prioritate a acestui program de management.

b.2. analiza participării la festivaluri, gale, concursuri, saloane, târguri, etc. (în țară, la nivel național/internațional, în U.E., după caz, în alte state)

- 13 iunie 2011 – „Târgu Jiu, orașul lui Brâncuși”, conferință de prezentare la Nis – Serbia, lansare de carte „Așa grăit-a Brâncuși” de Sorana Georgescu Gorjan ;
- 18 noiembrie 2011 - Parteneriat cultural-turistic România-Serbia sub genericul „Patrimoniul cultural – factor de identitate culturală” (Vârșeț – Serbia) ;
- 18-20 aprilie – „Atelierul lui Constantin Brâncuși”, manifestare culturală la Vârșeț, Serbia; co-participare cu Muzeul Județean „Alexandru Ștefulescu” și Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu, în cadrul parteneriatului Vârșeț - Tg-Jiu;
- 3-4 iulie – expoziție “Constantin Brâncuși” la sediul Parlamentului European din Strasbourg; imagini ale operelor existente în Muzeul de Artă de la Craiova și Ansamblul Monumental de la Târgu – Jiu. Două premiere internaționale: lansarea volumului „Brâncuși – dincolo de toate frontierele”, în limba franceză, semnat Doina Lemny și filmul de scurt metraj care prezintă ansamblul sculptural de la Târgu Jiu, realizat de echipa emisiunii „În premieră cu Carmen Avram” de la Antena 3; în parteneriat cu

Grupul Socialiștilor Francezi din P.E. și cabinetul europarlamentarului Victor Boștinăru.

Specificul produsului cultural de bază pe care îl promovează CMCCB, și anume operele brâncușiene care formează Ansamblul Monumental „Calea Eroilor” impune o abordare deosebită în privința promovării, prin comparație cu alte produse culturale (spectacole de teatru, de operă, picturi, sculptură mică, produse editoriale etc.). Aducerea acestor opere mai aproape de public, chiar în condițiile în care ele pot fi văzute oricând, dar numai prin deplasarea în locul unde au fost amplasate de artist, adică la Tg-Jiu, nu se poate face decât prin imagine. Informarea și atragerea vizitatorilor, a turiștilor, trebuie să se facă „la ei acasă”, în localitățile de domiciliu. Chiar dacă majoritatea românilor știu sau au auzit despre cele trei opere monumentale ale lui Constantin Brâncuși (dovadă desemnarea Coloanei fără Sfârșit ca *Simbolul cultural al României* în 2011), nu le-au trecut pe lista de „trebuie văzut”. În aceste condiții, rolul Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” este de a prezenta o ofertă cât mai interesantă potențialilor turiști din țară și străinătate.

Un prim pas s-a făcut prin expoziția itinerantă - „Istoria unui simbol național – Coloana fără sfârșit”, care a fost prezentată la Suceava, Iași și Vârșeț, în colaborare cu instituții de cultură din localitățile respective. Expoziția trebuie să continue și în alte mari orașe ale țării, și chiar în străinătate, ea putând fi completată cu proiecția unui film documentar despre ansamblu, astfel încât să fie stârnit interesul vizitatorilor de a ajunge la Tg-Jiu.

De asemenea, pentru că obiectivul municipalității este de a reține turiștii cât mai multe zile în oraș, cu scopul evident de a obține o creștere a consumului în industria hotelieră și de restaurante, precum și în alte ramuri comerciale, trebuie elaborat un program de evenimente care să se suprapună cu perioada de aflax turistic maxim, respectiv sezonul estival.

În același timp, prin acest proiect de management se propune și stabilirea unor relații inter-instituționale cu diferite instituții culturale din regiunea Oltenia, cu care pot fi realizate parteneriate având ca rezultat crearea unor pachete turistice care să acopere mai multe județe învecinate. Astfel, turiștii ajunși într-unul din județele Olteniei vor afla despre evenimente, manifestări, festivaluri care se desfășoară în aceeași perioadă și în Gorj, ei putând să-și adapteze traseul în funcție de oferta existentă.

b.3 analiza misiunii actuale a instituției

Misiunea actuală a Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” se definește prin trei obiective importante:

- 1) protejarea, conservarea și punerea în valoare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”, realizat de Constantin Brâncuși la Târgu Jiu;
- 2) integrarea municipiului Tg-Jiu în circuitele naționale și internaționale de turism cultural;
- 3) conservarea și transmiterea valorilor morale, artistice și tehnice ale comunității pe raza căreia funcționează, precum și ale patrimoniului cultural național și universal.

Aceste obiective sunt completate cu alte două, care pun accent pe necesitatea creării unui pol de atracție culturală, având în centru municipiul Târgu-Jiu, și pe dezvoltarea schimburilor culturale pe plan județean, național și internațional, având ca scop revitalizarea cercetărilor privind opera lui Brâncuși și apropierea publicului larg de înțelesul acesteia.

Din analiza activității CMCCB din ultimii doi ani, precum și a intervențiilor din mass-media ale oamenilor de cultură, a rezultat existența unei confuzii nedorite privind profilul și mesajul instituției, între preocuparea față de conservarea și promovarea moștenirii brâncușiene și multitudinea de evenimente de diverse facturi care se desfășoară, pe parcursul unui an, sub egida Consiliului Local și Primăriei Tg-Jiu. În atari condiții, autoritatea administrației publice locale a decis separarea activității de bază a CMCCB, aceea de promotor al valorilor culturale autentice, de celelalte manifestări puse, de asemenea, în slujba comunității, dar care nu au un caracter cultural obligatoriu (ex.: Festivalul berii, Târgul de toamnă – Ziua recoltei, Ziua persoanelor de vârstă a treia, Zilele municipiului Tg-Jiu etc.).

În acest fel, este de așteptat ca mesajul instituției să fie din ce în ce mai bine recepționat, atât de oamenii de cultură, cât și de iubitorii de artă, în general, și să fie identificat cu o organizație care

garantează producerea unui act de cultură de calitate. Din acest punct de vedere, manifestările de anvergură națională și internațională, organizate de Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”, s-au bucurat de o apreciere favorabilă la fiecare ediție, fie că a fost vorba de simpozionul sau sesiunile de comunicări „Brâncușiana”, organizate pe data de 19 februarie, fie de simpozioanele/ taberele de sculptură organizate în luna august și ajunse la cea de-a zecea ediție.

Cu privire la simpozioanele naționale sau internaționale de sculptură, la care au participat până în prezent artiști plastici din România și din alte opt țări străine, rezultând 76 de sculpturi monumentale care împodobesc spațiile publice din municipiul Tg-Jiu, este de analizat identificarea unui spațiu mai adecvat amplasării acestor opere, având în vedere că la ultimele două ediții, organizatorii s-au confruntat cu dificultatea de a mai găsi amplasamente corespunzătoare punerii în valoare a creațiilor artistice.

În funcție de situația juridică și urbanistică a terenului, este de luat în calcul amenajarea unui muzeu al sculpturii contemporane fie pe Dealul Târgului (asemănător cu tabăra de sculptură și muzeul existent la Măgura, în județul Buzău), fie pe lângă lacul de acumulare și digul Jiului. Varianta amplasării pe Insula de pe Jiu va trebui amânată, având în vedere exigențele față de investițiile executate cu fonduri europene. În acest fel se pot activa alte zone ale orașului, cu condiția ca amenajarea aceluia spațiu să se facă în concordanță cu destinația, precum și cu asigurarea protecției operelor.

b.4. concluzii

Ce își propune CMCCB?

- ✓ Să protejeze, să conserve și să pună în valoare Ansamblul Monumental „Calea Eroilor”, realizat de Constantin Brâncuși la Târgu Jiu;
- ✓ Să realizeze un pol de atracție culturală regională, având în centru municipiul Târgu-Jiu;
- ✓ Să elaboreze și să implementeze un program, structurat pe termen lung, de integrare a municipiului Tg-Jiu în circuitele naționale și internaționale de turism cultural;
- ✓ Să identifice, să cultive și să promoveze valorile culturale reale: libertatea de creație, libertatea formelor de schimburi culturale, profesionalismul, eficiența, performanța, flexibilitatea, mobilitatea, educarea prin cultură, creativitatea, inovarea, păstrarea identității culturale, răspunderea publică și neutralitatea politică;
- ✓ Să elaboreze proiecte atractive și utile de educație permanentă.

