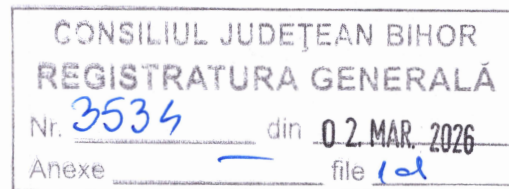


Nr. 11 din 02.03.2026



Către

**CONSILIUL JUDEȚEAN BIHOR,
Direcția Economică
Compartimentul Resurse Umane**

FILARMONICA DE STAT ORADEA, reprezentată legal prin d-na **Carmen Rus**, în calitate de Manager, numită prin DISPOZIȚIA CONSILIULUI JUDEȚEAN BIHOR cu nr. 250 din 30.05.2025; în baza Contractului de Management încheiat cu nr. 135 din 30.05.2025;

Ca urmare a adresei nr. 1832 din 04.02.2026, transmisă de Consiliul Județean Bihor – Direcția Economică, Compartiment Resurse Umane, referitoare la evaluarea anuală a managementului, în temeiul prevederilor art. 36, art. 37 și art. 39 din O.U.G. nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură, cu modificările și completările ulterioare, vă transmitem alăturat:

Raportul anual de activitate al managerului pentru anul 2025, întocmit conform modelului-cadru aprobat prin Ordinul Ministrului Culturii nr. 2799/2015.

Documentația este depusă atât la Registratura Consiliului Județean Bihor, cât și în format electronic, conform solicitării menționate în adresa dumneavoastră.

Vă asigur de întreaga noastră disponibilitate pentru susținerea raportului în cadrul procedurii de evaluare anuală.

Cu deosebită stimă,

FILARMONICA DE STAT ORADEA

**Manager,
Carmen Rus**



CONSILIULUI JUDEȚEAN BIHOR - FILARMONICA DE STAT ORADEA

RO - 410001 Oradea, județul Bihor, România, strada Moscovei nr.5;

E-mail: info@filarmonicaoradea.ro; secretariat@filarmonicaoradea.ro; www.filarmonicaoradea.ro

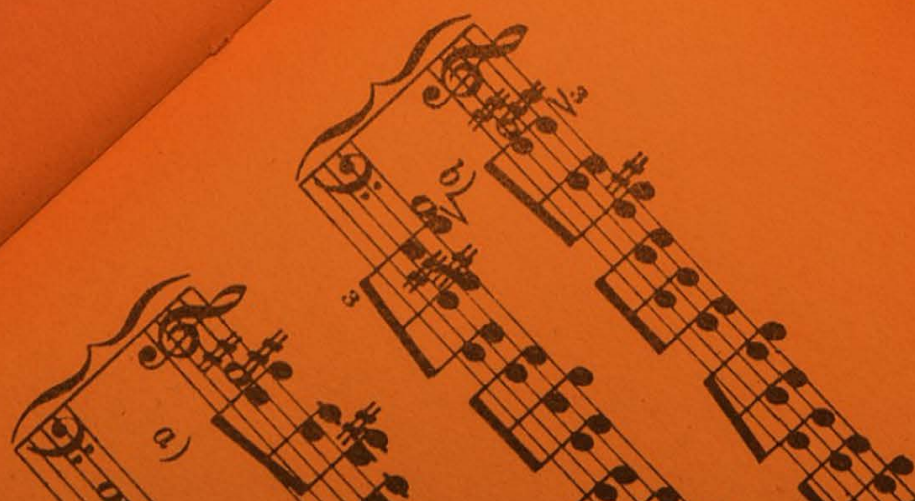
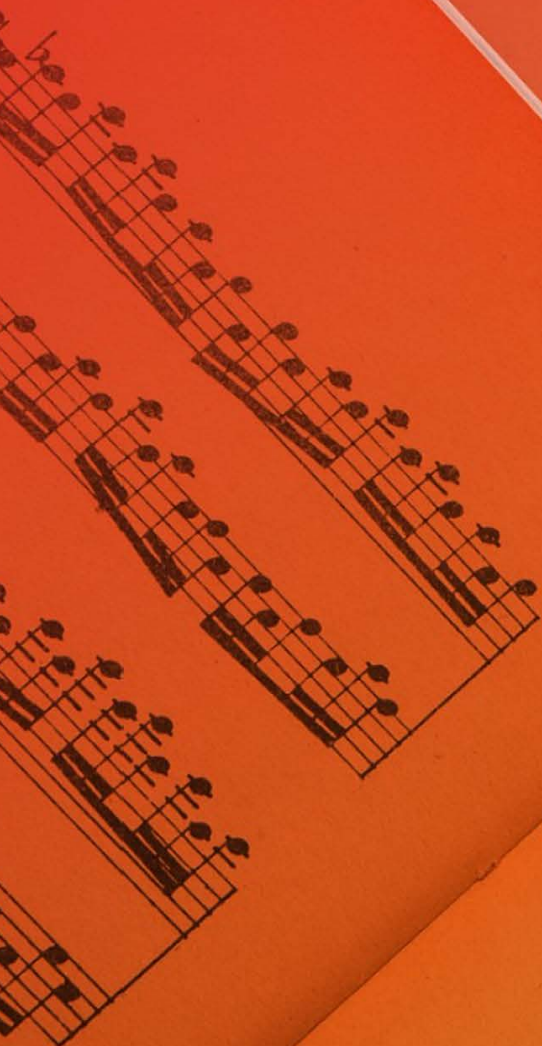
Telefon: +40-359 427 345; Cod fiscal 4253790/09.07.1993

Raport

de activitate managerială

01 iunie - 31 decembrie 2025

Manager
CARMEN RUS



Filarmonica de Stat Oradea

RAPORT DE ACTIVITATE

anul 2025

Prezentul RAPORT DE ACTIVITATE a fost elaborat pentru evaluarea managementului de către Consiliul Județean Bihor, denumit în continuare autoritatea, pentru Filarmonica de Stat Oradea, denumită în continuare instituția, aflată în subordinea sa, în conformitate cu prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 269/2009, cu modificările și completările ulterioare, denumită în continuare ordonanța de urgență, precum și cu cele ale regulamentului de evaluare.

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

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

În conformitate cu prevederile contractului de management, datele și informațiile din prezentul raport sunt aferente perioadei: 01.06.2025 – 31.12.2025, reprezentând prima evaluare.

CUPRINS

Partea I:

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

1. Colaborarea cu instituții și organizații
2. Analiza SWOT (puncte tari, slabe, oportunități, amenințări)
3. Evoluția imaginii și măsuri pentru îmbunătățirea acesteia
4. Măsuri luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari
5. Grupurile-țintă ale activităților instituției
6. Profilul beneficiarului actual

B. Evoluția profesională a instituției și propuneri de îmbunătățire

1. Adecvarea activității profesionale la politicile culturale la nivel național și local
2. Orientarea activității profesionale către beneficiari
3. Analiza principalelor direcții de acțiune

C. Organizarea și funcționarea instituției

1. Măsuri de organizare internă
2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne
3. Sinteza activității organismelor colegiale de conducere
4. Dinamica și evoluția resurselor umane
5. Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului
6. Măsuri luate în urma controalelor/auditărilor

D. Evoluția situației economico-financiare a instituției

1. Analiza datelor financiare din proiectul de management, corelate cu bilanțul contabil
2. Evoluția valorii indicatorilor de performanță ale instituției

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

1. Viziune
2. Misiune
3. Obiective generale
4. Strategie culturală
5. Strategie și plan de marketing
6. Programe propuse
7. Proiecte/acțiuni în cadrul programelor

F. Previzionarea evoluției economico-financiare pentru 2025

1. Proiectul de buget estimativ și resursele alocate
2. Numărul de beneficiari estimați
3. Analiza programului minimal realizat

Partea II:

Propuneri privind modificarea și/sau completarea clauzelor contractuale, formulate, după caz, în baza prevederilor art. 39 alin. (3) din ordonanța de urgență (Ordonanța de urgență nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor de spectacole sau concerte, muzeelor și colecțiilor publice, bibliotecilor și al așezămintelor culturale de drept public).

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

1. Colaborarea cu instituții și organizații

Filarmonica de Stat Oradea își desfășoară activitatea în conformitate cu prevederile Regulamentului de Organizare și Funcționare, continuând tradiția concertistică a orașului Oradea și a județului Bihor, tradiție consolidată în timp încă de la înființarea Societății Filarmonice Oradea (1923), precum și prin reorganizările instituționale ulterioare.

Instituția beneficiază de autonomie profesională în stabilirea repertoriului și în organizarea programelor, proiectelor și acțiunilor culturale și artistice, proprii sau realizate în parteneriat, în acord cu proiectul de management aprobat și cu misiunea publică a instituției.

Filarmonica de Stat Oradea are rolul de a susține activitatea concertistică profesionistă de muzică cultă și de a pune în valoare repertorii simfonice, vocal-simfonice, corale și camerale, în beneficiul comunității locale și regionale. În același timp, instituția urmărește formarea și educarea gustului muzical-artistic pentru categorii diverse de public, de la publicul aflat la început de contact cu muzica clasică până la publicul avizat.

Strategia repertorială și de proiecte culturale este corelată cu direcțiile generale ale Ministerului Culturii, ale Consiliului Județean Bihor și ale municipiului Oradea, prin măsuri organizatorice, tehnice și de comunicare care urmăresc atât menținerea standardului artistic, cât și creșterea accesului publicului la cultură.

În perioada de raportare aferentă noului contract de management (01.06.2025 – 31.12.2025), Filarmonica de Stat Oradea a continuat și a consolidat rețeaua de colaborări instituționale construită în anii anteriori, în condițiile unei continuități manageriale și strategice. Din acest motiv, anumite parteneriate sunt prezentate în raport atât în logica perioadei de raportare, cât și în logica funcționării lor constante la nivelul întregului an 2025, acolo unde separarea strictă pe interval calendaristic ar diminua relevanța analizei.

Activitatea instituției în semestrul II al anului 2025 a inclus, în mod integrat, componente din:

- finalul stagiunii artistice 2024–2025 (iunie 2025),
- stagiunea estivală / proiectele de vară (inclusiv inițiative în spații neconvenționale),
- începutul stagiunii 2025–2026 (septembrie–decembrie 2025).

Această structură a impus menținerea unui dialog constant cu partenerii culturali, educaționali, instituționali și de promovare locală.

Pe parcursul perioadei analizate, colaborările au avut un rol esențial în:

- diversificarea ofertei culturale,
- accesul la noi categorii de public,
- dezvoltarea componentelor educative,
- integrarea evenimentelor Filarmonicii în viața culturală și turistică a orașului,
- consolidarea vizibilității instituției în spațiul public local și regional.

a) Colaborări cu instituții de învățământ și formare artistică

Filarmonica de Stat Oradea a continuat colaborările cu instituții de învățământ muzical și universitar, care reprezintă un pilon important pentru formarea publicului și pentru susținerea tinerelor talente.

În această categorie se înscriu, în mod constant, parteneriatele și colaborările cu:

- Facultatea de Arte – Departamentul Muzică, Universitatea din Oradea,
- Universitatea Creștină Partium,
- Universitatea Baptistă Emanuel,
- Liceul de Arte Oradea,
- Școala de Arte „Francisc Hubic”,
- unități de învățământ preuniversitar din municipiul Oradea și județul Bihor.

Aceste colaborări au susținut activități educative, concerte tematice, proiecte pentru elevi și studenți, precum și inițiative de apropiere a publicului tânăr de muzica simfonică și corală, în linie cu obiectivele de dezvoltare a publicului asumate de instituție.

b) Colaborări cu instituții culturale locale și regionale

Filarmonica a menținut relații de colaborare cu instituțiile culturale relevante din municipiul Oradea, în vederea realizării unor proiecte comune, a utilizării unor spații alternative de concert și a susținerii unei oferte culturale complementare la nivel de oraș.

În această categorie se regăsesc, între altele:

- Teatrul „Regina Maria”,
- Teatrul „Szigligeti Színház”,
- Sinagoga Neologă Sion,
- instituții și spații culturale cu valoare patrimonială din Oradea.

Prin aceste colaborări, Filarmonica a contribuit la o prezență culturală activă în oraș, inclusiv în afara sălii proprii de concerte, în contexte artistice care favorizează accesibilitatea, diversificarea publicului și valorizarea patrimoniului local.

c) Colaborări cu instituții muzicale naționale și internaționale

Instituția a continuat colaborările artistice cu instituții muzicale din țară și din străinătate, precum și cu dirijori și soliști invitați, în cadrul stagiunilor și al proiectelor speciale.

În această zonă se înscriu colaborări recurente cu:

- Opera Națională Română din Cluj-Napoca,
- Opera Națională Română din Timișoara,
- Filarmonica „Dinu Lipatti” din Satu Mare,
- parteneri artistici din Debrețin (Ungaria), inclusiv colaborări cu structuri corale,
- artiști invitați din țară și din străinătate.

Aceste colaborări au sprijinit creșterea calității artistice, diversificarea repertorială și menținerea Filarmonicii de Stat Oradea într-un circuit profesional relevant la nivel regional și național. În plus, dimensiunea transfrontalieră rămâne strategică pentru profilul instituției.

d) Colaborări instituționale pentru promovare culturală și turistică

Filarmonica a continuat colaborarea cu instituții și organizații implicate în promovarea orașului și a patrimoniului cultural, în special pentru proiecte în aer liber, evenimente în spații neconvenționale și integrarea muzicii în viața orașului.

În mod constant, această direcție a fost susținută prin colaborări cu:

- APTOR – Visit Oradea,
- Oradea Heritage,
- Primăria Municipiului Oradea,
- Consiliul Județean Bihor.

Aceste parteneriate au contribuit la creșterea vizibilității Filarmonicii, la asocierea imaginii instituției cu identitatea culturală a orașului și la dezvoltarea unor proiecte cu impact mai larg, inclusiv asupra publicului turistic.

e) Colaborări educaționale, sociale și comunitare

În perioada analizată, instituția a continuat colaborările cu Inspectoratul Școlar Județean Bihor, unități de învățământ și alte organizații relevante pentru proiecte educative și comunitare.

Aceste colaborări au susținut:

- concerte educative,
- acțiuni de formare a publicului tânăr,
- proiecte cu dimensiune socială și comunitară,
- participarea Filarmonicii la inițiative locale cu impact public extins.

Prin această componentă, Filarmonica și-a consolidat rolul de instituție publică activă în comunitate, cu funcție artistică, dar și educativă și formativă.

f) Colaborări în zona artistică interdisciplinară și a experienței culturale extinse

În foaierul Filarmonicii este menținut spațiul expozițional realizat în parteneriat cu Fotoclubul Varadinum, unde sunt organizate vernisaje și expoziții de fotografie.

Această colaborare completează experiența publicului înaintea concertelor și contribuie la un profil cultural mai amplu al instituției, prin asocierea muzicii cu alte forme de expresie artistică.

În perioada 01.06.2025 – 31.12.2025, Filarmonica de Stat Oradea a continuat să funcționeze într-o logică de parteneriat instituțional activ, valorificând colaborări deja consolidate și dezvoltând contexte de cooperare utile pentru actul artistic, educație culturală, promovare locală și creșterea accesului publicului la evenimentele instituției.

Ansamblul acestor colaborări confirmă poziția Filarmonicii de Stat Oradea ca actor cultural central în viața comunității locale și regionale, cu capacitate de dialog interinstituțional și de integrare a actului artistic într-un ecosistem cultural, educațional și social mai larg.

2. Analiza SWOT (puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări)

Analiza SWOT pentru anul 2025 a fost actualizată în raport cu evoluțiile instituției din perioada de referință, cu accent pe consolidarea parteneriatelor, dezvoltarea publicului și creșterea performanței în comunicarea digitală.

În contextul continuității manageriale, unele elemente de analiză au fost păstrate ca direcții strategice constante, iar altele au fost reformulate pentru a reflecta schimbările efectiv produse în anul 2025.

Puncte tari

- Tradiție muzicală solidă și identitate instituțională clară, Filarmonica de Stat Oradea fiind un reper cultural al municipiului și al județului Bihor, cu rol esențial în viața muzicală regională.
- Autonomie profesională în configurarea repertoriului și a programelor, ceea ce permite adaptarea ofertei artistice la profilul publicului și la obiectivele asumate prin proiectul de management.
- Colectiv artistic valoros (orchestră, cor, colaboratori; din septembrie 2025 inclusiv cor de copii), cu experiență și vizibilitate profesională, capabil să susțină programe simfonice, vocal-simfonice, corale și camerale diverse.

- Capacitate de organizare a unor programe variate, de la repertoriul clasic și romantic la proiecte tematice, educative, vocal-simfonice, crossover și evenimente în spații alternative.
- Poziționare favorabilă a instituției în oraș, sediul fiind accesibil publicului local și turiștilor, într-un context urban cu atractivitate culturală și turistică în creștere.
- Rețea stabilă de parteneriate locale și regionale (instituții de cultură, universități, școli, organizații de promovare turistică, autorități locale și județene), care susține dezvoltarea proiectelor artistice și educative.
- Deschidere către colaborări naționale și transfrontaliere, facilitând schimburi artistice, invitați valoroși și consolidarea profilului instituției în regiune.
- Capacitate internă de producție foto-video și conținut promoțional, ceea ce oferă flexibilitate, rapiditate și coerență în promovarea evenimentelor.
- Creștere semnificativă a performanței în comunicarea digitală, inclusiv pe platformele social media, prin adaptarea conținutului la publicuri diferite (Facebook, Instagram, TikTok din mai 2025), fără renunțarea la profilul cultural al instituției.
- Îmbunătățirea indicatorilor de interes real în mediul online, reflectată prin creșterea interacțiunilor, vizualizărilor și a timpului de vizionare (inclusiv indicatori relevanți precum vizionările de minimum 1 minut), ceea ce arată o relație mai profundă cu publicul, nu doar expunere.
- Extinderea comunicării către publicul tânăr, prin conținut adaptat platformelor folosite de acesta, contribuind la creșterea familiarității și accesibilității Filarmonicii.
- Bază de public fidel deja formată, la care se adaugă semnale de atragere a unor segmente noi de public, inclusiv din mediul online.
- Existența instituțiilor de învățământ cu profil muzical în Oradea, care creează premise pentru formarea de public și pentru dezvoltarea viitoare a resursei umane artistice.
- Susținere instituțională din partea autorităților publice locale și județene, Filarmonica fiind recunoscută ca instituție strategică pentru viața culturală a comunității.
- Capacitate de integrare a actului artistic în proiecte cu dimensiune educativă și comunitară, ceea ce consolidează rolul public al instituției.

Puncte slabe

- Subdimensionarea unor structuri artistice, în special în raport cu cerințele repertoriului simfonic și vocal-sinfonic amplu, ceea ce poate limita flexibilitatea programării artistice.
- Subdimensionarea personalului administrativ și de suport, cu impact asupra ritmului de implementare a unor activități (logistică, producție, dezvoltare de proiecte, relații externe, atragere finanțări).
- Presiune operațională ridicată asupra echipei de comunicare și promovare, în condițiile creșterii volumului de conținut și a nevoii de prezență constantă pe mai multe platforme.
- Necesitatea consolidării competențelor digitale și de analiză de date la nivelul unor structuri administrative, pentru a susține mai eficient procesele de digitalizare și comunicare strategică.
- Infrastructură care necesită modernizare continuă (spații, dotări tehnice, infrastructură IT, condiții pentru repetiții și producție), în raport cu standardele actuale de performanță artistică și de experiență a publicului.
- Dotare insuficientă cu unele instrumente și echipamente muzicale, ceea ce poate genera costuri suplimentare (închirieri, soluții alternative) sau limitări repertoriale.
- Număr limitat de partituri/orchestrări proprii pentru anumite proiecte, aspect care poate influența viteza de reacție și diversificarea repertorială.
- Dependenta semnificativă de finanțarea publică, în condițiile în care atragerea de sponsorizări și finanțări alternative rămâne dificilă în zona muzicii culte.
- Dificultăți în recrutarea și retenția personalului calificat, atât în zona artistică, cât și în zona tehnică/administrativă, pe fondul competiției cu alte instituții sau piețe mai atractive.
- Nevoia de extindere a colaborărilor internaționale structurale (nu doar punctuale), pentru creșterea vizibilității instituției în rețele culturale europene și acces mai bun la programe de mobilitate/cooperare.
- Necesitatea unei segmentări și mai fine a publicului (inclusiv pe categorii de vârstă și tip de conținut), pentru eficientizarea ofertei culturale și a comunicării.

Oportunități

- Dezvoltarea accelerată a comunicării digitale și a consumului de conținut video scurt, care permite Filarmonicii să atragă public nou, în special tineri, prin formate adaptate și conținut cultural bine contextualizat.
- Transformarea interesului online în participare culturală reală, prin strategii integrate de tip: teaser digital – explicare – invitație – experiență în sală.
- Consolidarea prezenței pe TikTok și Instagram ca instrumente de dezvoltare a publicului tânăr, complementare publicului fidel de pe Facebook.
- Valorificarea indicatorilor buni de performanță online (vizualizări, interacțiuni, timp de vizionare) pentru întărirea argumentației instituționale privind relevanța publică și eficiența comunicării.
- Creșterea atractivității culturale și turistice a Oradei, care poate susține dezvoltarea publicului ocazional/turistic și integrarea concertelor în pachete culturale urbane.
- Parteneriate cu APTOR / Visit Oradea, Oradea Heritage și alte structuri locale, pentru promovare comună, evenimente în spații neconvenționale și creșterea vizibilității instituției.
- Extinderea proiectelor educative și a programelor pentru copii și tineri, inclusiv prin valorificarea dezvoltării Corului de Copii al Filarmonicii și a relațiilor cu școlile.
- Dezvoltarea de proiecte interdisciplinare și comunitare, care pot atrage public nou și pot întări rolul social al instituției.
- Acces la finanțări nerambursabile (AFCN, programe naționale, europene, private) pentru proiecte educative, digitale, de mobilitate artistică și dotări.
- Cooperare transfrontalieră și regională (inclusiv în zona Oradea–Debrețin), cu potențial de proiecte comune, schimburi artistice și consolidare a vizibilității internaționale.
- Existența unui ecosistem local educațional muzical (Liceul de Arte, universități), care oferă oportunități de formare a publicului și de selecție a tinerelor talente.
- Posibilitatea diversificării surselor de venituri proprii, prin dezvoltarea de produse culturale complementare (abonamente tematice, campanii dedicate, evenimente speciale, proiecte corporate/culturale).
- Creșterea interesului pentru conținut cultural „umanizat” (culise, repetiții, explicații), care poate fi valorificat pentru fidelizare și educație culturală.

- Consolidarea relației cu mass-media națională și regională, inclusiv prin vizibilitatea obținută în jurul subiectului atragerii publicului tânăr.
- Valorificarea statutului Filarmonicii ca instituție culturală de referință în Oradea, într-un oraș fără altă instituție simfonică similară, ceea ce oferă un avantaj de poziționare clar.

Amenințări

- Creșterea costurilor de producție artistică (onorarii, transport, cazare, materiale, utilități, servicii tehnice), cu impact direct asupra bugetului și asupra posibilității de a menține ritmul și amplitudinea programelor.
- Inflația și instabilitatea economică, care pot afecta atât bugetele publice, cât și disponibilitatea publicului de a cheltui pentru activități culturale.
- Concurența cu alte instituții culturale și organizatori privați, inclusiv din orașe apropiate (Cluj-Napoca, Timișoara, Arad, Satu Mare, Debrețin), în special pentru public, artiști invitați și resurse.
- Concurența foarte puternică în mediul digital pentru atenția publicului, unde instituțiile culturale concurează cu forme de divertisment rapid și cu bugete mari de promovare.
- Riscul fragmentării publicului prin suprapunerea calendarelor culturale locale și regionale, ceea ce poate reduce vizibilitatea și participarea la unele evenimente.
- Onorarii ridicate ale unor artiști invitați și costuri logistice asociate, care pot limita accesul la anumite colaborări artistice de prestigiu.
- Implicare încă modestă a mediului privat în sponsorizarea muzicii culte, ceea ce menține presiunea pe bugetul public și reduce marja de dezvoltare.
- Dificultăți în atragerea și păstrarea tinerelor talente, care pot prefera instituții/orașe cu resurse financiare mai mari sau infrastructură mai puternică.
- Schimbări legislative, administrative sau de priorități bugetare, care pot influența stabilitatea finanțării și continuitatea unor programe culturale.
- Suprasolicitarea echipei interne, în special în perioade cu densitate mare de activitate, ceea ce poate afecta ritmul de implementare și calitatea unor procese suport.
- Ritmul rapid de schimbare a platformelor digitale și a algoritmilor, care impune adaptare continuă și poate afecta vizibilitatea dacă instituția nu investește constant în competențe și resurse.

- Posibile situații neprevăzute (sanitare, economice, sociale) care pot afecta desfășurarea concertelor și planificarea artistică.
- Creșterea așteptărilor publicului privind experiența completă de consum cultural (comunicare, confort, interacțiune, calitate tehnică), ceea ce pune presiune suplimentară pe infrastructură și pe buget.
- Competiția pentru finanțări nerambursabile între instituțiile culturale, care poate reduce rata de succes a proiectelor dacă nu există resursă dedicată de scriere și management de proiect.

3. Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia

În perioada de raportare aferentă noului contract de management (**01.06.2025 – 31.12.2025**), imaginea Filarmonicii de Stat Oradea a fost consolidată printr-o combinație de factori artistici, instituționali și de comunicare publică.

În anul 2025, imaginea culturală a instituției s-a bazat în continuare pe:

- calitatea producțiilor artistice oferite publicului;
- colaborarea cu soliști și dirijori invitați cu recunoaștere națională și internațională;
- diversitatea repertorială, de la programe simfonice și vocal-simfonice la proiecte tematice, educative și evenimente în spații neconvenționale;
- comunicarea publică adaptată platformelor digitale, cu accent pe accesibilitate, familiaritate și apropierea de publicul tânăr.

Succesul acestor direcții a depins de calitatea colectivului artistic, de resursele financiare disponibile, de capacitatea de organizare și de continuitatea eforturilor de promovare.

În perioada analizată, Filarmonica de Stat Oradea și-a menținut și consolidat statutul de instituție de concerte profesionistă, cu rol central în viața culturală locală și regională, îmbinând prestigiul artistic cu o comunicare publică modernă și mai bine segmentată.

Metode de promovare și consolidare a imaginii în 2025

a) Promovare clasică

Filarmonica a continuat utilizarea canalelor clasice de promovare, esențiale pentru publicul fidel și pentru vizibilitatea instituțională:

- transmiterea de comunicate de presă către partenerii media locali și naționali;
- realizarea și distribuirea de afișe și materiale promoționale;
- participarea la interviuri, emisiuni radio-TV și apariții publice;

- organizarea de conferințe de presă și comunicări publice dedicate proiectelor relevante ale instituției.

Această componentă a rămas importantă în construirea credibilității instituționale și în menținerea relației cu publicul tradițional și cu presa culturală.

b) Prezență online și comunicare digitală

În anul 2025, comunicarea digitală a reprezentat una dintre direcțiile cele mai dinamice de dezvoltare a imaginii instituției.

Filarmonica a menținut o prezență activă și coerentă prin:

- site-ul oficial al instituției;
- pagina de Facebook;
- contul de Instagram;
- contul de TikTok;
- conținut video și vizual realizat intern;
- extinderea comunicării către formate potrivite publicului tânăr (inclusiv conținut adaptat platformelor cu ritm rapid de consum).

Strategia de comunicare online a urmărit:

- păstrarea identității culturale și a standardului instituțional;
- prezentarea activității artistice într-o formă mai accesibilă și mai apropiată de public;
- creșterea gradului de interacțiune reală (nu doar expunere);
- transformarea interesului online în participare efectivă la concerte.