Ce face CMCCB?

- Îndeplinește atribuțiile prevăzute prin Regulamentul de Organizare și Funcționare, aprobat prin H.C.L. nr. 85/24.09.2012;
- Face demersuri, la toate nivelurile, pentru a proteja, conserva și pune în valoare Ansamblul Monumental „Calea Eroilor”;
- Inițiază și organizează evenimente culturale relevante pentru cunoașterea vieții și operei lui Constantin Brâncuși;
- Editează revista culturală „Confesiuni”;
- Participă, în calitate de partener/ co-organizator la manifestări culturale inițiate de alte instituții de cultură din țară sau străinătate;
- Dezvoltă schimburi culturale pe plan județean, național și internațional, având ca scop revitalizarea cercetărilor privind opera lui Brâncuși și apropierea publicului larg de înțelesul acesteia;
- Pentru a-și îndeplini misiunea, produce și distribuie materiale de prezentare și de informare.

Declarația de misiune a CMCCB

Centrul Municipal de Cultură “Constantin Brâncuși”

- o instituție a comunității, în slujba moștenirii Brâncuși, a culturii de calitate și a educației permanente!

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

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

Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” își desfășoară activitatea în conformitate cu Regulamentul de Organizare și Funcționare, aprobat de către Consiliul Local al Municipiului Tg-Jiu. Ultima modificare a acestuia a avut loc prin H.C.L. nr. 85/24.09.2012.

R.O.F. stabilește obiectul de activitate, principalele atribuții definite în raport cu prevederile legale în vigoare, structura de conducere, atribuțiile acesteia, organizarea, funcționarea și subordonarea birourilor și compartimentelor care asigură buna funcționare a instituției.

Organigrama, de tip ierarhic, stabilește subordonarea compartimentelor la director/manager.

Alte acte normative care reglementează activitatea CMCCB:

- Ordonanța de Urgență nr.189/2008, actualizată, privind managementul instituțiilor publice de cultură,
- O.U.G. nr.118/2006 privind înființarea, organizarea și desfășurarea activității așezămintelor culturale, cu modificările și completările ulterioare,
- Legea nr. 53/2003 – Codul Muncii, republicată, cu modificările și completările ulterioare,
- Legea nr. 215/2001, republicată, privind administrația publică locală.

În activitatea sa specifică, CMCCB trebuie să se ghideze după prevederile Legii nr. 422/2001, republicată, privind protejarea monumentelor istorice.

c.2. propuneri privind modificarea reglementărilor interne și/sau ale actelor normative incidente

Regulamentul de Organizare și Funcționare a instituției a fost modificat de curând, prin H.C.L. nr. 85/24.09.2012. A fost modificat numele unuia dintre compartimente, pentru a corespunde mai bine cu activitățile specifice ale personalului și cu noile direcții de dezvoltare stabilite prin R.O.F., iar atribuțiile tuturor compartimentelor au fost revăzute și completate. Astfel, *Compartimentul programe, turism cultural, IT* a fost redenumit *Compartimentul servicii, turism și schimburi culturale*. În conformitate cu R.O.F. aprobat, se vor realiza noile fișe ale postului, în care se va stipula concret faptul că obligațiile personalului din subordine decurg din obligațiile asumate de manager prin contractul de management, pe baza proiectului de management declarat câștigător.

Actuala structură a compartimentelor corespunde realizării atribuțiilor specifice ale CMCCB. Cu toate că organigrama și statul de funcții aprobat prevede 16 posturi, dintre care 15 de execuție, activitatea CMCCB se desfășoară cu doar 9 posturi ocupate. Personalul angajat asigură, prin rotație, și serviciile de informare și de vânzare suvenire la punctul de informare din Parcul central, cu un program zilnic de 8 ore, de marți până duminică. Personalul primește timp liber corespunzător pentru orele lucrate suplimentar. Programul de activitate la punctul de informare scoate din activitatea specifică cel puțin 3 angajați în fiecare lună, câte 8-9 zile. Din acest motiv, ar fi necesară ocuparea a două dintre posturile vacante (după transformarea corespunzătoare) cu personal cu pregătire și experiență în comerț și informare turistică. Dacă legislația va permite deblocarea posturilor din administrația publică, vor fi scoase la concurs și celelalte posturi vacante.

Se va urmări folosirea instrumentelor pentru cuantificarea și evaluarea activității personalului angajat, prin rapoarte de activitate lunare.

c.3. funcționarea instituțiilor delegării responsabilităților: analiza activității

consiliului de conducere, Consiliului de Administrație, propuneri de modificare a limitelor de competențe în cadrul conducerii instituției

În conformitate cu O.U.G. nr.118/2006 privind înființarea, organizarea și desfășurarea activității așezămintelor culturale, directorul instituției este sprijinit în activitate de Consiliul de Administrație, organ colectiv de conducere cu caracter deliberativ, având următoarea componență:

- președinte - directorul Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”;
- membri – 3;
- președintele și secretarul comisiei de cultură;
- secretar – prin rotație, unul dintre membrii consiliului de administrație, numit de președinte.

Consiliul de administrație se întrunește la sediul Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” trimestrial sau de câte ori este nevoie, la convocarea președintelui sau a unei treimi din numărul membrilor săi. Ultima întrunire a CA a avut loc în data de 24 ianuarie 2012.

Până în luna iunie 2012, în componența Consiliului de Administrație au intrat, pe lângă directorul CMCCB, trei consilieri locali, un reprezentant al autorității (din aparatul de specialitate al Primăriei) și contabilul instituției.

În momentul de față, Consiliul de Administrație al CMCCB este incomplet, ca urmare a noii configurații a Consiliului Local al Municipiului Tg-Jiu, rezultate după alegerile locale din 10 iunie a.c. Numirea noului director/manager al CMCCB va trebui să fie urmată de alegerea unui nou Consiliu de Administrație, în prima ședință de consiliu local.

Delegarea de competențe se face prin dispoziția managerului sau prin precizări cuprinse în fișa postului. În absența managerului, atribuțiile acestuia sunt delegate, cu specificarea perioadei, unuia dintre șefii de compartiment. De asemenea, toți angajații – personal contractual – vor avea prevăzută în fișa postului delegarea de competențe, în cazul absenței, către un alt specialist din cadrul compartimentului.

c.4. analiza nivelului de perfecționare a personalului angajat - propuneri privind cursuri de perfecționare pentru conducere și restul personalului

De la înființarea Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” sub această denumire și cu structura organizatorică actuală (februarie 2011 – angajare manager și preluare personal din cadrul Primăriei Tg-Jiu, octombrie 2011 și ianuarie 2012 – angajare personal de specialitate), angajații CMCCB nu au urmat nici un fel de cursuri de perfecționare.

Deși există post aprobat, care a fost scos la concurs de două ori, instituția nu are un administrator de rețea IT. Din acest motiv, activitatea este deseori întreruptă de căderile de rețea, de funcționarea greoaie și intermitentă a aparaturii.

Având în vedere prevederile Legii 53/2003, republicată, în conformitate cu care au fost încheiate contractele individuale de muncă ale salariaților CMCCB și care, la art.192, alin. 1, lit.a) și c) specifică obiectivele formării profesionale, respectiv „*adaptarea salariatului la cerințele postului sau ale locului de muncă; actualizarea cunoștințelor și deprinderilor specifice postului și locului de muncă și perfecționarea pregătirii profesionale pentru ocupația de bază*”, precum și prevederile art. 194 din același act normativ care indică obligația angajatorului „*de a asigura participarea la programe de formare profesională pentru toți salariații cel puțin o dată la 3 ani, dacă au sub 21 de salariați*”, prin prezentul proiect de management se prevăd cheltuieli bugetare necesare cursurilor de perfecționare (taxele de participare la cursuri, transport, cazare și masă) pentru tot personalul încadrat cu contract de muncă pe perioadă nedeterminată la CMCCB (7 persoane) în următorii doi ani, respectiv 2013 și 2014.

Trebuie luat în considerare faptul că cinci dintre angajați au lucrat în domenii cu alt specific decât cel actual, iar ceilalți doi angajați, deși cu vechime mai mare în instituție, nu au mai urmat cursuri de perfecționare sau formare profesională. Ca urmare, vor fi căutați acei formatori care oferă cursuri în domeniile: conservare – restaurare opere de artă, marketing cultural, turism și ghizi turistici, organizare evenimente, resurse umane, drepturi de autor.

Se va urmări, în măsura în care este posibil și prevederile legislative în domeniu permit, scoaterea la concurs și ocuparea postului de specialist IT.

De asemenea, în conformitate cu prevederile art. 45, alin. 1 din Ordonanța de Urgență nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură, conform căroră „în termen de un an de la semnarea contractului de management, ordonatorul principal de credite are obligația de a asigura participarea managerilor la cursurile de atestare în domeniul managementului”, va fi urmărită și oferta existentă în acest domeniu.

Denumire	Tipul cursului	Durata	Funcții de conducere	Funcții de execuție
Manager cultural	Formare profesională	2 x 5 zile	Manager	
Protecția patrimoniului cultural	Formare profesională	3-7 zile		Consilier conservare, protejare ansamblu
Dreptul de autor în organizațiile culturale	Formare profesională	3-7 zile		Consilier juridic
Managementul activit. economice	Formare profesională	3-7 zile		Consilier contabilitate
Cercetarea de public/ Social media și promovarea imaginii organizației/ Marketing cultural	Formare profesională	3-7 zile		Consilier marketing, comunicare
Manager proiecte	Formare profesională	2 x 5 zile		Consilier servicii și turism cultural
Management în turism	Perfecționare	2 x 5 zile		Consilier servicii și turism cultural
Inspector resurse umane	Perfecționare	5 zile		Inspector resurse umane

Pentru participarea la cursuri, vor fi preferați formatorii cu profil cultural și din domeniul administrației publice locale, respectiv Centrul de Pregătire Profesională în Cultură, instituție aflată în subordinea Ministerului Culturii și Patrimoniului Național, centrele regionale de formare continuă pentru administrație publică locală de la Craiova, Timișoara sau București, precum și alți formatori specializați.

D. Analiza situației economico-financiare a instituției

Centrul Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” este instituție sub autoritatea Consiliului Local și Primăriei Municipiului Tg-Jiu, iar finanțarea sa se face prin alocări bugetare de la autoritatea administrației publice locale.

Din datele puse la dispoziție prin caietul de obiective, rezultă că în perioada 01.01.2011 – 30.06.2012 au fost prevăzuți și realizați următorii indicatori economici:

Lei

Categorii	2011		30.06.2012	
	Estimat	Realizat	Estimat	Realizat
Venituri proprii (totalitatea surselor atrase)	45.800	85.618	50.000	14.240
Subvenții/Alocații	429.000	324.044	700.000	269.470
Cheltuieli de întreținere, din care:	372.800	313.945	470.000	143.121
- cheltuieli de capital: investiții	-	-	-	-
Cheltuieli de personal	102.000	95.030	280.000	137.805
Cheltuieli pe beneficiar, din care:	31,65	38,95	44,12	56,18
- din subvenție	28,6	34,72	40,97	54,06
- din venituri proprii/surse atrase	3,05	4,23	3,15	2,12

Categorii	2011	30.06.2012
Gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor instituției (%)	20,93	5,09
Venituri proprii realizate din activitatea de bază - total	20	1.340
Gradul de creștere a surselor atrase și/sau a veniturilor proprii în totalul veniturilor	580,93	0,95%
Ponderea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor	27,18%	49,05%
Ponderea cheltuielilor de capital din bugetul total	-	-
Gradul de acoperire al salariilor din subvenție	100%	100%
Ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale, altele decât contractele de muncă (drepturi de autor, drepturi conexe, contracte și convenții civile)	38,67%	7,65%
Cheltuieli pe beneficiar, din care	38,95	56,18
- din subvenție: total lei	34,72	54,06
- din venituri proprii: total lei	4,23	2,12

Veniturile proprii ale Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” se realizează, în principal, din vânzarea materialelor promoționale și a suvenirilor prin punctul de informare, care funcționează și ca magazin, din Parcul Central, la care se adaugă sumele obținute din sponsorizări. În anul 2011, programul estimat de realizare a veniturilor a fost depășit cu 3%, respectiv realizări de 47.178 lei față de un estimat de 45.800 lei. Diferența de 38.440 lei a fost obținută prin sponsorizare pentru Tabăra de sculptură.

În general, produsele vândute la punctul de informare sunt realizate de artiști plastici și meșteri populari din Tg-Jiu și Gorj și sunt vândute în regim de consignatie. Cărțile, în mare majoritate despre viața și opera lui Brâncuși, au fost achiziționate de la edituri din Craiova sau Tg-Jiu. Pe lângă acestea, există și lucrări editate sub egida CMCCB: albumul „Istoria unui simbol național – Coloana fără Sfârșit” și „Așa grăit-a Brâncuși”, de Sorana Georgescu Gorjan.

Pentru anul 2012, datele prezentate arată valorile de pe primul semestru al anului, deci realizatul este de doar 28%, având în vedere că sezonul turistic se afla la început. Analizând însă datele din veniturile defalcate pe luni, obținute de la sediul instituției, rezultă o scădere a veniturilor din vânzări în primele 9 luni ale anului, cu aprox. 13% (vezi tabelul).

Venituri (mii lei)	Ian	Feb	M	Apr	Mai	Iun	Iul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	Total
2011	0,72	0,12	1,35	3,57	5,58	5,24	6,51	12,24	4,99	3,68	2,04	1,11	47,15
2012	0,30	0,58	1,23	2,60	4,76	3,57	7,22	7,57	5,30	-	-	-	

Specificul unităților de cultură presupune o alocare continuă a subvențiilor de la bugetul local, care acoperă cheltuielile de personal și cheltuielile de întreținere. Din analiza cifrelor prezentate pentru anul 2011, se observă o cheltuire în proporție de 75% a subvenției alocate, din cauză că prevederile bugetare au luat în calcul o mărire a numărului de personal începând cu luna octombrie 2011. În urma organizării concursului de ocupare a posturilor vacante, au fost ocupate doar două posturi începând cu octombrie 2011, restul posturilor fiind ocupate începând din ianuarie 2012.

Cheltuielile pe beneficiar au crescut, atât în 2011 (cu 23%), cât și în sem. I 2012 (cu 27%), creștere acoperită parțial și din surse proprii. De altfel, gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor instituției a fost de 20,93% în anul 2011 și de doar 5,09% în sem.I 2012, ceea ce nu trebuie să îngrijoreze, având în vedere că veniturile proprii ale instituției se realizează preponderent în lunile de vară (iunie – august).

Centrul „Brâncuși” a mai realizat venituri proprii și din activitatea de bază (vânzarea de bilete de spectacol, considerată astfel pentru toate unitățile de cultură), sursă care a înregistrat o creștere

substanțială în 2012 (1340 lei față de doar 20 lei în 2011), deși spectacolele organizate de către CMCCB se desfășoară, de obicei, în spații deschise, unde nu se pot vinde bilete.

În anul 2011 este indicat un grad de creștere a surselor atrase și/sau a veniturilor proprii în totalul veniturilor de 580,93%, din cauză că raportarea s-a făcut la anul 2010, când activitatea de vânzare a produselor în magazinul propriu a început abia în luna august. În anul 2012, același indicator, în sem. I, este subunitar, ceea ce indică o scădere a veniturilor proprii.

Ponderea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor a fost în anul 2011 de 27,18%, pentru ca în sem.I 2012 să crească la 49,05%, lucru firesc de altfel, având în vedere creșterea numărului mediu de personal de la 4 la 10. Cheltuielile de personal se acoperă în proporție de 100% din subvenție. Pe lângă salarii, CMCCB a mai plătit și drepturi de autor în baza contractelor de prestări servicii, pentru sculptori, actori, cântăreți sau dansatori care au evoluat în spectacole sau au prestat servicii artistice în cadrul activităților organizate de instituție.

Fiind ordonator terțiar de credite, CMCCB nu poate efectua cheltuieli de capital.