Un element important al anului 2025 a fost accentul pus pe umanizarea comunicării: repetiții, fragmente de concert, imagini din culise, momente de atmosferă, materiale video scurte și clare, adaptate fiecărei platforme.

c) Parteneriate media

Filarmonica a continuat colaborările cu:

- posturi locale și regionale de radio și televiziune;
- publicații și platforme online;
- parteneri media culturali;
- canale de promovare ale partenerilor instituționali și turistici.

Prezența mediatică a instituției a susținut nu doar promovarea concertelor, ci și consolidarea unei imagini publice coerente: instituție culturală profesionistă, activă, deschisă către comunitate, dar fidelă misiunii sale artistice.

În anul 2025, evoluția imaginii instituției în mediul online a fost susținută de o creștere semnificativă a vizibilității și a interacțiunii cu publicul, atât pe Facebook, cât și pe Instagram.



Facebook – consolidarea publicului și creșterea interesului real

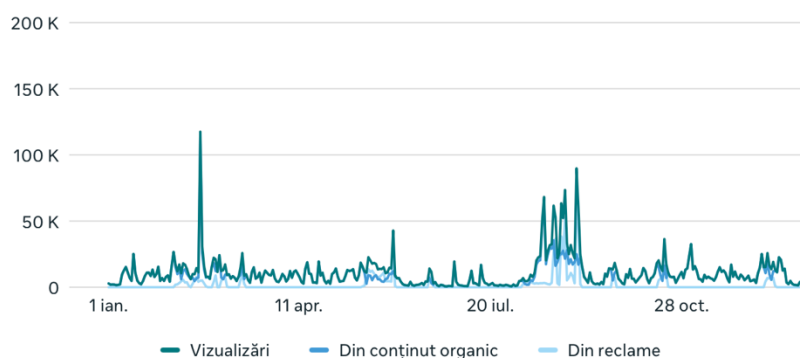
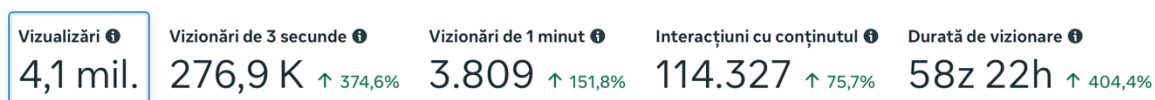
Datele de audiență și de performanță indică o evoluție pozitivă:

- Urmăritori Facebook: 14.745
- audiență predominant feminină (aprox. 68,3%);

- public majoritar din Oradea (peste 50%) și din România (aprox. 89,6%);
- segmentele de vârstă cele mai reprezentate: 35–44 și 45–54, cu prezență relevantă și în alte categorii.

Indicatorii de conținut pentru 2025 evidențiază:

- 4.092.166 vizualizări totale ale conținutului;
- dintre care 3.340.340 din conținut organic și 751.826 din reclame;
- 276,9K vizionări de 3 secunde (+374,6%);
- 3.809 vizionări de minimum 1 minut (+151,8%);
- 114.327 interacțiuni cu conținutul (+75,7%);
- durată totală de vizionare: 587 zile și 22 ore (+404,4%).



Defalcare în funcție de vizualizări
1 ian. 2025 – 31 dec. 2025

Total
4.092.166

Din conținut organic
3.340.340

Din reclame
751.826

Spectatori

--

Un indicator deosebit de important pentru evaluarea imaginii instituției este creșterea de 151,8% la vizionările de minimum 1 minut. Acest indicator arată nu doar expunere,

ci interes real: publicul nu doar vede conținutul, ci se oprește, urmărește și procesează mesajul transmis.

Această evoluție confirmă faptul că strategia de conținut a devenit mai eficientă și mai relevantă pentru publicul online.

Instagram – creștere de impact și consolidarea comunicării vizuale

Și pe Instagram, performanța comunicării a crescut semnificativ în 2025:

- Urmăritori Instagram: aprox. 2.626–2.627
- audiență predominant feminină (aprox. 66,2%);
- public concentrat în special în categoriile 25–34 și 35–44;
- nucleu geografic principal: Oradea (aprox. 45,5%) și România (aprox. 82,6%).

Indicatorii de conținut arată:

- 653.349 vizualizări totale;
- 646.815 vizualizări organice și 6.534 din promovare plătită;
- Impact (reach): 86,7K (+133,9% față de anul precedent);
- 11.151 interacțiuni cu conținutul (+100%).

Prezentare generală a conținutului

Defalcare: Organic/reclame ▼

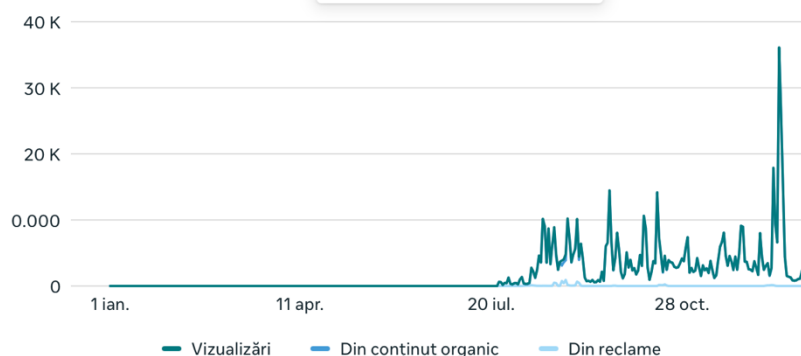
Toate Postări Povești

Vizualizări  **653,3 K**

Impact  **86,7 K** ↑ 133,9%

Interacțiuni cu conținutul  **11.151** ↑ 100%

versus 2 ian. 2024 – 31 dec. 2024



Defalcare în funcție de vizualizări

1 ian. 2025 – 31 dec. 2025

Total

653.349

Din conținut organic

646.815

Din reclame

6.534

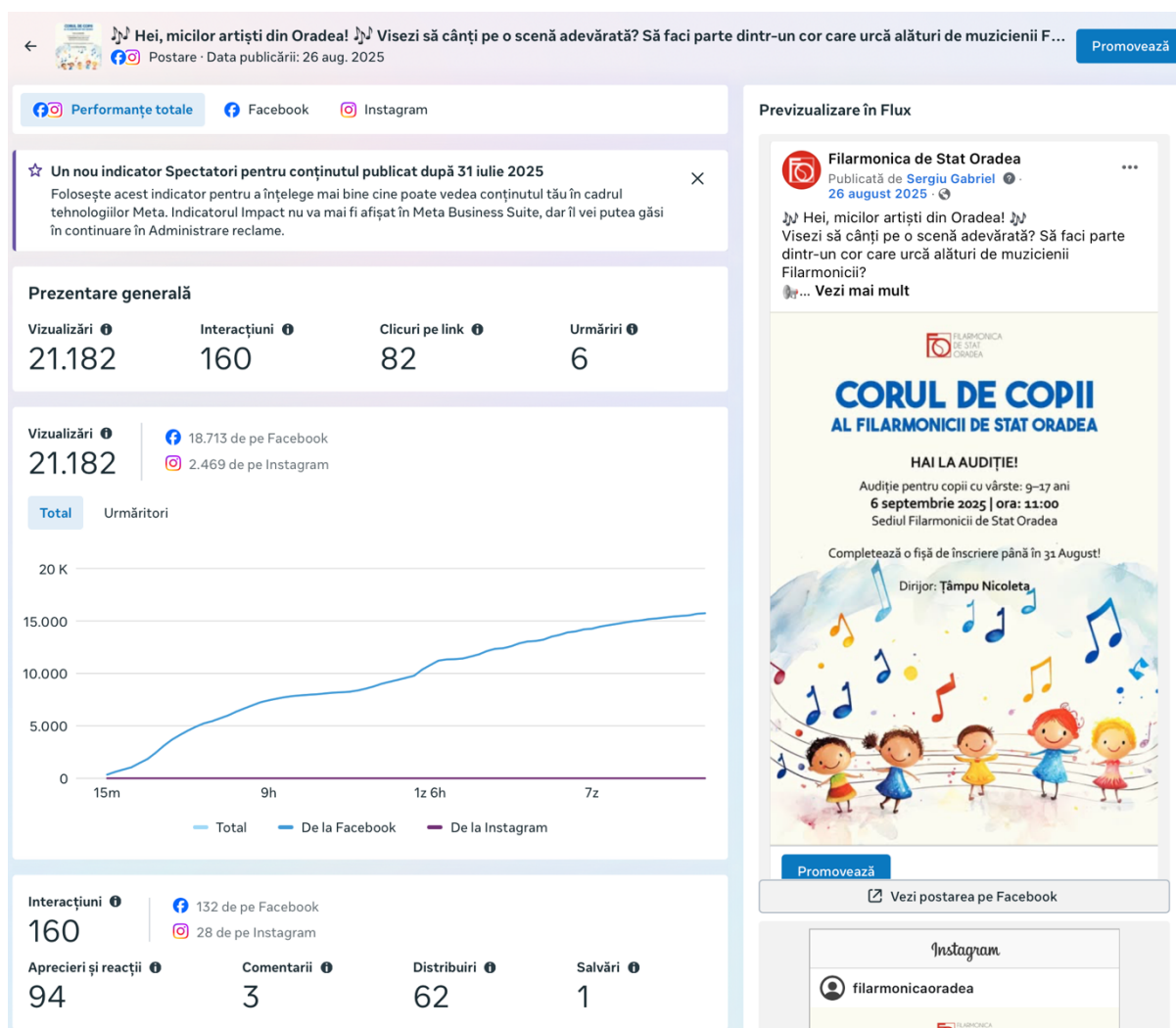
Aceste date confirmă faptul că Instagram a devenit un canal eficient de consolidare a imaginii vizuale a instituției, de comunicare rapidă a evenimentelor și de apropiere de publicuri mai tinere și active online.

Campanii și postări cu impact ridicat

Un exemplu relevant pentru 2025 îl reprezintă campaniile de interes comunitar și educativ, inclusiv cele dedicate copiilor și familiilor.

O postare de recrutare/promovare pentru Corul de Copii al Filarmonicii de Stat Oradea a generat:

- 21.182 vizualizări totale (din care 18.713 pe Facebook și 2.469 pe Instagram),
- 160 interacțiuni,
- 82 clicuri pe link,
- 62 distribuiri.



Acest tip de rezultat indică nu doar vizibilitate, ci și capacitatea instituției de a mobiliza interes în jurul unor proiecte cu rol formativ și de viitor.

Dezvoltarea și continuitatea identității vizuale

În anul 2025, Filarmonica a continuat utilizarea identității vizuale instituționale adoptate anterior, inspirată de estetica Art Nouveau specifică orașului Oradea.

Păstrarea unei identități vizuale unitare (siglă, monogramă, linie grafică, coerență a materialelor promoționale) a contribuit la:

- recunoașterea rapidă a instituției în spațiul public;
- profesionalizarea comunicării;
- consolidarea asocierii dintre Filarmonică și identitatea culturală a orașului.

În paralel, această identitate a fost valorificată într-un mod mai flexibil în mediul digital, prin adaptarea formatelor grafice și video la specificul fiecărei platforme.

Măsurile luate pentru îmbunătățirea imaginii în 2025 (cu accent pe 01.06–31.12.2025)

În perioada de raportare, instituția a implementat și consolidat mai multe măsuri concrete pentru îmbunătățirea imaginii publice:

a) Consolidarea comunicării audio-vizuale

- creșterea ponderii materialelor video și vizuale în promovare;
- realizarea de conținut adaptat platformelor (Facebook, Instagram, TikTok formate scurte pentru public tânăr);
- punerea în valoare a culiselor, repetițiilor și atmosferei de concert.

b) Comunicarea diferențiată pe categorii de public

- menținerea unei comunicări mai instituționale pentru publicul tradițional și partenerii oficiali;
- dezvoltarea unei comunicări mai dinamice, vizuale și accesibile pentru publicul tânăr;
- promovarea proiectelor cu componentă educativă și comunitară (copii, elevi, familii).

c) Creșterea vizibilității prin parteneriate și apariții media

- colaborarea constantă cu media locală și regională;
- promovarea concertelor și proiectelor speciale prin canale partenere;
- susținerea prezenței publice a instituției în contextul evenimentelor relevante pentru comunitate.

d) Menținerea standardului artistic ca element central de imagine

Imaginea Filarmonicii a fost consolidată în primul rând prin calitatea actului artistic. Comunicarea a funcționat ca instrument de mediere și accesibilizare, fără a afecta profilul cultural și exigența repertorială a instituției.

e) Promovarea proiectelor cu rol educativ și de formare de public

Campaniile dedicate copiilor, adolescenților și familiilor au avut un rol important în lărgirea bazei de public și în consolidarea imaginii Filarmonicii ca instituție culturală accesibilă și implicată în comunitate.

Vânzarea și promovarea biletelor (2025)

Filarmonica a menținut în 2025 un sistem mixt de vânzare și promovare a biletelor:

- vânzare directă la casierie, cu opțiuni de plată adaptate publicului;
- vânzare online prin platforme specializate (din august 2025 pe <https://www.poftimcultura.ro/home>), utilă în special pentru publicul activ digital și pentru publicul din afara orașului;
- promovarea concertelor prin campanii integrate (afiș + social media + comunicate + parteneri media).

Canalul online de ticketing a rămas esențial pentru modernizarea relației cu publicul și pentru creșterea accesibilității.

În perioada 01.06.2025 – 31.12.2025, Filarmonica de Stat Oradea a continuat să își consolideze imaginea de instituție culturală profesionistă, relevantă și activă în comunitate.

Evoluția imaginii instituției în 2025 este caracterizată de:

- continuitate artistică și instituțională;
- creșterea performanței în comunicarea digitală;
- dezvoltarea relației cu publicul tânăr, fără pierderea publicului fidel;
- consolidarea indicatorilor de interes real (nu doar de expunere);
- creșterea vizibilității proiectelor cu rol educativ și comunitar.

Prin aceste măsuri, Filarmonica și-a întărit profilul de instituție modernă în comunicare, dar fidelă misiunii sale culturale.

4. Măsuri luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari

În perioada de raportare (01.06.2025 – 31.12.2025), Filarmonica de Stat Oradea a continuat și a aprofundat procesul de cunoaștere a categoriilor de beneficiari, prin combinarea metodelor clasice de relație cu publicul cu analiza datelor generate de canalele digitale și de sistemele de vânzare bilete.

Obiectivul principal a fost adaptarea permanentă a ofertei culturale și a modului de comunicare la profilul real al publicului, în condițiile unei diversificări evidente a categoriilor de beneficiari (public fidel, public tânăr, familii, copii, public ocazional/turistic, public online).

a) Comunicare directă și constantă cu beneficiarii

Instituția a menținut canalele de comunicare deja consolidate:

- telefon;
- e-mail;
- casierie;
- mesaje și comentarii pe Facebook și Instagram;
- comunicare prin intermediul platformelor digitale de promovare.

Publicul a transmis constant solicitări privind programele, repertoriul, biletele, accesul la evenimente și proiectele educative, iar aceste interacțiuni au fost utilizate în mod practic pentru ajustarea comunicării și a organizării.

b) Feedback și interacțiune după evenimente

Filarmonica a continuat să valorifice feedback-ul primit:

- prin comentarii și mesaje private în social media;
- prin reacții directe ale publicului după concerte;
- prin dialogul cu spectatorii la casierie și în incinta instituției.

Acest tip de feedback a contribuit la:

- identificarea preferințelor de repertoriu;
- înțelegerea așteptărilor legate de programare și comunicare;
- adaptarea tonului și conținutului mesajelor publice.

c) Monitorizarea datelor din platformele online

În 2025, analiza datelor generate de platformele digitale a devenit un instrument esențial pentru cunoașterea beneficiarilor.

Au fost monitorizate în mod constant:

- segmentele de vârstă;
- distribuția pe gen;
- localizarea geografică (oraș/țară);
- tipurile de conținut care generează interes și retenție;
- nivelul de interacțiune și timpul de vizionare.

Date relevante de audiență (2025)

Analiza indicatorilor digitali arată o structură de public bine conturată:

Facebook

- 14.745 urmăritori
- public majoritar feminin (68,3%)
- concentrare geografică în Oradea (51,8%) și România (89,6%)
- segmente de vârstă dominante: 35–44 și 45–54

Instagram

- aprox. 2.627 urmăritori
- public majoritar feminin (66,2%)
- segmente de vârstă dominante: 25–34 și 35–44
- concentrare geografică în Oradea (aprox. 45,5%) și România (aprox. 82,6%)

Aceste date au susținut o mai bună segmentare a comunicării:

- Facebook – canal important pentru publicul fidel și publicul matur;
- Instagram – canal eficient pentru segmentul adult tânăr și pentru comunicarea vizuală rapidă;
- formatele video scurte și postările dinamice – utile pentru atragerea de public nou și pentru proiectele cu componentă educativă.

d) Utilizarea indicatorilor de retenție și interes real

Un progres important în 2025 a fost utilizarea mai atentă a indicatorilor care măsoară calitatea atenției, nu doar numărul de afișări.

În acest sens, indicatori precum:

- vizionările de minimum 1 minut,
- durata totală de vizionare,
- rata de interacțiune,
- distribuirea conținutului

au fost interpretați ca semne ale interesului real al publicului pentru conținutul Filarmonicii.

Creșterea de 151,8% a vizionărilor de minimum 1 minut pe Facebook reprezintă un exemplu relevant pentru această abordare și indică o relație mai consistentă între instituție și publicul online.

e) Corelarea datelor digitale cu comportamentul de consum cultural

Datele din platformele online au fost analizate în paralel cu:

- dinamica vânzărilor de bilete;
- interesul pentru anumite tipuri de concerte;
- reacțiile publicului la proiectele speciale;
- comportamentul de participare (public fidel / public nou / public de proiect).

Această corelare a permis instituției:

- să își calibreze mai bine campaniile de promovare;
- să identifice tipuri de conținut cu impact crescut;
- să susțină dezvoltarea publicului pe termen mediu și lung.

f) Proiecte dedicate copiilor, tinerilor – instrument de cunoaștere și dezvoltare a publicului

În 2025, proiectele cu componentă educativă au continuat să joace un rol esențial în cunoașterea publicului și în lărgirea bazei de beneficiari.

Promovarea și reacțiile obținute în jurul proiectelor dedicate copiilor (inclusiv campaniile pentru Corul de Copii) au oferit instituției informații valoroase despre:

- interesul familiilor pentru programe culturale;
- canalele cele mai eficiente pentru comunicarea cu părinții;
- tipurile de mesaj care generează încredere și participare.

În acest sens, Filarmonica a folosit comunicarea digitală nu doar ca instrument de promovare, ci și ca instrument de observare și înțelegere a comunității.

g) Menținerea și extinderea relației cu comunitatea

Cunoașterea beneficiarilor a fost sprijinită și de:

- colaborările cu școli, licee și universități;
- proiectele educative și comunitare;
- dialogul constant cu publicul și partenerii locali.

Aceste relații au contribuit la o mai bună înțelegere a nevoilor culturale locale și la adaptarea ofertei instituției în funcție de publicurile reale ale orașului și regiunii.

În perioada 01.06.2025 – 31.12.2025, Filarmonica de Stat Oradea a consolidat un model de lucru bazat pe:

- comunicare directă cu publicul;
- analiză de date digitale;
- monitorizarea indicatorilor de interes real;
- corelarea datelor de promovare cu participarea la evenimente;

- proiecte educative și comunitare ca instrumente de dezvoltare de public.

Această abordare a permis instituției:

- să își adapteze mai eficient comunicarea;
- să înțeleagă mai bine profilul beneficiarilor;
- să susțină atragerea publicului tânăr;
- să mențină relația cu publicul fidel;
- să își consolideze rolul de instituție culturală relevantă și accesibilă.

5. Grupurile-țintă ale activităților instituției

Filarmonica de Stat Oradea își desfășoară activitatea în raport cu un public divers, format atât din consumatori tradiționali de muzică clasică, cât și din segmente noi de public, atrase prin proiecte educative, evenimente tematice și comunicare digitală adaptată.

În perioada de raportare aferentă noului contract de management (01.06.2025–31.12.2025), instituția a urmărit consolidarea relației cu publicul fidel, dar și extinderea către categorii noi de beneficiari, în special tineri, familii și public ocazional.

Definirea grupurilor-țintă are la bază:

- observația directă a comportamentului de participare la concerte;
- feedback-ul transmis de public;
- analiza interacțiunilor din mediul online;
- datele socio-demografice disponibile prin platformele digitale (Facebook/Instagram);
- experiența acumulată în organizarea programelor educative și a proiectelor speciale.

Publicul fidel (melomanii cunoscători)

Acesta reprezintă nucleul tradițional al publicului Filarmonicii și una dintre cele mai importante categorii de beneficiari, fiind un public cu interes constant pentru muzica clasică, cu participare frecventă la concerte, cu interes pentru repertoriul simfonic, vocal-sinfonic, coral și cameral și receptivitate la abonamente și la programarea stagiunii pe termen mai lung. În plan socio-demografic, acest segment include în principal adulți și seniori, cu pondere importantă în categoriile de vârstă 35–44, 45–54, 55–64 și 65+, aspect confirmat și de datele de audiență online (în special Facebook).

Publicul fidel:

- urmărește programul Filarmonicii în mod constant;
- își planifică participarea din timp;

- reacționează la lansarea abonamentelor și la anunțarea concertelor speciale;
- apreciază continuitatea repertorială și standardul artistic ridicat;
- menține o relație stabilă cu instituția, inclusiv prin interacțiune directă (casierie, mesaje, feedback post-eveniment).

În perioada 01.06–31.12.2025, acest segment a rămas stabil și relevant pentru activitatea instituției, continuând să susțină consistent concertele din stagiune. Totodată, s-a observat o mai bună conectare a acestui public și la comunicarea online (în special Facebook), unde publicul matur a rămas receptiv la:

- informații despre repertoriu;
- materiale video explicative / promoționale;
- anunțuri privind programul și biletele;
- postări legate de artiști invitați și proiecte speciale.

Publicul tânăr (copii, adolescenți, studenți și tineri adulți)

În anul 2025, publicul tânăr a reprezentat una dintre direcțiile prioritare de dezvoltare a publicului, atât din perspectivă artistică, cât și din perspectivă strategică.

Această categorie include mai multe subsegmente, cu motivații și comportamente diferite:

a) Copii (aprox. 5–14 ani)

Pentru acest segment, accesul la Filarmonică se realizează în principal prin:

- concerte educative;
- proiecte dedicate copiilor;
- participarea în grupuri organizate (școli/grădinițe);
- recomandarea profesorilor și a părinților;
- evenimente cu componentă vizuală și narativă accesibilă.

În 2025, proiectele dedicate copiilor au continuat să aibă rol dublu: de formare de public pe termen lung și de consolidarea relației cu familiile și mediul educațional.

Campaniile de promovare pentru proiectele dedicate copiilor (inclusiv cele legate de Corul de Copii al Filarmonicii) au generat vizibilitate și interacțiuni relevante, ceea ce confirmă potențialul de creștere al acestui segment.

b) Adolescenți și tineri (aprox. 15–25 ani)

Acest segment este influențat de mediul educațional (școală, liceu, universitate), de recomandările colegilor, profesorilor și prietenilor, de prezența instituției în social media și de tipul de prezentare a evenimentelor (format, ritm, accesibilitate a mesajului).

Tinerii reacționează mai bine la un conținut vizual și video scurt, cu teme accesibile sau bine contextualizate, la proiecte speciale și evenimente cu componentă de noutate.

c) Tineri adulți (aprox. 25–34 ani)

Analiza datelor de pe Instagram arată că segmentul 25–34 este unul dintre cele mai reprezentate în audiența online a Filarmonicii, ceea ce îl transformă într-un grup-țintă strategic.

Acest segment:

- consumă rapid conținutul digital;
- reacționează la identitate vizuală coerentă și materiale bine realizate;
- poate fi convertit mai ușor în public de sală atunci când există comunicare clară, conținut relevant și proiecte atractive.

În perioada de raportare s-a remarcat:

- creșterea vizibilității instituției în rândul publicului tânăr;
- interacțiune online mai consistentă cu conținutul Filarmonicii;
- receptivitate crescută la proiecte educative și la campanii adresate copiilor/familiilor;
- consolidarea rolului Instagram (și a formatelor vizuale/video) ca instrument de apropiere de acest segment.

Publicul ocazional este format din persoane care nu participă regulat la concertele Filarmonicii, dar care sunt atrase de anumite evenimente sau contexte speciale.

Acest segment este eterogen:

- vârste și profesii diferite;
- niveluri diferite de familiaritate cu muzica clasică;
- participare punctuală, determinată de tema evenimentului, invitați, locație sau context social.

Publicul ocazional este atras în special de:

- concerte tematice;
- evenimente festive (Crăciun, Anul Nou etc.);
- proiecte crossover / pop-simfonice;
- concerte în spații neconvenționale;
- evenimente intens promovate în media și social media;
- recomandări venite din cercul social.

În semestrul II al anului 2025, acest segment a fost deosebit de important în contextul:

- proiectelor estivale;

- proiectelor cu deschidere spre comunitate;
- concertelor cu componentă de accesibilitate crescută;
- campaniilor digitale care au extins expunerea instituției către publicuri non-tradiționale.

O parte a acestui public poate fi convertită, în timp, în public recurent, dacă experiența artistică este pozitivă și dacă instituția menține o comunicare post-eveniment eficientă.

Publicul senior (65+) rămâne un segment important și stabil al beneficiarilor Filarmonicii de Stat Oradea. Această categorie prezintă interes ridicat pentru activități culturale de calitate, preferință pentru repertoriul consacrat, având o participare constantă, în special la concerte simfonice și vocal-simfonice, manifestând o relație de fidelitate cu instituția, construită în timp. De asemenea utilizează frecvent sistemul clasic de achiziție a билетelor (casierie), răspunde pozitiv la abonamente și la programarea clară a stagiunii, fiind receptiv la promovarea prin canale clasice (afișe, presă, radio/TV), dar și la comunicarea digitală de tip informativ (în special Facebook).

În 2025, segmentul familiilor și publicul parental (segment strategic în dezvoltare) a devenit tot mai vizibil și relevant, mai ales în jurul proiectelor pentru copii și al campaniilor dedicate activităților educative. Acest segment include părinți cu copii de vârstă școlară, manifestă în special interes pentru activități culturale formative, reacționând cu sensibilitate la mesajele care pun accent pe educație, siguranță, comunitate și dezvoltare armonioasă.

Relevanță pentru instituție

Acest segment are o importanță strategică deoarece:

- susține participarea la concertele educative;
- facilitează formarea publicului de mâine;
- contribuie la extinderea imaginii Filarmonicii ca instituție accesibilă și apropiată de comunitate.

Campaniile pentru Corul de Copii și proiectele adresate copiilor/familiilor au demonstrat că acest grup reacționează bine la comunicare clară și empatică, informație practică (înscriere, program, condiții), conținut vizual atractiv, recomandări în rețele sociale.

Pe lângă segmentele clasice de public, în 2025 s-a conturat tot mai clar un segment transversal – publicul general activ online, format din persoane care interacționează cu instituția în mediul digital, chiar dacă nu participă imediat la concerte.

Acest segment include:

- urmăritori ai paginilor instituției;

- persoane care consumă conținut video și vizual;
- utilizatori care distribuie sau recomandă evenimente;
- public interesat de imaginea culturală a orașului și de proiectele Filarmonicii.

Acest segment este relevant deoarece:

- crește vizibilitatea organică a instituției;
- funcționează ca multiplicator de mesaj;
- poate fi convertit în public de sală prin campanii coerente;
- contribuie la consolidarea imaginii publice a Filarmonicii.

Creșterea indicatorilor de retenție și interacțiune în 2025 (inclusiv vizionările de minimum 1 minut și durata de vizionare) arată că acest public nu este doar „de suprafață”, ci poate dezvolta o relație reală cu instituția.