Din datele prezentate în caietul de obiective, cu referire la programele/proiectele derulate în anul 2012, rezultă următoarele:

Nr. crt.	Denumirea proiectelor/programeelor	Costuri prevăzute pe proiect/ program pentru anul 2012	Costuri realizate pe proiect/ program pentru anul 2012 (30.06.2012)	Raportarea costurilor proiectelor realizate la limitele valorice ale investiției în proiecte din perioada 01.01. – 30.06.2012 (lei)		
				Mici 300-1500	Medii 1501-5000	Mari Peste 5001
1	2	3	4	5	6	7
2.	MĂIASTRA - Redistribuiți prin referat la programul "Măiastra"	7.500: 6.000 1.500	7.491			0,99
3.	BRÂNCUȘI – UN LOC ÎN PATRIMONIUL MONDIAL	35.000	34.522			0,98
4.	EDITORIALA BRÂNCUȘI	10.000	5.000			0,50
5.	Brâncuși@na - Program de promovare pe internet	6.000				x
6.	BRÂNCUȘIANA - Simpozion internațional de sculptură	180.000				x
7.	AGENDA EVENIMENTELOR LOCALE - Programe de coparticipare la ev. locale -Festivalul de folk si baladă "Poarta Sărutului"	3.000	849		0,28	
8.	BRÂNCUȘI – UN BRAND NECESAR - Program de producții de brand	5.000	4.631		0,93	
9.	PASUL SPRE CULTURĂ „Colocviile Brâncuși” – Evenimente lunare	5.000	1.635		0,32 + în derulare	
10.	TRECUTUL CONJUGAT LA VIITOR 1. „Rădăcini daco-getice și românești în opera lui Brâncuși” 2.Expoziție pictură	20.000 Din care: 10.000 10.000	12.847 Din care: 3.065 9.782			0,64

11.	PRĂVĂLIA LUI COSTACHE	50.000	14.240			0,28 continuă
12.	EXPOZIȚIE DE ARTĂ ȚOPESCU & LALIC	12.000	9.160			0,76
	Total, din care:	333.500	90.375			0,27
	Surse atrase	20.000	14.240			0,71
	Bugetul autorității	313.500	76.135			0,24

Pe lângă aceste proiecte, cu cheltuieli prevăzute în bugetul instituției, s-au mai desfășurat proiecte fără cheltuieli sau din venituri extrabugetare:

- sesiunea de comunicări „Brâncuși, hobițeanul universal”, realizat în parteneriat cu Fundația Brâncuși;

- „UNITATE ÎN DIVERSITATE” - Program de parteneriate transfrontaliere și europene;

- „BRÂNCUȘI PENTRU POSTERITATE” - Program de monitorizare continuă a stării de conservare și de restaurare.

Există și programe aflate încă în desfășurare până la sfârșitul anului 2012:

PASUL SPRE CULTURĂ - Colocviile Brâncuși” – Evenimente lunare;

PRĂVĂLIA LUI COSTACHE.

Deși nu apare trecută în Caietul de obiective, suma cheltuită cu organizarea Simpozionului Internațional de Sculptură „Brâncușiana” 2012 este de 87.784 lei, adică 48,7% față de suma prevăzută, ceea ce indică necesitatea reevaluării bugetului de cheltuieli în anul următor, cu estimarea mai realistă a acestuia.

E. Strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, conform sarcinilor și obiectivelor managementului

e.1. prezentarea strategiei culturale pentru întreaga perioadă de management

Propunerea de strategie de dezvoltare a Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși” în perioada 01.11.2012 - 31.10.2015 se bazează pe instrumente specifice managementului – analizele SWOT și PEST care evidențiază cunoașterea mediului intern și extern al organizației. Pe baza acestor analize, se va încerca implementarea noii strategii de dezvoltare care va trebui să atenueze amenințările și punctele slabe și să promoveze punctele tari, precum și să valorifice oportunitățile existente.

Pornind de la misiunea instituției, enunțată în caietul de obiective, ținând cont de premisele dezvoltării culturale în general și ale municipiului în particular (strategia dezvoltării municipiului Tg-Jiu), prin utilizarea instrumentelor specifice, vor fi prezentate, în cele ce urmează, elemente de strategie, obiectivele specifice și direcțiile de acțiune pe termen scurt, mediu și lung.

Resursele folosite pentru realizarea strategiei:

1) instituționale (logistica din instituție și ale partenerilor sau colaboratorilor)

2) umane – personalul angajat, colaboratori, scriitori, cercetători, artiști profesioniști, artiști amatori, meșteri populari;

3) financiare – bugetul anual propriu al instituției, bugetul local, fonduri nerambursabile din surse centrale (Administrația Fondului Cultural Național, Ministerul Culturii și Patrimoniului Național, Institutul Cultural Român), din surse europene și din surse private (sponsorizări).

I . Monitorizarea, conservarea, protejarea și punerea în valoare a Ansamblului monumental “Calea Eroilor” din Tg-Jiu

Analiza SWOT

↓ Puncte tari

- valoarea artistică a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”, cunoscut ca una dintre cele mai importante opere de artă ale secolului XX;
- recunoașterea acestei importanțe printr-un cadru legislativ adecvat (Legea 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice și includerea operelor de la Tg-Jiu în Lista Monumentelor Istorice grupa A, conf. datelor existente pe site-ul DJCPN Gorj - LMI 2004: GJ-III-m-A-09465.01, LMI 2004: GJ-III-m-A-9465.02, LMI 2004: GJ-III-m-A-09465.03, LMI 2004: GJ-III-m-A-9465.4, LMI 2004: GJ-III-m-A-09465.05), care plasează Ansamblul Monumental sub protecția legii;
- atribuirea de responsabilități privind conservarea operelor la nivelul administrației publice centrale (Ministerul Culturii);
- susținerea autorităților administrației publice locale, prin întreținerea curentă a ambiantului Parcului Central și prin asigurarea pazei permanente a operelor;
- interesul foarte mare pe care Ansamblul Monumental îl prezintă pentru specialiști, vizitatori ocazionali, turiști și membrii ai comunității locale;
- desemnarea *Coloanei Infinite*, în urma unui sondaj public, ca simbol cultural național;
- o vastă operă de exegeză privind istoricul Ansamblului, interpretarea semnificației sale și a realizării tehnice;
- plasarea Ansamblului monumental într-o zonă cu multiple obiective turistice (istorice, culturale, religioase, geografice, de patrimoniu imaterial sau sportive);
- tradiția organizării de evenimente naționale și internaționale pe teme Brâncuși;
- transmisia live, prin intermediul camerelor web, de la cele trei opere principale care alcătuiesc Ansamblul.

↓ Puncte slabe

- aspectul discontinuu, din punct de vedere peisagistic, al Căii Eroilor;
- lipsa de finanțare continuă și sigură pentru restaurarea și întreținerea anuală a operelor;
- lipsa unor servicii de specialitate în domeniul conservării operelor din piatră și metal;
- interdicția de realizare a anumitor tipuri de suvenire cu operele brâncușiene (miniaturi, reproduceri) din cauza opoziției deținătorilor drepturilor de autor asupra operei brâncușiene;
- lipsa unui centru de documentare și informare pentru turiști și specialiști în domeniu;
- o slabă animare a spațiului adiacent operelor, cu evenimente destinate atragerii turiștilor;
- lipsa unor ghizi specializați pentru grupurile de turiști
- resurse umane nespecializate
- lipsa unei surse de autofinanțare a Ansamblului, prin vânzarea de bilete, taxe de vizitare comparativ cu alte instituții de cultură (muzee).

↓ Oportunități

- reluarea demersurilor pentru înscrierea Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” pe lista monumentelor protejate UNESCO;
- alocarea de resurse financiare de la nivel central (Ministerul Culturii și Patrimoniului Național) pentru întocmirea dosarului UNESCO și restaurarea *Porții Sărutului*;
- obținerea avizului de la Comisia Monumentelor Istorice pentru restaurarea (lăcuirea) *Coloanei Infinite*;
- realizarea unui număr mare de materiale de promovare în cadrul proiectului „Redescoperă Gorjul”, în care figurează Ansamblul Monumental, care au fost distribuite la târgurile de profil;
- se află în evaluare un proiect în cadrul Programului Operațional Regional, Axa prioritară 5, Domeniul major de intervenție 5.3 - Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică, Operațiunea Crearea Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică (CNIPT) și dotarea acestora.