În perioada 01.06.2025–31.12.2025, Filarmonica de Stat Oradea și-a desfășurat activitatea adresându-se unor grupuri-țintă complementare, cu nevoi și comportamente diferite, dar care pot fi conectate printr-o strategie coerentă de programare artistică și comunicare.

Principalele direcții rezultate din analiza grupurilor-țintă sunt:

- Menținerea și fidelizarea publicului tradițional, prin continuitate repertorială, calitate artistică și comunicare clară.
- Consolidarea segmentului tânăr, prin proiecte educative, conținut digital adaptat și parteneriate cu mediul educațional.
- Valorificarea publicului ocazional, prin evenimente tematice și campanii de promovare bine țintite.
- Dezvoltarea segmentului familiilor, ca direcție strategică de formare de public pe termen lung.
- Transformarea publicului online în public de sală, prin utilizarea comunicării digitale ca punte către experiența concertistică directă.

Analiza anului 2025 confirmă faptul că Filarmonica de Stat Oradea dispune de o bază solidă de public, dar și de un potențial real de extindere, în special prin proiecte educative, comunicare digitală inteligentă și diversificarea formatelor de prezentare a activității artistice.

6. Profilul beneficiarului actual

Filarmonica de Stat Oradea, asemenea celorlalte filarmonici din țară, are misiunea de a promova creațiile muzicii culte românești și universale, răspunzând nevoilor publicului

meloman din Oradea și județul Bihor, dar și publicului ocazional sau nou format prin proiecte educative și comunicare culturală modernă.

În perioada de raportare aferentă noului contract de management (01.06.2025–31.12.2025), instituția a urmărit profilul beneficiarului actual prin:

- observarea directă a publicului prezent la concerte;
- analiza datelor din mediul online (Facebook, Instagram);
- corelarea cu datele din platformele de ticketing;
- feedback-ul primit prin comunicare directă și social media;
- reacțiile la proiectele educative, comunitare și la campaniile dedicate copiilor și familiilor.

În analiza profilului beneficiarului, Filarmonica are în vedere atât publicul din municipiul Oradea, cât și publicul din zona metropolitană și din județ, în logica gradului de acces la evenimente (proximitate geografică și accesibilitate), precum și publicul digital, care devine tot mai relevant în procesul de formare și atragere a beneficiarilor.

6.1. Profil socio-demografic general al beneficiarului actual

Profilul beneficiarului actual al Filarmonicii de Stat Oradea este unul mixt, format din:

- public matur, cu experiență de consum cultural și interes constant pentru muzica clasică;
- public adult tânăr, în creștere, activ în mediul online și receptiv la comunicare vizuală și proiecte accesibile;
- public foarte tânăr (copii, elevi, adolescenți), aflat în proces de formare prin programe educative;
- public ocazional și familial, atras de evenimente tematice și de proiecte cu componentă comunitară.

Datele de audiență și interacțiune online din 2025 confirmă că publicul instituției este în continuare dominat de segmente adulte (în special 35–54 ani), dar cu o consolidare clară a segmentelor mai tinere, în special în mediul digital și în jurul proiectelor educative.

6.2. Categori de vârstă dominante (tendințe 2025)

a) Nucleul publicului: 35–54 ani

În perioada analizată, categoriile 35–44 ani și 45–54 ani au rămas esențiale pentru activitatea Filarmonicii, reprezentând nucleul stabil al publicului care:

- participă constant la concerte;

- urmărește programul instituției;
- reacționează la lansarea stagiunii și la concertele speciale;
- susține continuitatea activității prin prezență constantă și fidelizare.

Acest segment este bine reprezentat și în datele din social media, mai ales pe Facebook, unde publicul matur continuă să fie majoritar și activ.

b) Segmentul în creștere: 25–34 ani

Un element important al anului 2025 este consolidarea segmentului 25–34 ani, în special în mediul online, unde acest grup este foarte bine reprezentat pe Instagram și reacționează pozitiv la:

- conținut video scurt;
- prezentare vizuală coerentă;
- mesaje clare și apropiate de realitatea cotidiană;
- proiecte cu elemente de noutate sau componentă educativă/comunitară.

Acest segment are o importanță strategică majoră, deoarece reprezintă categoria cu cel mai mare potențial de transformare în public fidel pe termen mediu.

c) Segmentul 18–24 ani

Publicul între 18–24 ani este prezent, dar încă sub nivelul segmentelor adulte și al segmentului 25–34 ani.

Cu toate acestea, în 2025 se observă semnale pozitive:

- interes mai mare pentru conținut digital;
- reacții mai bune la proiecte tematice și la comunicare vizuală;
- disponibilitate mai mare de participare în context educativ sau comunitar.

Acest segment necesită în continuare strategii dedicate de atragere și fidelizare.

d) Publicul senior (65+)

Publicul senior rămâne un segment valoros și stabil, cu rol important în menținerea continuității publicului Filarmonicii.

Acest segment:

- participă constant la concerte;
- preferă repertoriul consacrat;
- reacționează bine la comunicarea clasică și la informația clară privind programul;
- utilizează în proporție mai mare achiziția de bilete prin casierie.

În contextul schimbării generale a comportamentului de consum cultural, segmentul senior necesită măsuri constante de fidelizare și comunicare adecvată.

6.3. Beneficiarii principali

Beneficiarii principali ai Filarmonicii de Stat Oradea rămân persoanele cu interes real pentru muzica cultă, cu participare constantă la concerte și cu disponibilitate pentru consum cultural recurent.

În această categorie se regăsesc, preponderent:

- adulți cu vârste între 35 și 65 de ani;
- persoane cu studii medii și superioare;
- public familiarizat cu repertoriul clasic și vocal-simfonic;
- spectatori care achiziționează bilete/abonamente și urmăresc în mod constant activitatea instituției.

Acest public apreciază:

- calitatea artistică;
- coerența repertorială;
- prestigiul artiștilor invitați;
- seriozitatea instituției;
- comunicarea clară și predictibilă.

În 2025, fidelizarea acestui segment a fost susținută atât prin menținerea standardului artistic, cât și prin îmbunătățirea comunicării (inclusiv online), care a devenit mai rapidă și mai accesibilă.

6.4. Beneficiarii secundari

Beneficiarii secundari sunt reprezentați de spectatorii ocazionali și de persoanele aflate în proces de apropiere de muzica clasică.

Acest segment include:

- adulți cu expunere culturală variată;
- persoane motivate de specificul unui eveniment (temă, invitat, locație);
- public care descoperă Filarmonica prin social media, recomandări sau evenimente speciale.

În perioada 01.06.2025–31.12.2025, acest segment a fost relevant în special pentru:

- proiecte de vară / evenimente în contexte mai accesibile;
- concerte tematice;

- campanii de promovare online cu expunere largă;
- proiecte cu componentă educativă sau comunitară.

Acest public are potențial ridicat de conversie către participare repetată, dacă experiența de concert este pozitivă și dacă relația cu instituția este continuată printr-o comunicare eficientă.

6.5. Publicul foarte tânăr (copii, elevi, adolescenți)

Publicul foarte tânăr reprezintă un segment strategic pentru dezvoltarea pe termen lung a beneficiarilor Filarmonicii.

În 2025, instituția a continuat să investească în acest segment prin:

- programe educative;
- proiecte dedicate copiilor;
- colaborări cu școli și instituții de învățământ;
- campanii de comunicare adresate familiilor și părinților.

Un element relevant în anul 2025 a fost interesul generat de proiectele dedicate copiilor și de campaniile pentru **Corul de Copii al Filarmonicii**, care au demonstrat capacitatea instituției de a atrage atenția familiilor și de a lărgi baza de public.

Această categorie este esențială nu doar ca beneficiar direct al proiectelor educative, ci și ca bază pentru formarea viitorului public al instituției.

6.6. Voluntariatul – categorie de sprijin și multiplicare a imaginii instituției

Voluntariatul rămâne un instrument important de apropiere a publicului tânăr de viața instituției și de consolidare a relației Filarmonicii cu comunitatea.

Prin implicarea voluntarilor:

- tinerii intră în contact direct cu activitatea artistică și organizatorică;
- instituția beneficiază de sprijin în zona de organizare și relație cu publicul;
- se creează un canal natural de promovare în rândul generațiilor tinere.

În logica profilului beneficiarului actual, voluntarii au un rol dublu:

1. beneficiari direcți ai experienței culturale și instituționale;
2. vectori de imagine și recomandare pentru publicul tânăr.

În 2025, această dimensiune rămâne relevantă și susține direcția strategică de formare a publicului pe termen lung.

6.7. Beneficiarii indirecti

Pe lângă publicul prezent efectiv la concerte, Filarmonica generează beneficii și pentru o categorie mai largă de beneficiari indirecti, care valorifică imaginea, prestigiul și activitatea instituției.

În această categorie intră:

- autoritățile publice locale și județene, care beneficiază de contribuția Filarmonicii la imaginea culturală a orașului și județului;
- instituțiile de învățământ muzical și universitar, ai căror elevi și studenți participă la proiecte, concerte și activități educative;
- instituțiile culturale partenere, implicate în proiecte comune;
- sectorul turistic și de promovare locală, prin integrarea Filarmonicii în imaginea culturală a Oradei;
- comunitatea locală, care beneficiază de acces la servicii culturale de calitate și de un climat cultural activ.

6.8. Atragerea publicului tânăr – evoluție și impact în 2025

Datele și observațiile din perioada de raportare confirmă continuarea procesului de întinerire și diversificare a publicului Filarmonicii, în special prin:

- comunicare digitală mai bine adaptată;
- proiecte educative;
- conținut vizual/video relevant;
- campanii cu componentă comunitară.

Un rol important l-a avut analiza indicatorilor de performanță digitală, care arată nu doar creștere a expunerii, ci și creștere a atenției reale (retenție, timp de vizionare, interacțiune).

Astfel, atragerea publicului tânăr în 2025 nu s-a bazat doar pe promovare intensă, ci pe o schimbare de abordare:

- adaptarea formatului de comunicare, fără diminuarea standardului cultural;
- creșterea accesibilității mesajului;
- prezentarea instituției într-o formă mai apropiată și mai umană.

Această direcție a contribuit la îmbunătățirea imaginii Filarmonicii și la extinderea bazei de beneficiari, în special în rândul segmentelor tinere și al familiilor.

Profilul beneficiarului actual al Filarmonicii de Stat Oradea, în perioada 01.06.2025–31.12.2025, este caracterizat printr-o structură mixtă și complementară:

- public matur și fidel, care rămâne baza stabilă a activității instituției;
- public adult tânăr (25–34 ani), în creștere și strategic pentru dezvoltarea viitoare;
- public foarte tânăr (copii/elevi/adolescenți), format prin proiecte educative;
- public ocazional și familial, atras prin proiecte tematice și comunicare accesibilă;
- public online, care poate fi transformat treptat în public de sală.

În anul 2025, Filarmonica de Stat Oradea a continuat să își diversifice publicul și să aprofundeze cunoașterea acestuia, utilizând atât instrumente clasice de relație cu beneficiarii, cât și instrumente digitale de analiză și segmentare.

Această evoluție confirmă o direcție pozitivă de dezvoltare instituțională: păstrarea nucleului tradițional de public, concomitent cu atragerea unor categorii noi, printr-o strategie care îmbină calitatea artistică, accesibilitatea comunicării și proiectele de formare a publicului.

Pentru perioada următoare, pe baza profilului beneficiarului actual, se recomandă:

- continuarea consolidării segmentului 25–34 ani, prin comunicare digitală și proiecte tematice;
- extinderea programelor pentru copii și familii, ca instrument de formare de public;
- menținerea unei comunicări diferențiate pentru publicul matur și senior;
- valorificarea mai eficientă a datelor din social media și ticketing pentru calibrarea programelor;
- continuarea transformării interesului online în participare reală la concerte.

B. Evoluția profesională a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia

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

Filarmonica de Stat Oradea își fundamentează activitatea profesională pe obiectivele asumate prin proiectul de management și pe misiunea instituțională de serviciu public cultural, urmărind corelarea constantă a programelor artistice și a activităților conexe cu politicile culturale la nivel național și cu direcțiile strategice ale autorității tutelare – Consiliul Județean Bihor.

În perioada de raportare aferentă noului contract de management (01.06.2025–31.12.2025), instituția a urmărit menținerea unui echilibru între:

- continuitatea repertorială și exigența artistică;
- dezvoltarea publicului și accesibilizarea comunicării;

- proiectele cu componentă educativă și comunitară;
- integrarea Filarmonicii în viața culturală a municipiului Oradea și a județului Bihor.

Prin această abordare, Filarmonica de Stat Oradea a urmărit să răspundă atât cerințelor publicului meloman tradițional, cât și nevoii de extindere a accesului la cultură către categorii noi de beneficiari.

1.1. Conexiunea cu politicile culturale naționale

a) Respectarea cadrului legislativ și normativ

Activitatea Filarmonicii de Stat Oradea se desfășoară în conformitate cu legislația aplicabilă instituțiilor de spectacole și concerte și managementului instituțiilor publice de cultură, în principal:

- Ordonanța Guvernului nr. 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic;
- O.U.G. nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură;
- Legea nr. 269/2009, cu modificările și completările ulterioare;
- actele normative subsecvente aplicabile domeniului cultural, muncii, financiar-contabil și administrativ.

În perioada analizată, instituția a urmărit aplicarea acestor prevederi atât în organizarea activității artistice, cât și în zona administrativă, financiară, de resurse umane și de raportare managerială.

b) Promovarea patrimoniului muzical național și universal

În concordanță cu politicile culturale naționale, Filarmonica a continuat să promoveze:

- repertoriul clasic universal;
- creația muzicală românească;
- programe vocal-simfonice, corale și camerale;
- proiecte tematice și formule de prezentare adaptate publicului contemporan.

Prin selecția repertorială și prin colaborările artistice, instituția a urmărit atât valorificarea patrimoniului muzical consacrat, cât și menținerea unei oferte culturale actuale, capabile să genereze interes public și relevanță socială.

c) Promovarea diversității culturale și artistice

În perioada 01.06.2025–31.12.2025, Filarmonica a continuat să susțină diversitatea artistică prin:

- programe adresate unor segmente diferite de public;

- proiecte educative și comunitare;
- evenimente în spații alternative sau cu componentă interdisciplinară;
- colaborări cu artiști și parteneri din țară și din străinătate.

Această direcție este în acord cu orientările culturale naționale privind accesul la cultură, mobilitatea artistică, schimbul de valori și dezvoltarea publicului.

d) Contribuția la educația culturală și formarea publicului

Un obiectiv important al politicilor culturale naționale îl reprezintă creșterea accesului la cultură și formarea publicului tânăr. Filarmonica de Stat Oradea a răspuns acestui obiectiv prin:

- continuarea programelor educative;
- colaborări cu școli, licee și universități;
- proiecte dedicate copiilor și familiilor;
- campanii de comunicare adaptate publicului tânăr.

În 2025, această componentă a fost susținută inclusiv prin strategia de comunicare digitală, care a funcționat ca instrument de apropiere de noi categorii de beneficiari și de reducere a distanței dintre instituție și publicul tânăr.

1.2. Alinierea la strategia culturală a autorității tutelare (Consiliul Județean Bihor)

a) Integrarea în direcțiile de dezvoltare culturală regională

Activitatea Filarmonicii se înscrie în direcțiile generale de dezvoltare culturală ale județului Bihor, care vizează:

- consolidarea Oradiei ca pol cultural regional;
- creșterea atractivității culturale a județului;
- dezvoltarea turismului cultural.

Prin programele sale artistice, proiectele speciale și colaborările instituționale, Filarmonica contribuie direct la aceste obiective.

b) Diversificarea ofertei cultural-artistice

În acord cu direcțiile promovate de autoritatea tutelară, Filarmonica a continuat în 2025:

- diversificarea repertoriului;
- dezvoltarea de proiecte tematice și educative;
- includerea unor formate mai accesibile pentru publicuri noi;
- menținerea proiectelor care pot atrage public ocazional și public tânăr.

În perioada de raportare, instituția a urmărit în mod special echilibrul dintre:

- repertoriul de bază al stagiunii (care răspunde publicului fidel),

- și proiectele cu deschidere spre comunitate (care susțin extinderea publicului).

c) Accesibilizarea actului cultural și dezvoltarea publicului

Un obiectiv major al strategiei culturale județene îl reprezintă accesibilizarea culturii pentru categorii cât mai largi de beneficiari.

În acest sens, Filarmonica a contribuit prin:

- proiecte educative pentru copii și elevi;
- colaborări cu instituții de învățământ;
- proiecte cu caracter comunitar;
- comunicare publică mai accesibilă, inclusiv în mediul digital;
- promovarea concertelor prin canale multiple (clasic + online).

Această orientare a fost vizibilă în semestrul II al anului 2025 și s-a reflectat atât în structura programelor, cât și în rezultatele de vizibilitate și interacțiune cu publicul.

d) Susținerea imaginii culturale a județului Bihor

Prin activitatea sa artistică și prin proiectele derulate în parteneriat, Filarmonica contribuie la imaginea culturală a Oradei și a județului Bihor, inclusiv în relație cu:

- instituțiile culturale locale;
- structurile de promovare turistică;
- partenerii media;
- publicul din afara municipiului.

În perioada de raportare, această contribuție a fost susținută și prin creșterea vizibilității online a instituției, care a extins impactul comunicării dincolo de publicul prezent fizic la concerte.

1.3. Măsuri și direcții profesionale prin care s-a realizat adecvarea în 2025

Pentru asigurarea unei adecvări reale la politicile culturale naționale și la strategia autorității tutelare, Filarmonica de Stat Oradea a aplicat, în perioada 01.06.2025–31.12.2025, un set de măsuri profesionale și manageriale:

a) Programare artistică echilibrată

- menținerea repertoriului de bază al instituției (simfonic, vocal-sinfonic, coral, cameral);
- includerea programelor tematice și a proiectelor de interes public mai larg;
- valorificarea colaborărilor artistice relevante;
- susținerea proiectelor care contribuie la formarea publicului.

b) Consolidarea dimensiunii educative

- continuarea proiectelor pentru copii și tineri;
- colaborări cu instituții de învățământ;
- promovarea inițiativelor de tip formare de public;
- susținerea proiectelor cu impact comunitar și familial.

c) Adaptarea comunicării instituționale la noile comportamente de consum cultural

- dezvoltarea comunicării digitale pe Facebook, Instagram și formate video;
- utilizarea unor conținuturi mai accesibile, fără diminuarea profilului cultural al instituției;
- orientarea spre indicatori de interes real (retenție, timp de vizionare, interacțiune), nu doar vizibilitate brută;
- folosirea comunicării ca instrument de conversie a interesului online în participare la concerte.

d) Consolidarea parteneriatelor instituționale

- menținerea colaborărilor cu instituții culturale locale și regionale;
- dezvoltarea relațiilor cu mediul educațional;
- colaborarea cu structuri de promovare culturală și turistică;
- susținerea vizibilității instituției prin parteneriate media și comunitare.

e) Menținerea standardului artistic și profesional

În procesul de adaptare la noile realități de consum cultural și la politicile publice privind accesul la cultură, instituția a urmărit în mod constant păstrarea standardului profesional al actului artistic, evitând transformarea accesibilizării în simplificare excesivă.

Această nuanță este esențială pentru adecvarea corectă la politicile culturale: deschidere către public nou, dar fără diminuarea misiunii artistice.

1.4. Propuneri privind îmbunătățirea adecvării activității profesionale

Pe baza activității desfășurate în 2025 și a observațiilor din perioada de raportare, se propun următoarele direcții de îmbunătățire:

a) Consolidarea mecanismelor de corelare instituțională cu autoritatea tutelară

- menținerea unui dialog periodic cu Consiliul Județean Bihor privind prioritățile culturale și calendarul marilor proiecte;
- dezvoltarea unei planificări multianuale mai predictibile pentru proiectele recurente;
- corelarea mai clară a obiectivelor de dezvoltare de public cu resursele disponibile.

b) Extinderea și structurarea programelor educative

- dezvoltarea unei structuri mai predictibile a programelor educative (calendar anual / semestrial);
- consolidarea parteneriatelor cu școli și licee prin mecanisme de colaborare recurente;
- dezvoltarea unor materiale-suport (ghiduri, prezentări, conținut introductiv) pentru publicul tânăr și cadrele didactice.

c) Dezvoltarea accesului cultural în teritoriu

- valorificarea parteneriatelor cu autorități locale și centre culturale din județ;
- organizarea unor proiecte itinerante / concerte în zone cu acces cultural redus;
- promovarea concertelor și a proiectelor Filarmonicii în comunități mai puțin expuse la oferta culturală profesionistă.

d) Consolidarea resursei de comunicare și marketing cultural

- întărirea capacității de producție și planificare a conținutului digital;
- utilizarea mai sistematică a analizelor de audiență pentru targetarea comunicării;
- dezvoltarea unor campanii integrate (media + social media + parteneri locali) pentru proiectele majore;
- creșterea capacității instituției de a transforma performanța digitală în participare fizică și fidelizare.

e) Dezvoltarea dimensiunii de cooperare și finanțare complementară

- extinderea parteneriatelor public-private;
- identificarea de finanțări nerambursabile pentru proiecte educative, digitale și comunitare;
- dezvoltarea de proiecte în parteneriat interinstituțional, inclusiv cu componentă regională/transfrontalieră.

În perioada 01.06.2025–31.12.2025, Filarmonica de Stat Oradea și-a adecvat activitatea profesională la politicile culturale naționale și la strategia culturală a autorității tutelare printr-o abordare echilibrată, care a urmărit simultan:

- menținerea standardului artistic;
- dezvoltarea publicului;
- accesibilizarea comunicării;
- consolidarea rolului instituției în comunitate.

Instituția a răspuns cerințelor actuale ale mediului cultural prin diversificarea formatelor de comunicare, întărirea componentei educative și menținerea unei oferte artistice relevante, fără a se îndepărta de misiunea sa de instituție publică de concerte profesioniste.

Implementarea propunerilor de îmbunătățire formulate mai sus poate contribui, în perioada următoare, la:

- o corelare și mai eficientă cu direcțiile culturale județene și naționale;
- extinderea accesului la cultură;
- consolidarea bazei de public;
- creșterea sustenabilității instituționale și a impactului cultural regional.

2. Orientarea activității profesionale către beneficiari

În perioada de raportare aferentă noului contract de management (01.06.2025–31.12.2025), Filarmonica de Stat Oradea și-a consolidat orientarea activității profesionale către beneficiari, urmărind adaptarea programelor artistice, a formatelor de prezentare și a comunicării publice la profilul real al publicului.

Această orientare a avut ca obiective principale:

- menținerea și fidelizarea publicului tradițional;
- atragerea de noi categorii de spectatori;
- dezvoltarea publicului tânăr și a familiilor;
- transformarea interesului online în participare reală la concerte.

În 2025, instituția a urmărit în mod constant reacțiile publicului, feedback-ul direct, datele din platformele digitale și comportamentul de participare la evenimente, pentru a calibra mai bine oferta culturală.

2.1. Aprofundarea relației cu publicul actual

a) Repertoriu divers și echilibrat

Filarmonica a menținut un repertoriu divers, construit astfel încât să răspundă atât publicului meloman fidel, cât și segmentelor de public aflate în proces de apropiere de muzica clasică.

Programarea artistică a inclus:

- concerte simfonice și vocal-simfonice din repertoriul consacrat;
- programe tematice;
- proiecte educative;
- evenimente cu grad mai mare de accesibilitate pentru publicul ocazional.

Această diversificare a avut rolul de a păstra standardul artistic al instituției, dar și de a crea punți către categorii noi de beneficiari.

b) Diversificarea formatelor și a spațiilor de concert

În semestrul II al anului 2025, Filarmonica a continuat să valorifice atât sala de concert, cât și spații alternative / neconvenționale, în funcție de specificul proiectelor.

Această direcție a sprijinit:

- creșterea accesibilității;
- apropierea instituției de comunitate;
- atragerea publicului ocazional;
- consolidarea prezenței Filarmonicii în viața culturală a orașului.

Evenimentele organizate în contexte speciale sau în parteneriat cu alte instituții au contribuit la lărgirea bazei de public și la întărirea imaginii instituției ca actor cultural activ și deschis.

c) Dialog constant cu publicul și adaptare pe baza feedback-ului

Orientarea către beneficiari a fost susținută prin comunicare directă și feedback permanent:

- reacții și mesaje primite după concerte;
- comentarii și interacțiuni în mediul online;
- dialog direct la casierie și în spațiul instituției;
- observații privind preferințele de repertoriu și tipurile de evenimente.

Aceste informații au fost valorificate în mod practic în promovare, în formularea mesajelor publice și în ajustarea modului de prezentare a proiectelor.

2.2. Atragerea și fidelizarea publicului nou

a) Programe pentru copii, tineri și familii

În perioada 01.06.2025–31.12.2025, Filarmonica a continuat să acorde o atenție specială publicului tânăr, prin:

- proiecte educative;
- concerte dedicate copiilor și elevilor;
- campanii adresate familiilor.

Această direcție a fost susținută și prin promovarea proiectelor dedicate copiilor (inclusiv cele asociate Corului de Copii al Filarmonicii), care au generat vizibilitate și interacțiuni relevante în mediul online.

b) Comunicare digitală adaptată publicului beneficiar

În 2025, orientarea către beneficiari s-a reflectat clar în modul de comunicare publică al instituției.

Filarmonica a utilizat integrat:

- Facebook (important pentru publicul fidel și publicul matur),
- Instagram (relevant pentru segmentul adult tânăr),
- TikTok (important pentru vizibilitate și apropierea de publicul tânăr),
- site-ul oficial și canalele clasice de informare.

Comunicarea a fost adaptată specificului fiecărei platforme, fără a renunța la profilul cultural al instituției. Accentul a fost pus pe:

- conținut vizual și video;
- fragmente din repetiții și concerte;
- prezentarea artiștilor și a atmosferei de eveniment;
- mesaje mai accesibile și mai apropiate de public.

Această abordare a susținut creșterea interesului publicului și a contribuit la familiarizarea unor segmente noi cu activitatea Filarmonicii.

c) Proiecte și evenimente accesibile publicului ocazional

Filarmonica a continuat să dezvolte proiecte și contexte de participare care facilitează apropierea publicului ocazional de instituție:

- evenimente tematice;
- proiecte în spații alternative;
- concerte cu format mai accesibil;
- campanii de promovare orientate spre publicuri noi.

Aceste acțiuni au avut rolul de a reduce bariera de intrare pentru publicul care nu frecventează constant sala de concert și de a crea experiențe culturale relevante, care pot conduce la revenire.

2.3. Cooperarea cu partenerii locali și instituționali în beneficiul publicului

Orientarea activității către beneficiari a fost susținută și prin parteneriatele instituției cu actori locali din domeniul cultural, educațional și comunitar.

Colaborările cu instituții de învățământ, organizații culturale, parteneri media și structuri de promovare locală au contribuit la:

- extinderea accesului la programele Filarmonicii;
- promovarea mai eficientă a concertelor;

- atragerea de public din segmente diferite;
- dezvoltarea proiectelor cu impact comunitar.

Prin aceste parteneriate, Filarmonica a reușit să își apropie publicuri diverse și să își consolideze rolul de instituție culturală activă în viața comunității.

2.4. Cooperarea cu mass-media și promovarea constantă

Relația cu mass-media a rămas un instrument important pentru orientarea către beneficiari, deoarece a susținut:

- informarea publicului cu privire la program;
- vizibilitatea proiectelor speciale;
- consolidarea imaginii instituției;
- accesul publicului larg la informații culturale relevante.

În perioada analizată, Filarmonica a menținut dialogul cu presa locală și regională prin:

- comunicate de presă;
- interviuri;
- apariții radio-TV;
- promovare prin parteneri media și platforme online.