I Amenințări

- factorii de mediu care acționează în timp asupra operelor;
- intervențiile lipsite de profesionalism asupra operelor din piatră sau metal;
- anumite acțiuni distructive ale turiștilor neavizați, care se urcă pe scaune sau le tratează ca pe obiecte de suport (vezi pete, scrijelituri);
- atacuri mediatice la adresa operelor brâncușiene în general;
- tendința multor persoane de a-și crea notorietate prin alăturarea numelui personal de cel al lui Brâncuși, folosind ca pretext acțiuni și inițiative așa-zis bine intenționate privind Ansamblul monumental de la Tg-Jiu;
- refuzul VISARTA de a-și da acordul cu privire la materialele de promovare realizate de instituție sau de alți producători;
- adoptarea unor soluții tehnice nepotrivite împrejurul operelor (paviment experimental, cu comportare neadecvată în timp, schimbarea traseului aleilor din jurul operelor, față de soluția propusă de Brâncuși, introducerea unor trepte pe traseul aleilor etc.);
- schimbarea orientării la nivelul administrației centrale (minister, guvern) cu privire la prioritățile privind patrimoniul cultural național.

Obiective strategice

1.Conservarea și protejarea Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”

Direcții de acțiune:

- continuarea programului de monitorizare continuă a comportării în timp a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor” *Termen: permanent*
- executarea operațiunilor de conservare și întreținere, executarea profesională a intervențiilor de restaurare pe baza proiectelor aprobate *Termen: anual*
- monitorizarea continuă a factorilor de mediu și antropici care pot afecta operele *Termen: permanent*
- continuarea demersurilor pentru înscrierea ansamblului pe lista UNESCO *Termen: lung*

2.Punerea în valoare a Ansamblului Monumental „Calea Eroilor”

Direcții de acțiune:

- organizarea de seminarii și simpozioane tematice *Termen: scurt*
- utilizarea rețelei de socializare facebook pentru o distribuție rapidă și eficientă a informațiilor inedite despre Brâncuși și opera sa *Termen: permanent*
- configurarea pachetului de identitate vizuală al CMCCB *Termen: scurt*
- configurarea site-ului instituției pentru o utilizare mai ușoară de către vizitatori *Termen: scurt*
- utilizarea site-urilor instituției pentru promovarea acțiunilor, evenimentelor, manifestărilor organizate de CMCCB în regim propriu sau în parteneriat, având ca temă centrală opera lui Brâncuși *Termen: permanent*
- organizarea unor activități permanente în Parcul Central, cu scopul de a atrage și menține mai mult timp turiștii în acest spațiu (program de fanfară, puncte de lucru volante pentru artiști plastici și mici meșteșugari (face-painting pentru copii, sculptură mică în lemn, lucru de mână, artizanat) T.: mediu
- identificarea și stabilirea de parteneriate cu instituții de cultură din țară și din străinătate, pentru realizarea de expoziții itinerante și proiecte comune privind viața și opera lui Constantin Brâncuși *Termen: mediu*
- completarea fondului de carte a Centrului Brâncuși cu titluri și albume, în limba română și limbi de circulație internațională, despre opera lui Constantin Brâncuși *Termen: lung*
- realizarea unei biblioteci virtuale, accesibilă pe pagina de internet a instituției, cu fragmente importante din lucrările de referință privitoare la opera lui Brâncuși *Termen: lung*
- dezvoltarea activităților de marketing legate de imaginea Ansamblului: magazin virtual cu cărți și suvenire *Termen: scurt*

- realizarea unei instalații de sonorizare/amplificare în Parcul Central, prin intermediul căreia să se ofere informații despre viața și opera lui Brâncuși, melodii preferate de Brâncuși, melodii inspirate de opera lui Brâncuși
Termen: mediu
- introducerea unor cursuri opționale în programa școlară a instituțiilor de învățământ din Tg-Jiu, referitoare la viața și opera lui Constantin Brâncuși
Termen: mediu
- organizarea de concursuri locale, regionale și naționale privind viața și opera lui Constantin Brâncuși;
- instituirea unui premiu al CMCCB, acordat anual pentru realizări deosebite în promovarea lui Brâncuși și a municipiului Tg-Jiu.

II. Integrarea municipiului Tg-Jiu în circuitele naționale și internaționale de turism cultural, ținând seama de proiectele majore de dezvoltare economico-socială a municipiului Tg-Jiu

Analiza SWOT

I Puncte tari

- varietatea geografică și climatul temperat continental în care se plasează municipiul Tg-Jiu
- deschiderea DN67C – Trans Alpina, cea mai înaltă șosea asfaltată din țară, care face legătura între centrul și sud-vestul țării
- obiective importante pentru practicarea turismului cultural, istoric, ecumenic, sportiv și de agrement la nivel județean
- notorietatea internațională a artistului Constantin Brâncuși
- creșterea renumelui stațiunii Râncea și a domeniilor schiabile din zonă
- acces facil, din punct de vedere turistic, la zona de nord a județului
- existența unor studii de analiză și evaluare a patrimoniului cultural, natural și istoric
- potențialul speologic al Gorjului, cel mai mare din țară
- creșterea calitativă a ofertelor de cazare (hoteluri noi)
- amplasarea lângă un traseu omologat de automobilism – VTM Râncea
- posibilități de practicare a sporturilor extreme – programul Gorj Adventure.

I Puncte slabe

- lipsa unei imagini puternice a orașului (brand) ca atracție turistică
- infrastructură rutieră mediocră și aglomerată
- lipsa unui aeroport în apropiere
- amenajarea Căii Eroilor nu s-a încheiat
- promovarea insuficientă a atracțiilor culturale, vizibilitate redusă pe internet
- efectele legii dreptului de autor asupra operelor lui Constantin Brâncuși, deținut de urmașii legatari ai artistului, blochează posibilitatea realizării de materiale promoționale cu Ansamblul Monumental „Calea Eroilor”
- lipsa unor evenimente de anvergură și notorietate internațională
- colaborare insuficientă între sectoarele public-privat
- resurse umane nespecializate
- lipsa punctelor de informare turistică în municipiu
- lipsa serviciilor diversificate pentru turiști (ghizi, trasee interioare, informații despre cazare și servirea mesei etc.)
- dispariția treptată a practicilor legate de obiceiuri și tradiții populare.

I Oportunități

- situarea turismului ca domeniu prioritar de dezvoltare în Strategia de dezvoltare durabilă a județului Gorj pentru perioada 2011 - 2020

- existența unui interes crescut pentru zona mănăstirilor, respectiv trasee consacrate de vizitare pentru turismul ecumenic
- organizarea de activități sportive naționale și internaționale (raliuri, motocros) și de competiții de sport extrem în parteneriat cu entități specializate
- corelarea obiectivelor turistice existente și crearea unor produse turistice integrate
- promovarea turistică a județului la nivel regional și național prin intermediul proiectului *Redescoperă Gorjul*, proiect finanțat prin Programul Operațional Regional 2007-2013
- acțiuni ale administrației publice locale de panotare a intrărilor în oraș cu brandul *Brâncuși*.

1 Amenințări

- scăderea numărului de turiști și investițiilor în turism din cauza accentuării crizei economice
- degradarea patrimoniului cultural-istoric existent
- slăbirea mediului de afaceri privat
- orientarea turiștilor spre regiunile cu tradiție, cu mai mare vizibilitate mediatică și cu evenimente consacrate multianuale.

Obiective strategice

1. Completarea și dezvoltarea infrastructurii necesare promovării turistice

Direcții de acțiune

- construcția și amenajarea noului Centru Național de Informare Turistică (o dată cu finalizarea sa, va fi posibilă și o promovare mult mai eficientă, prin proiecții de filme, prezentare de materiale informative despre obiectivele turistice, trasee de urmat, spații de cazare și de alimentație publică, precum și distribuirea de materiale informative) *Termen: lung*
- semnalizarea corespunzătoare, prin plăcuțe informative, cu texte scurte, a obiectivelor turistice din Parcul Central și din municipiu (monumentelor istorice, etnografice și cultural-artistice) *T.: mediu*
- amenajarea, modernizarea și semnalizarea locurilor de desfacere a produselor artisanale, meșteșugărești și a suvenirilor *Termen: mediu*
- crearea mai multor puncte de informații turistice în alte zone ale orașului, dar și pe Calea Eroilor (lângă *Coloana Infinită*) *Termen: lung*

2. Stabilirea de legături și dezvoltarea unor programe comune cu turoperatori și instituții implicate în dezvoltarea turismului

Direcții de acțiune

- inițierea unui dialog voluntar și permanent între operatori, structuri și instituții implicate în turism și delimitarea clară a rolurilor fiecăruia dintre aceștia *Termen: mediu*
- încurajarea uniformizării nivelurilor calitative a produselor și serviciilor turistice și crearea de etichete de calitate *Termen: lung*
- încurajarea competițiilor de calitate destinate operatorilor și structurilor din turism *Termen: mediu*
- participarea la târguri de turism naționale și internaționale, împreună cu alte administrații locale, cu turoperatori din municipiu și județ *Termen: mediu*
- stabilirea unor trasee turistice (de o zi sau două) care să pornească din municipiul Tg-Jiu (Parcul Central, celelalte obiective turistice) și să continue pe teritoriul județului (trasee ecumenice, istorice, de drumeție, sportive etc.) *Termen: mediu*
- integrarea pachetelor și circuitelor turistice locale în programele naționale de promovare *T.: lung*
- diseminarea și utilizarea posibilităților de formare practică (pentru angajați ai CMCCB, dar și pentru alte categorii socio-profesionale: elevi, studenți, șomeri, mici întreprinzători), în colaborare cu ONG-uri și coordonatori de proiecte de formare *Termen: mediu*
- concertarea acțiunilor din turism ale municipiului Tg-Jiu cu cele județene, precum și cu acțiunile celorlalte județe din Regiunea Sud-Vest Oltenia. *Termen: mediu*

3. Realizarea unui program integrat de promovare turistică a municipiului Tg-Jiu

Direcții de acțiune

- elaborarea de materiale de promovare, unitare și de calitate (tematice sau diversificate, în limba română și alte limbi de circulație internațională): albume, postere, broșuri, materiale informative, cataloage cu produse și servicii, hărți, calendare ale evenimentelor *Termen: mediu*
- realizarea unei hărți de mici dimensiuni a Parcului Central, cu indicarea obiectivelor care pot fi vizitate și cu amplasarea lor (vezi operele din piatră din cadrul Ansamblului Monumental, Muzeul de Artă, Turnul de apă, fântâna arteziană) *Termen: scurt*
- diversificarea serviciilor oferite turiștilor (informații despre trasee, legături cu alte localități, locuri de cazare și servire a mesei etc.) *Termen: mediu*
- promovare on-line a municipiului și crearea de legături între site-urile internet existente *Termen: scurt*
- permanentizarea legăturilor cu prietenii Centrului Brâncuși pe site-urile de socializare (în special pe pagina de facebook a CMCCB) *Termen: scurt*
- susținerea activităților de promovare în mass-media *Termen: scurt, mediu, lung*
- acțiuni de lobby către instituții publice, finanțatori (publici și privați) *Termen: mediu și lung*
- dezvoltarea de proiecte școlare (lecții cu caracter aplicativ, activități practice) *Termen: mediu*
- atragerea elevilor în acțiuni de voluntariat în cadrul serviciilor turistice *Termen: mediu, lung*
- adoptarea formelor moderne de comercializare (e-mag, e-commerce) *Termen: mediu*
- încurajarea comercianților de pe Calea Eroilor în vânzarea de suvenire și produse promoționale
- diversificarea ofertei de produse și suvenire din cadrul magazinului, prin contactarea artiștilor plastici și a micilor producători care încă mai păstrează tradiția meșteșugurilor tradiționale (țesături, ceramică, grafică, pictură pe lemn și sticlă etc.) *Termen: scurt*

Pe perioada de vară, aprovizionarea cu astfel de produse se face cu întreruperi din cauza cererii mari, care depășește capacitatea de lucru a micilor producători individuali. De altfel, o analiză a vânzărilor pe primele nouă luni ale anului 2012, arată că cele mai vândute produse sunt magnetii (tip folie, clasici sau lenticulari), aceștia având și cele mai mici prețuri față de celelalte obiecte din magazin. Sunt urmași de vederile lenticulare și brelocuri. Dinamica vânzărilor indică o perioadă optimă începând cu luna mai, cu un maxim în lunile iulie și august.

Solicitări speciale sunt pentru miniaturi ale operelor brâncușiene și pentru vederi clasice ale acestora, dar reglementările care protejează drepturile de autor, reprezentate în România de către VISARTA (societate de gestiune colectivă a drepturilor de autor) îngreunează mult obținerea avizelor pentru astfel de produse.

În acest sens, este foarte important să se clarifice, pe baze juridice, cu sprijinul reprezentanților VISARTA din Gorj, modul de obținere a acestor acorduri sau avize, astfel încât să putem promova cât mai bine Ansamblul Monumental „Calea Eroilor” și operele componente, fără a aduce atingere imaginii acestora. Se conturează, astfel, ca o provocare pentru managementul Centrului Brâncuși, stabilirea unei relații parteneriale și de colaborare, utilă pentru ambele părți, cu această societate care gestionează în România drepturile de autor ale urmașilor, sau mai bine zis, ale celor care au obținut aceste drepturi după dispariția lui Constantin Brâncuși.

Realizarea unui pol de atracție culturală în jurul municipiului Târgu-Jiu, prin promovarea valorilor culturale autentice și a educației permanente

Cultura este definită ca totalitatea valorilor materiale și spirituale create de omenire și a instituțiilor necesare pentru comunicarea acestor valori.

Cultura are un rol central în dezvoltarea civilizației umane, de aceea trebuie să înțelegem Cultura nu doar ca un consumator de resurse, ci și ca un factor de dezvoltare socială. Astfel, Cultura devine un instrument pentru realizarea altor obiective sociale și economice (ocuparea forței de muncă, beneficii economice și educaționale, coeziune socială, reducerea fenomenelor de devianță socială) și trebuie înțeleasă ca având valoare și dinamică transsectorială.

În cadrul conceptului de globalizare, diversitatea culturală trebuie abordată într-o perspectivă integratoare, intersectorială, însumând aspecte politice, juridice, economice, sociale și culturale.

Dezvoltarea durabilă este tipul de dezvoltare economică, socială și umană care răspunde nevoilor generațiilor prezente, fără a compromite sau a limita capacitatea generațiilor viitoare de a-și satisface, la rândul lor, aceste nevoi.

Cultura este un factor de dezvoltare durabilă, deoarece aceasta se bazează pe elementele constitutive ale culturii: diversitate lingvistică, cunoștințe teoretice și empirice, credințe, reprezentări despre lume, patrimoniu material și imaterial, creații artistice, literare, științifice, invenții etc.

La rândul său, politica culturală europeană se ghidează după următoarele principii: promovarea identității culturale, respectarea diversității culturale, susținerea creativității, stimularea participării.

Principiul potrivit căruia comunitatea regională înseamnă „mai mult decât o sumă de județe sau de localități” trebuie respectat inclusiv în stabilirea priorităților de dezvoltare regională a sectorului Culturii. În această perspectivă, regiunea se definește prin identitatea geografică și culturală, precum și printr-o mentalitate solidară, care să motiveze acțiunile întreprinse de toți actorii regionali.

Dezvoltarea regională în plan cultural presupune, de asemenea, corelarea politicilor culturale de la nivel național cu inițiativele și resursele locale și regionale, pentru a răspunde nevoilor specifice.

Analiza SWOT

↓ Puncte tari

- existența unor instituții culturale locale puternice, cu tradiție și experiență în organizarea de evenimente culturale și în educarea publicului local
- comunitate locală participativă, cu premise culturale și cu un istoric al evenimentelor culturale
- spații publice generoase pentru organizarea evenimentelor în aer liber
- existența unor evenimente culturale cu notorietate („Zilele Elvira Godeanu”, Festivalul Internațional de Folclor, Festivalul național de folk și baladă „Poarta Sărutului”, festivaluri regionale și naționale de umor, literatură etc.)
- deschidere arătată de toate instituțiile locale de cultură la dezvoltarea de parteneriate și organizarea în comun a evenimentelor
- resurse umane locale profesioniste și de calitate
- instituții școlare de profil: Liceul de Muzică și Artă „Constantin Brăiloiu”, Palatul Copiilor, Universitatea Constantin Brâncuși – Facultatea de asistență medicală, arte și științe ale educației, Școala Populară de Artă cu secțiile de centru și cele externe, interpreți și creatori independenți.