Această componentă a funcționat complementar comunicării digitale și a sprijinit atât publicul fidel, cât și publicul ocazional.

2.5. Indicatori relevanți ai orientării către beneficiari (componenta digitală)

Un argument important în evaluarea orientării activității către beneficiari îl reprezintă evoluția indicatorilor de performanță digitală din 2025, care arată nu doar vizibilitate, ci și interes real din partea publicului.

Datele analizate indică:

- creșterea vizualizărilor și a impactului conținutului;
- creșterea interacțiunilor cu materialele publicate;
- creșterea duratei de vizionare;
- consolidarea atenției publicului asupra conținutului cultural.

În mod special, creșterea de **151,8%** a vizionărilor de minimum 1 minut pe Facebook este relevantă pentru orientarea către beneficiari, deoarece arată că publicul:

- nu doar vede informația,
- ci rămâne, urmărește și procesează conținutul.

Acest indicator confirmă că instituția a reușit să adapteze forma de comunicare la nevoile și comportamentele actuale de consum cultural.

În perioada 01.06.2025–31.12.2025, orientarea activității profesionale a Filarmonicii de Stat Oradea către beneficiari s-a concretizat prin:

- programare artistică echilibrată;
- dezvoltarea proiectelor pentru copii, tineri și familii;
- diversificarea formatelor de prezentare;
- comunicare diferențiată pe categorii de public;
- integrarea comunicării digitale în strategia de dezvoltare a publicului;
- colaborare constantă cu mass-media și partenerii locali.

Această orientare a contribuit atât la menținerea relației cu publicul fidel, cât și la extinderea bazei de beneficiari, confirmând o evoluție instituțională coerentă și adaptată realităților actuale.

În ansamblu, orientarea către beneficiari rămâne una dintre direcțiile centrale ale dezvoltării Filarmonicii, cu impact direct asupra relevanței publice, vizibilității și sustenabilității instituției.

3. Analiza principalelor direcții de acțiune

Pe parcursul perioadei de raportare aferente noului contract de management (01.06.2025–31.12.2025), Filarmonica de Stat Oradea și-a continuat obiectivul strategic de dezvoltare a gustului pentru muzica cultă în rândul unor categorii diverse de public, printr-o structură de programe artistice și educative coerentă, completată de participări la proiecte realizate în parteneriat.

Activitatea instituției s-a desfășurat în jurul unor direcții de acțiune majore, deja consolidate în anii anteriori, dar dezvoltate și adaptate în 2025 la profilul publicului și la obiectivele asumate prin proiectul de management.

În perioada analizată, instituția a înregistrat, în total:

- 63 de proiecte / evenimente,
- 12.689 beneficiari plătitori,
- 25.320 beneficiari neplătitori,
- 38.007 beneficiari total.

Aceste rezultate confirmă atât funcția artistică și educativă a instituției, cât și capacitatea acesteia de a ajunge la publicuri diferite, prin formate variate.

3.1. Programele artistice proprii ale instituției

a) Fil Nouveau / Feel Emotion – (concertele ordinare ale stagiunii – nucleul repertorial al instituției)

Programul Fil Nouveau / Feel Emotion a reprezentat și în perioada 01.06.2025–31.12.2025 nucleul repertorial al Filarmonicii de Stat Oradea, reunind concertele simfonice și vocal-simfonice ale stagiunii.

În intervalul de raportare, programul a inclus:

- 15 evenimente,
- 5.342 beneficiari plătitori,
- 1.355 beneficiari neplătitori,
- 6.697 beneficiari total.

Repertoriul a fost construit echilibrat, cuprinzând:

- lucrări din repertoriul clasic universal;
- programe vocal-simfonice;
- concerte tematice și festive;
- evenimente cu potențial ridicat de atractivitate pentru publicul larg.

În această categorie s-au înscris atât concertele de stagiune propriu-zise, cât și evenimente cu vizibilitate ridicată în calendarul instituției (de ex. concerte de deschidere de stagiune, programe de iarnă / sărbători), unele dintre acestea având grad mare de ocupare și reacție foarte bună din partea publicului.

Acest program a avut rolul principal în:

- menținerea relației cu publicul fidel;
- susținerea standardului artistic al instituției;
- asigurarea continuității repertoriale a stagiunii.

b) INITIO 2025 – (stagiunea estivală – programe accesibile, în spații alternative și neconvenționale)

Programul INITIO 2025 a reprezentat componenta estivală a activității instituției și una dintre cele mai importante direcții de extindere a accesului la cultură.

În perioada analizată, INITIO 2025 a cuprins:

- 13 evenimente,

- 2.202 beneficiari plători,
- 12.153 beneficiari neplătitori,
- 14.355 beneficiari total.

Rezultatele arată impactul major al acestui program în zona de dezvoltare a publicului, prin:

- desfășurarea evenimentelor în spații alternative / neconvenționale;
- formate accesibile publicului larg;
- prezență puternică în spațiul public al orașului;
- capacitatea de a atrage public ocazional și turiști.

Stagiunea estivală a funcționat ca instrument de:

- creștere a vizibilității instituției;
- consolidare a relației dintre Filarmonică și comunitate;
- conectare a ofertei culturale cu profilul turistic al Oradei.

Prin ponderea ridicată a beneficiarilor neplătitori, INITIO 2025 confirmă eficiența formatelor de tip outdoor / open-access în atragerea de public nou.

c) Fil Nouveau / Feel Free – (recitaluri camerale și punerea în valoare a artiștilor instituției)

Programul Fil Nouveau / Feel Free a continuat să susțină componenta camerală a stagiunii, oferind o alternativă artistică la concertele simfonice de amploare și punând în valoare artiștii instituției și invitații.

În perioada 01.06.2025–31.12.2025, programul a inclus:

- 10 recitaluri,
- 1.358 beneficiari plători,
- 42 beneficiari neplătitori,
- 1.398 beneficiari total.

Programul a contribuit la:

- diversificarea ofertei artistice;
- valorificarea muzicii de cameră;
- apropierea publicului de formate muzicale intime;
- creșterea vizibilității artiștilor instrumentiști ai instituției.

Recitalurile au completat în mod echilibrat structura stagiunii și au răspuns interesului unui segment de public care apreciază experiențele artistice mai apropiate, cu accent pe rafinament interpretativ.

d) Fil Nouveau / Feel Education – *(componenta educativă – formare de public și relația cu mediul școlar)*

Programul Fil Nouveau / Feel Education a avut un rol esențial în strategia de dezvoltare a publicului tânăr, prin concerte și activități adaptate copiilor și elevilor.

În perioada de raportare, programul a înregistrat:

- 10 evenimente,
- 3.787 beneficiari plătitori,
- 15 beneficiari neplătitori,
- 3.802 beneficiari total.

Programul a inclus:

- concerte educative în limba română și în limba maghiară;
- spectacole concepute pentru categorii diferite de vârstă;
- proiecte realizate în legătură directă cu mediul educațional.

Această componentă a avut un impact important asupra:

- formării unei noi generații de beneficiari ai instituției;
- creșterii accesibilității muzicii clasice;
- consolidării relației Filarmonicii cu școlile, cadrele didactice și familiile.

Prin numărul ridicat de participanți, programul educativ confirmă caracterul strategic al investiției în formarea publicului tânăr.

3.2. Participarea la evenimente de mare anvergură și proiecte în parteneriat

Pe lângă programele proprii, Filarmonica de Stat Oradea a participat activ, în perioada 01.06.2025–31.12.2025, la proiecte și evenimente realizate în parteneriat, cu impact comunitar, cultural și de imagine.

Această componentă a activității a contribuit la:

- creșterea vizibilității instituției;
- extinderea contactului cu publicuri diverse;
- consolidarea rolului Filarmonicii în ecosistemul cultural local și regional.

a) Sounds of Oradea Festival

În cadrul acestei direcții, Filarmonica a participat la:

- 1 eveniment,
- 2.500 beneficiari neplătitori.

Participarea la acest tip de proiecte de amploare sprijină profilul instituției ca partener artistic relevant în evenimente cu vizibilitate publică ridicată.

b) Oradea Festifall

În perioada raportată, instituția a participat și la:

- 1 eveniment în cadrul Oradea Festifall,
- cu 455 beneficiari neplătitori.

Astfel de participări consolidează prezența Filarmonicii în marile evenimente ale orașului și susțin apropierea de publicul larg.

c) Festivaluri, concerte în parteneriat și alte acțiuni culturale / comunitare

În cadrul acestei categorii au fost incluse proiecte desfășurate în colaborare cu instituții, organizații și parteneri locali, precum:

- evenimente din seria Art Nouveau Through the Years;
- concerte și participări în contexte comunitare;
- acțiuni cu caracter educativ, festiv sau ceremonial;
- proiecte cu componentă socială.

În perioada 01.06.2025–31.12.2025, această categorie a cumulat:

- 13 evenimente,
- 8.800 beneficiari neplătitori.

Această zonă de activitate evidențiază flexibilitatea instituției și capacitatea de adaptare a ansamblurilor artistice ale Filarmonicii la contexte variate:

- spații outdoor;
- evenimente tematice;
- manifestări culturale și comunitare;
- colaborări interinstituționale.

3.3. Proiecte cu componentă socială

Filarmonica de Stat Oradea a continuat în 2025 implicarea în proiecte cu impact social și comunitar, care completează misiunea artistică a instituției.

Un exemplu relevant este:

- „Muzica pentru viață” / eveniment caritabil (inclus în categoria proiectelor în parteneriat), care a contribuit la consolidarea profilului instituției ca actor cultural implicat în viața comunității.

Prin structura programelor și proiectelor derulate în perioada 01.06.2025–31.12.2025, Filarmonica de Stat Oradea a demonstrat o activitate artistică și culturală coerentă, diversificată și orientată strategic către public.

Principalele concluzii ale analizei sunt:

- Fil Nouveau / Feel Emotion a rămas coloana vertebrală a stagiunii, susținând nucleul repertorial și relația cu publicul fidel;
- INITIO 2025 a avut cel mai mare impact în zona extinderii publicului, prin numărul ridicat de participanți și caracterul accesibil al formatelor;
- Feel Free a consolidat componenta camerală și a diversificat experiența artistică oferită publicului;
- Feel Education a confirmat rolul strategic al programelor educative în formarea publicului tânăr;
- participarea la festivaluri și proiecte în parteneriat a amplificat vizibilitatea instituției și a consolidat integrarea acesteia în viața culturală a orașului.

Raportat la numărul total de beneficiari și la distribuția acestora între programe, se poate aprecia că perioada de raportare a fost una cu impact semnificativ atât în plan artistic, cât și în planul dezvoltării publicului și al consolidării imaginii instituției.

C. Organizarea și funcționarea instituției

Filarmonica de Stat Oradea își desfășoară activitatea în conformitate cu prevederile **Ordonanței Guvernului nr. 21/2007**, ale **Ordonanței de Urgență nr. 189/2008**, cu **Regulamentul de Organizare și Funcționare** aprobat prin Hotărârea Consiliului Județean Bihor nr. 68/31.03.2022, precum și cu celelalte acte normative incidente în domeniul instituțiilor publice de spectacole și concerte.

În perioada de raportare aferentă noului contract de management, respectiv 01.06.2025 – 31.12.2025 (cu referiri punctuale la măsuri derulate pe întreg anul 2025, acolo unde acestea nu pot fi dissociate administrativ), instituția a urmărit consolidarea cadrului organizațional, stabilitatea resurselor umane, eficientizarea proceselor interne și îmbunătățirea condițiilor de desfășurare a activității artistice și administrative.

1. Măsurile de organizare internă

În anul 2025, Filarmonica de Stat Oradea a continuat aplicarea unui set de măsuri manageriale și administrative orientate spre funcționarea eficientă, respectarea legalității și creșterea calității actului instituțional.

a) Gestionarea fondurilor publice și disciplina financiară

Au fost aplicate în mod constant principiile privind utilizarea fondurilor publice, prin:

- angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor în conformitate cu normele legale;
- evidența și raportarea angajamentelor bugetare și legale;
- corelarea cheltuielilor cu prioritățile artistice, administrative și de investiții ale instituției.

Această abordare a permis menținerea unui cadru de lucru predictibil și susținerea programelor artistice în condiții de responsabilitate financiară.

b) Inventarierea patrimoniului și administrarea bunurilor

În anul 2025 au fost continuate măsurile privind administrarea patrimoniului instituției, prin:

- constituirea comisiilor de inventariere, conform prevederilor legale;
- monitorizarea bunurilor aflate în folosința secțiilor artistice și a compartimentelor suport;
- actualizarea evidențelor aferente mijloacelor fixe și obiectelor de inventar.

Activitatea de inventariere și control patrimonial a contribuit la o mai bună trasabilitate a bunurilor și la fundamentarea achizițiilor necesare.

c) Transparență decizională și acces la informații de interes public

Instituția a menținut aplicarea prevederilor privind transparența și accesul la informațiile de interes public, prin:

- comunicare instituțională constantă prin site-ul oficial și canalele digitale;
- formularea răspunsurilor la solicitările publicului și ale mass-media;
- publicarea informațiilor relevante privind activitatea artistică, organizatorică și administrativă.

d) Evaluarea personalului și formare profesională

Au fost menținute procedurile interne privind evaluarea performanțelor profesionale ale personalului, prin constituirea comisiilor de evaluare și aplicarea criteriilor specifice fiecărei categorii de personal (artistic, tehnic, administrativ).

Totodată, instituția a continuat:

- instruirea periodică în domeniul securității și sănătății în muncă;
- instruirea privind situațiile de urgență;
- actualizarea responsabilităților prin revizuirea fișelor de post, acolo unde evoluția profesională sau cerințele activității au impus acest lucru.

e) Gestionarea situațiilor de urgență și securitatea în muncă

În 2025 s-au menținut măsurile privind prevenirea și gestionarea situațiilor de urgență, prin:

- instruirea periodică a personalului (PSI/SU);
- verificarea și actualizarea măsurilor privind accesul, evacuarea și intervenția;
- monitorizarea obligațiilor specifice în domeniul securității și sănătății în muncă.