↓ Puncte slabe

- infrastructura culturală a municipiului este slab dezvoltată (instituții culturale care nu au sedii proprii, lipsa unor săli de spectacole de anvergură cu dotările corespunzătoare, a spațiilor mari pentru expoziții)
- comunitatea artistică locală nu este unită
- număr redus de edituri, tipografii, case de producție
- dotări tehnice reduse ale Centrului Municipal de Cultură
- apartenența la un județ monoindustrial
- creșterea ponderii producțiilor subculturale, comerciale, atât în mediul rural cât și în cel urban
- posibilități limitate de finanțare din alte surse decât subvențiile bugetare
- lipsa sponsorilor culturali majori și a inițiativei private în cultură.
- lipsa unor prevederi clare în legea sponsorizării care să avantajeze domeniul cultural.

↓ Oportunități

- crearea unui brand cu consistență și notorietate în conexiune cu Brâncuși
- inaugurarea unui cinematograful modern, care va purta numele celebrului regizor Sergiu Nicolaescu, în urma reabilitării unei săli vechi

- dezvoltarea parteneriatelor locale, regionale, naționale și internaționale cu instituții și personalități pornind de la interesul comun pentru opera lui Constantin Brâncuși
- dezvoltarea unor programe culturale complexe cu județele din Regiunea de Dezvoltare Sud-Vest
- posibilitatea de a atrage fonduri europene pentru realizarea programelor culturale.

1 Amenințări

- criza economică generală, de unde pericolul subfinanțării activităților culturale
- diminuarea alocațiilor bugetare
- scăderea numărului de sponsori ai culturii și diminuarea sponsorizărilor datorită deteriorării situației economice
- diminuarea apetitului cultural al populației având în vedere situațiile speciale determinate de criza economică
- un număr destul de important de receptori cu afinități non-culturale și cu gusturi îndoielnice
- participarea unei anumite categorii de consumatori la producțiile culturale de calitate scăzută.

Obiective strategice

1. Crearea imaginii de oraș cultural a municipiului Tg-Jiu

Direcții de acțiune

- organizarea unor evenimente de anvergură în fiecare lună a sezonului estival *Termen: mediu, lung*
- valorificarea cât mai bună și revitalizarea întregii zone a Parcului Central, prin organizarea de acțiuni destinate tuturor grupurilor de vârstă și de vizitatori *Termen: scurt, mediu*
- participarea la agenda comună de evenimente din Regiunea Sud-Vest, prin organizarea de evenimente lunare în Tg-Jiu, împreună cu instituțiile de cultură din județele Olteniei *Termen: mediu*
- promovarea continuă, prin intermediul rețelelor de socializare și a internetului, a manifestărilor culturale care se desfășoară pe teritoriul municipiului Tg-Jiu *Termen: scurt*
- stabilirea de contacte și parteneriate cu instituții culturale din țară și străinătate, cu diaspora românească, cu persoane fizice care au ca punct comun interesul onest, manifestat și dovedit, pentru viața și opera lui Constantin Brâncuși *Termen: scurt, mediu*
- realizarea de schimburi culturale, prin expoziții itinerante, concursuri tematice, trasee turistice extinse cu localitățile de care se leagă biografia și opera lui Brâncuși *Termen: mediu, lung*

2. Completarea și diversificarea ofertei educaționale a Centrului Municipal de Cultură

Direcții de acțiune

- achiziționarea dotărilor tehnice și aparaturii necesare funcționării instituției *Termen: scurt*
- completarea bibliotecii și videotecii CMCCB prin achiziționarea de cărți, albume, CD-uri, DVD-uri privind viața și opera lui Constantin Brâncuși, din toate sursele cunoscute *Termen: lung*
- transpunerea în format electronic a unei selecții de date din materialele existente în biblioteca Centrului, pentru a putea fi mai ușor accesate de cetățeni *Termen: lung*
- editarea de materiale (cărți, albume) *Termen: mediu, lung*
- editarea revistei Centrului *Termen: scurt*
- oferirea unei platforme de discuții și schimburi de idei mediului cultural gorjean prin organizarea periodică a întâlnirilor cu oamenii de cultură *Termen: scurt*
- continuarea parteneriatelor existente cu instituțiile de cultură și asociațiile profesioniste din municipiu și județ *Termen: scurt*
- organizarea de expoziții de artă plastică și fotografie pentru artiștii gorjeni *Termen: scurt*
- organizarea de schimburi culturale prin invitarea altor artiști plastici, din țară și străinătate, să expună în Tg-Jiu *Termen: mediu, lung*
- organizarea de parteneriate cu instituțiile școlare din municipiu și județ, în vederea prezentării ofertei culturale a Centrului și a susținerii de cursuri în cadrul orelor opționale *Termen: mediu, lung*

e.2. programele propuse pentru întreaga perioadă de management, cu denumirea și, după caz, descrierea fiecărui program, a scopului și țintei acestuia, exemplificări

A se vedea programele I.1, I.2; II.1, II.2; III.1, III.2. din anexa 1b.

e.3. proiecte propuse în cadrul programelor: detalierea proiectelor care alcătuiesc programele propuse pentru oferta culturală a instituției

A se vedea proiectele 1.1.1.-1.1.2.; 1.2.1.-1.2.2.; 2.1.1.-2.1.4.; 2.2.1.-2.2.5.; 3.1.1.-3.1.4.; 3.2.1.-3.2.3. din anexa 1b.

e.4.alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management (programe, proiecte, acțiuni, evenimente ocazionale, care prin natura lor nu fac parte din activitatea curentă a instituției, dar prin care managerul apreciază că va putea facilita realizarea sarcinilor și obiectivelor manageriale)

A se vedea programele IV.1, IV.2 din anexa 1b.

F. Previzionarea evoluției economico - financiare a instituției, cu menționarea resurselor financiare necesar a fi alocate de către autoritate

f.1. previzionarea evoluției economico-financiare a instituției pentru următorii 3 ani, corelată cu resursele financiare necesar a fi alocate din subvenția/alocația acordată instituției de către Consiliul Local al Municipiului Tg-Jiu

Perioada pentru care se face analiza în prezentul proiect de management este 01.11.2012 – 31.10.2015. Având în vedere că anul bugetar 2012 se află aproape de final, activitatea financiară a instituției pe ultimele două luni ale acestuia se va desfășura conform bugetului aprobat (280.000 lei).

Pentru următorii trei ani, apreciem că nu vor fi modificări majore în ceea ce privește cheltuielile de personal ale instituției, având în vedere că, în momentul de față, cadrul legislativ blochează angajările de personal în administrația publică locală, deci activitatea instituției se va desfășura, cel puțin pentru următoarele 12 luni, cu același număr de personal (9 angajați).

Buget (lei)/an	2013	2014	2015
Total cheltuieli, din care:	750.000	775.000	850.000
Cheltuieli de personal	300.000	310.000	340.000
Cheltuieli cu bunuri și servicii	385.900	288.100	246.100

Cheltuielile de personal vor avea o pondere aproximativ constantă în buget, de 40-45% și vor fi acoperite în totalitate din subvenția de la bugetul autorității locale. Comparativ cu alte instituții de cultură din municipiu sau de rang județean (Teatrul Dramatic „Elvira Godeanu”, CJCPCT Gorj, Biblioteca Județeană, Ansamblul Artistic Profesionist „Doina Gorjului”) ponderea cheltuielilor de personal nu este mare.

Deoarece domeniul cultural este consumator de importante resurse financiare, iar indicatorii de performanță ai unor asemenea investiții nu se pot evalua decât pe termen lung, este important pentru management să găsească surse complementare și alternative la bugetul asigurat de autoritatea în subordinea căreia funcționează, după cum urmează:

Vânzare materiale de promovare, suvenire și cărți prin punctul de informare din Parcul Central, încheierea de abonamente la revista Confesiuni

2013 – 52.000 lei

2014 – 54.000 lei

2015 – 55.000 lei

2. Proiecte cu finanțare externă sau internă

Identificarea aspectelor insuficient dezvoltate din activitatea Centrului Municipal de Cultură „Constantin Brâncuși”, coroborat cu liniile de finanțare active din cadrul programelor operaționale cu finanțare nerambursabilă pe care România le accesează în perioada 2007 - 2013, s-au concretizat într-un proiect depus de către autoritate – Consiliul Local și Primăria Municipiului Tg-Jiu - în cadrul **Programului Operațional Regional**, Axa prioritară 5, Domeniul major de intervenție

5.3 - Promovarea potențialului turistic și crearea infrastructurii necesare în scopul creșterii atractivității României ca destinație turistică, Operațiunea Crearea Centrelor Naționale de Informare și Promovare Turistică (CNIPT) și dotarea acestora.

Scopul proiectului este de a crește cu 25% numărul de turiști care vizitează zona și se cazează în Tg-Jiu și de a îmbunătăți activitatea de promovare a potențialului turistic, de prezentare a tuturor ofertelor turistice și a atracțiilor turistice locale și regionale, în sistem integrat și informatizat.

Prin intermediul acestui proiect, care a fost declarat eligibil și care va intra în perioada de evaluare, se va organiza un centru național de informare și promovare turistică într-o clădire existentă, care va fi amenajată și dotată la standarde europene, cu spații de informare pentru turiști. În aceeași clădire se va putea desfășura și activitatea administrativă a CMCCB, astfel încât personalul de specialitate va veni rapid în întâmpinarea solicitărilor turiștilor.

În cadrul instrumentelor structurale pentru perioada 2007 – 2013, pentru perioada rămasă (respectiv anul 2013, cu prelungire până în 2015 pentru implementarea proiectelor), celelalte programe operaționale sectoriale fie și-au acoperit fondurile disponibile, fie au fost suspendate pentru diferite neclarități sau neconformități în procesul de derulare.

Pentru domeniul cultural, rămân de interes și alte câteva surse de finanțare externă:

- **Mecanismul Financiar al Spațiului Economic European** (denumit și Granturile SEE) și **Mecanismul Financiar Norvegian** (denumit și Granturile norvegiene) au fost instituite în 2004, după ce Uniunea Europeană a primit zece noi state membre.

În România, Granturile SEE și cele norvegiene pentru perioada 2009-2014 cofinanțează proiecte din 23 de domenii (programe) diverse. Pentru domeniul care ne interesează, Granturile SEE sprijină proiecte în domeniile *Conservarea și revitalizarea patrimoniului cultural și natural și Promovarea diversității în cultură și arte în cadrul patrimoniului cultural european*.

Acordurile (Memorandumurile de Înțelegere) asupra domeniilor și priorităților de finanțare au fost semnate în martie 2012, între statele donatoare și România. După semnarea Memorandumurilor, Operatorii de Program trimit propunerile lor de programe detaliate la Biroul Mecanismului Financiar – secretariatul Granturilor. O dată ce acestea au fost aprobate, cererea pentru propuneri va fi publicată. Se pare că acest lucru va mai lua, încă, ceva timp, așa că primele cereri de propuneri vor apărea, probabil, în prima jumătate a lui 2013.

Programul „Cultura 2007-2013” este un program de finanțare al Uniunii Europene, gestionat de Agenția pentru Educație, Audiovizual și Cultură și de Comisia Europeană. Acest Program se derulează pe o perioadă de șapte ani (2007-2013) și este principalul mecanism de sprijinire a sectorului cultural lansat de Uniunea Europeană.

Ministerul Culturii și Patrimoniului Național finanțează acest program conform Legii nr. 286/2010 privind bugetul de stat. Obiectivul general al Programului este să contribuie la punerea în valoare a spațiului cultural comun bazat pe o moștenire culturală similară, prin dezvoltarea cooperării culturale între operatorii culturali din statele participante la Program, cu scopul de a încuraja emergența cetățeniei europene.

Obiectivele specifice ale Programului sunt următoarele:

- promovarea mobilității transnaționale a persoanelor care activează în sectorul cultural;
- încurajarea circulației transnaționale a operelor și a produselor culturale și artistice;
- încurajarea dialogului intercultural.

Prin asigurarea cofinanțării nerambursabile a proiectelor culturale selectate de Uniunea Europeană în cadrul acestui Program, Ministerul Culturii și Patrimoniului Național are ca principal obiectiv promovarea valorilor culturale din România, vizând o prezentare activă a diversității conținuturilor și expresiilor artistice. Programul Cultura 2007-2013 prilejuiește accesul la cunoașterea valorilor culturale din România de către publicul european, cât și crearea unei percepții corecte asupra potențialului cultural și social al României.

Domeniile culturale pentru care solicitanții pot depune cereri de finanțare nerambursabilă

sunt: Arte vizuale; Artele spectacolului: cinematografie, teatru, muzică, dans, Patrimoniul – conferințe, simpozioane, ateliere de lucru etc.

CMCCB poate aplica pentru secțiunea patrimoniul, dacă vor fi îndeplinite condițiile de eligibilitate în cursul anului 2013, în urma publicării normelor de aplicare.

3. Alte surse de finanțare pot fi identificate la nivelul:

- **Administrației Fondului Cultural Național.** Ca instituție publică subordonată Ministerului Culturii și Patrimoniului Național, AFCN oferă în fiecare an finanțări nerambursabile instituțiilor publice, organizațiilor neguvernamentale, persoanelor juridice de drept privat care desfășoară activități culturale.

În conformitate cu Ordinul nr. 2231 din 7 aprilie 2011 pentru aprobarea Normelor metodologice privind organizarea și funcționarea comisiilor, procedura de selecție a programelor, proiectelor și acțiunilor culturale în vederea acordării de finanțări nerambursabile din Fondul Cultural Național, precum și de soluționare a contestațiilor, finanțarea nerambursabilă se acordă numai în condițiile existenței unor surse de finanțare proprii sau atrase ale beneficiarului finanțării, altele decât cele primite sub forma finanțărilor nerambursabile, în cuantum de cel puțin 10% din costul total al programelor, proiectelor și acțiunilor culturale, denumite în continuare proiecte culturale.

Această cofinanțare poate fi obținută prin sprijinul autorității locale, respectiv Consiliul Local și Primăria Tg-Jiu.

În fiecare an, AFCN deschide licitații de proiecte pentru proiecte culturale sau pentru domeniul culturii scrise, pentru care alocă finanțare nerambursabilă, în funcție de obiectivele strategice pe care le anunță la fiecare sesiune de licitație de proiecte.

- **Institutului Cultural Român**, care are un portofoliu de programe culturale care privesc promovarea culturii române în lume.

- **Comisia Europeană**, care oferă granturi pentru proiecte co-finanțate în domeniul cultural.

Toate aceste posibilități de finanțare vor fi urmărite constant de către managerul instituției, pentru a putea aplica pe domeniile care se regăsesc în obiectul de activitate al CMCCB. Pentru identificarea în timp relativ scurt a programelor cu finanțare nerambursabilă active este bine să se consulte periodic site-urile:

- <http://www.maeur.ro>,
- <http://www.afcn.ro>,
- www.finantare.ro,
- <http://www.cultura2007.ro>,
- www.eurocult.ro.

În principiu, există posibilități de accesare resurse nerambursabile fie ca solicitant, fie în parteneriat, iar managementul trebuie să găsească acele soluții care să conducă la atragerea unor astfel de resurse

4. Pentru finanțarea obiectivelor mari cuprinse în activitatea instituției și în prezentul proiect de management, respectiv efectuarea lucrărilor de întreținere, conservare și restaurare la operele din piatră și din metal, din componența Ansamblului „Calea Eroilor”, se va urmări obținerea sumelor corespunzătoare de la Ministerul Culturii și Patrimoniului Național, în conformitate cu obligațiile ce derivă din prevederile Legii 422/2001.

5. Atragerea de noi surse financiare prin ofertă de servicii de publicitate, realizare de parteneriate cu instituții și organisme diverse capabile a prelua o parte din prestările de servicii presupuse de derularea unor mari evenimente culturale organizate în regie proprie de CMCCB.

f.2. previzionarea evoluției costurilor, cuprinse în anexa nr. 2 la H.G. 1301/2009, aferente proiectelor (din programele propuse), prin realizarea unei proiectii financiare privind investițiile preconizate în proiecte, cuprinse în anexa nr. 3 la H.G. 1301/2009, pentru întreaga perioadă de management (de la 01/11/2012 la 31/10/2015)

f.3. proiecția veniturilor proprii realizate din activitatea de bază, specifică instituției, este cuprinsă în anexa nr.4 din H.G. 1301/2009.