Aceste măsuri au avut rolul de a asigura un mediu sigur atât pentru personal, cât și pentru publicul participant la evenimente.

f) Serviciul Organizare Concerte, PR și Marketing

Serviciul Organizare Concerte, PR și Marketing și-a consolidat în 2025 rolul strategic în funcționarea instituției, atât în perioada stagiunii, cât și în cadrul proiectelor speciale și al evenimentelor în parteneriat.

Activitatea serviciului s-a concentrat pe două direcții majore:

- operațională: organizarea evenimentelor, coordonarea fluxurilor logistice și relația cu artiștii invitați, partenerii și publicul;
- digitalizare și promovare: dezvoltarea comunicării online, adaptarea conținutului pentru platformele digitale și creșterea vizibilității instituției.

Rezultatele obținute în zona de comunicare și relaționare cu publicul confirmă importanța acestui serviciu în strategia de dezvoltare a Filarmonicii.

2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne

În anul 2025, direcția managerială a fost una de consolidare și optimizare a cadrului intern de funcționare, fără a fi necesară o reorganizare structurală majoră, ci prin ajustări punctuale care să susțină stabilitatea instituției și eficiența proceselor.

a) Consolidarea organizării existente

S-a urmărit menținerea unei structuri funcționale coerente, cu accent pe:

- clarificarea responsabilităților;
- fluidizarea relațiilor între compartimente;

- susținerea secțiilor artistice printr-un aparat administrativ și tehnic mai bine corelat cu nevoile activității curente.

b) Planificarea concediilor de odihnă

Programarea concediilor de odihnă a fost realizată pe baza propunerilor transmise de șefii de compartimente/sectoare, cu aprobarea managerului, astfel încât:

- să fie asigurată continuitatea activității;
- să nu fie afectate repetițiile și concertele programate;
- să existe un echilibru între necesitățile instituției și drepturile personalului.

c) Actualizarea fișelor de post

În 2025, fișele de post au fost revizuite și actualizate în corelare cu:

- evoluția profesională a personalului;
- promovările în grade/trepte profesionale;
- nevoile concrete ale activității artistice și administrative.

Procesul a fost realizat în colaborare cu Biroul Resurse Umane, cu șefii de secție și cu structurile de coordonare implicate.

d) Comitetul de Securitate și Sănătate în Muncă

Activitatea Comitetului de Securitate și Sănătate în Muncă a continuat în 2025, prin:

- ședințe periodice;
- analizarea condițiilor de muncă;
- formularea de măsuri preventive;
- monitorizarea aplicării normelor de securitate și sănătate.

e) Comisia de Inventariere

Comisia de Inventariere și-a desfășurat activitatea conform cerințelor legale, asigurând:

- verificarea patrimoniului;
- actualizarea evidențelor;
- fundamentarea măsurilor privind întreținerea și completarea bazei materiale.

f) Evaluarea performanțelor profesionale

Au fost constituite comisii de evaluare pe secții și compartimente, iar evaluarea performanțelor s-a realizat în raport cu:

- indicatori profesionali specifici funcției;
- contribuția individuală la îndeplinirea obiectivelor instituției;
- respectarea disciplinei muncii și a normelor interne.

g) Comisia de Etică și Disciplină / Consilierul etic

În anul 2025, Comisia de Etică și Disciplină, împreună cu Consilierul Etic, au continuat să asigure aplicarea și respectarea normelor de conduită și a regulamentelor disciplinare, analizând cu celeritate eventualele sesizări și derulând procedurile de cercetare disciplinară, acolo unde situația a impus acest lucru.

Se remarcă faptul că, pe parcursul întregului an 2025, a fost înregistrată o singură abatere disciplinară, aspect care evidențiază o diminuare semnificativă a numărului de incidente față de perioada anterioară și confirmă eficiența măsurilor de prevenție, a comunicării interne și a cadrului procedural implementat la nivel instituțional.

În anul 2025 s-a consolidat direcția de stabilitate și coerență organizațională, cu accent pe întărirea proceselor manageriale, actualizarea fișelor de post în concordanță cu evoluția profesională a personalului și menținerea standardelor privind securitatea și sănătatea în muncă, precum și a normelor de etică și integritate.

3. Sinteza activității organismelor colegiale de conducere

Conform prevederilor legale și ale Regulamentului de Organizare și Funcționare, în cadrul Filarmonicii de Stat Oradea au funcționat în anul 2025 două organisme colegiale de conducere:

- **Consiliul de Administrație**
- **Consiliul Artistic**

În anul 2025, Consiliul de Administrație s-a întrunit de 5 ori, asigurând cadrul de analiză și avizare pentru principalele decizii administrative, financiare și organizatorice ale instituției.

Temele analizate au vizat, în principal:

- statul de funcții și situația posturilor;
- proiectul de buget și execuția bugetară;
- prioritizarea cheltuielilor și a achizițiilor;
- taxele și tarifele instituției;
- organizarea activității artistice în raport cu resursele disponibile;
- măsuri privind resursele umane și funcționarea compartimentelor.

Prin activitatea sa, Consiliul de Administrație a susținut implementarea coerentă a obiectivelor manageriale și a contribuit la menținerea unui echilibru între dimensiunea artistică și cea administrativă a instituției.

În anul 2025, Consiliul Artistic s-a întrunit de 2 ori, la solicitarea managerului, având rol consultativ în ceea ce privește direcțiile repertoriale și dezvoltarea activității artistice.

Principalele teme abordate:

- structura repertorială a stagiunii și a proiectelor speciale;
- echilibrul dintre repertoriul clasic consacrat, lucrările moderne și proiectele cu caracter accesibil/public nou;
- proiectele educative și rolul acestora în formarea publicului;
- propuneri privind colaborările artistice;
- nevoile de dotare și suport pentru secțiile artistice;
- valorificarea resursei artistice interne și atragerea tinerelor talente.

Consiliul Artistic a contribuit la păstrarea identității artistice a Filarmonicii și la adaptarea programării la nevoile publicului actual.

4. Dinamica și evoluția resurselor umane

În anul 2025, Filarmonica de Stat Oradea a urmărit menținerea stabilității resurselor umane, cu accent pe continuitatea activității artistice și pe consolidarea compartimentelor esențiale pentru funcționarea instituției.

a) Situația generală a posturilor

Conform datelor centralizate la finalul anului:

- Total posturi ocupate la 31.12.2025: 126

În anul 2025 s-a realizat, de asemenea:

- înființarea pe perioadă determinată a unui post de dirijor al corului de copii (post aflat în procesul de ocupare / vacantare, în funcție de stadiul procedural).

b) Vacanări și reluări de activitate

În ceea ce privește dinamica posturilor:

- la Secția Orchestră Simfonică au fost vacante 4 posturi;
- au fost reluate activități suspendate temporar (ex. concediu pentru îngrijirea copilului), inclusiv:
 - reluarea postului de dirijor orchestră;
 - reluarea unui post de artist instrumentist.

Aceste evoluții au contribuit la reșezarea echilibrului în structura artistică a instituției.

c) Promovări profesionale

În anul 2025 au fost realizate promovări în grade superioare, în urma audițiilor organizate:

- 9 artiști instrumentiști
- 5 artiști lirici

Acest rezultat indică un proces activ de dezvoltare profesională internă și de recunoaștere a performanței artistice.

d) Contracte pe perioadă determinată – continuitatea activității

Pentru asigurarea continuității activității instituției, în anul 2025 au fost prelungite 67 contracte de muncă aflate pe perioadă determinată, după cum urmează:

- Secția Cor: 16 contracte + 1 șef secție
- Secția Orchestră Simfonică: 42 contracte + 1 șef secție
- Serviciul Organizare Concerte / PR / Marketing: 7 contracte

Această măsură a fost esențială pentru funcționarea în condiții de stabilitate a secțiilor artistice și a activităților de suport.

e) Voluntariat

Activitatea de voluntariat a continuat și în 2025, cu implicare directă în zona artistică și organizatorică:

- 12 voluntari în orchestră
- 1 voluntar în cor
- 3 voluntari în zona de organizare

Voluntariatul rămâne un instrument important de apropiere a tinerilor de instituție și de formare a unei relații active cu mediul cultural local.

Anul 2025 evidențiază o direcție de consolidare a resursei umane, prin:

- stabilizarea activității secțiilor;
- reluarea unor posturi suspendate;
- promovări interne semnificative;
- menținerea contractelor necesare continuității activității;
- valorificarea voluntariatului ca resursă de sprijin și de formare a viitorului public.

5. Măsurile luate pentru gestionarea patrimoniului

Filarmonica de Stat Oradea a continuat în anul 2025 măsurile de întreținere, modernizare și completare a bazei materiale, cu scopul de a asigura condiții optime pentru activitatea artistică, tehnică și administrativă.

Măsurile au vizat atât infrastructura clădirii, cât și dotările necesare desfășurării concertelor și activităților suport.

a) Lucrări și servicii pentru întreținerea și funcționalitatea clădirii

În cadrul achizițiilor și intervențiilor realizate în 2025 s-au regăsit, între altele:

- lucrări/servicii de reparații glafuri și pervaze interior-exterior;
- servicii de reparații jgheaburi pentru apa pluvială;
- achiziții pentru zona de acces (inclusiv elemente aferente ușii de intrare);
- servicii pentru menținerea siguranței tehnice a clădirii (verificări specifice instalațiilor și echipamentelor PSI).

Aceste intervenții au avut rolul de a menține clădirea în condiții bune de exploatare și de a preveni degradări suplimentare.

b) Dotări și servicii pentru activitatea artistică

Pentru susținerea activității muzicale și a calității evenimentelor, în 2025 au fost realizate achiziții/servicii precum:

- servicii de acordaj pian (în mai multe etape pe parcursul anului);
- servicii de înlocuire coardă pian;
- pachete de accesorii pentru instrumente muzicale;
- servicii de reparații pentru instrumente (inclusiv instrumente de suflat/clarinet, conform necesităților tehnice);
- închiriere podină de scenă pentru evenimente specifice;
- servicii tehnice conexe pentru producții și materiale video.

Aceste măsuri au contribuit direct la menținerea standardului artistic și tehnic al concertelor.

c) Măsuri privind siguranța, igiena și funcționarea curentă

Instituția a continuat și în 2025 măsurile de verificare și mentenanță necesare funcționării în condiții de siguranță:

- verificări pentru echipamente și instalații PSI (hidranți/stingătoare, verificări tehnice specifice);
- servicii necesare funcționării curente și întreținerii infrastructurii;
- achiziții de consumabile și materiale suport pentru activitatea administrativă și de organizare.

d) Gestionarea patrimoniului în corelare cu planificarea achizițiilor

Gestionarea patrimoniului s-a realizat în strânsă legătură cu:

- nevoile secțiilor artistice;
- obiectivele manageriale ale instituției;
- prioritățile stabilite la nivelul conducerii și al compartimentelor funcționale.

Toate aceste măsuri și achiziții se regăsesc detaliat în documentele interne și în planificările/centralizările de achiziții ale instituției (Anexa 1).

Prin măsurile implementate în 2025, Filarmonica de Stat Oradea a continuat procesul de îmbunătățire a condițiilor materiale și tehnice de funcționare, cu efect direct asupra:

- siguranței spațiilor;
- calității actului artistic;
- eficienței activității administrative;
- confortului publicului și al personalului.

6. Măsuri luate în urma controalelor/auditărilor

În perioada de raportare 01.06.2025 – 31.12.2025, la nivelul Filarmonicii de Stat Oradea nu au fost desfășurate controale sau acțiuni de audit extern care să impună măsuri de remediere sau planuri de conformare.

În consecință, pentru intervalul analizat, nu au fost dispuse măsuri ulterioare în urma unor controale/auditări.

D. Evoluția situației economico-financiare a instituției

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

Făcând analiza situației economico-financiare aferente perioadei de raportare, se constată că instituția finanțatoare, **Consiliul Județean Bihor**, a asigurat fondurile necesare funcționării Filarmonicii de Stat Oradea în parametri normali. Au fost acoperite prin transferuri/subvenții cheltuielile cu salariile personalului, plata colaboratorilor, precum și cheltuielile cu bunuri și servicii.

Având în vedere că bilanțul contabil și execuția bugetară se întocmesc la nivelul anului fiscal, analiza financiară este prezentată pentru întregul an 2025, în corelare cu datele contabile și execuția bugetară, cu mențiunea că evaluarea managerială vizează perioada contractuală 01.06.2025–31.12.2025.

VENITURI / CHELTUIELI AN 2025	PREVEDERI BUGETARE DEFINITIVE 2025	EXECUȚIE 2025	GRAD DE REALIZARE RAPORTAT LA BUGET (%)
1. VENITURI TOTALE, din care:	16.887.950	16.194.246	96%
A. Total venituri proprii, din care:	864.000	770.119	89%
- venituri realizate din activitatea artistică	644.000	593.708	92%
- venituri cu caracter economic	220.000	176.411	80%
B. Subvenții secțiunea funcționare	12.808.520	12.208.700	95%
C. Subvenții secțiunea de dezvoltare	3.061.110	3.061.107	100%
D. Sume utilizate din excedent anii precedenți	154.320	154.320	100%
2. CHELTUIELI TOTALE, din care:	16.887.950	16.037.591	95%
- cheltuieli de personal	10.908.800	10.877.028	99,7%
- cheltuieli materiale	2.731.320	1.913.696	70%
- cheltuieli privind fondul de handicap/despăgubiri civile	186.720	185.760	99%
- cheltuieli de capital	3.061.110	3.061.107	100%
Disponibil rămas din venituri proprii de reportat în 2026		156.655	—

În urma analizei execuției bugetare aferente anului 2025, se constată că Filarmonica de Stat Oradea a beneficiat de o finanțare adecvată pentru desfășurarea activității în condiții normale, prin susținerea asigurată de Consiliul Județean Bihor. Fondurile alocate au permis acoperirea

cheltuielilor de personal, a cheltuielilor materiale, a obligațiilor curente ale instituției, precum și realizarea investițiilor prevăzute în secțiunea de dezvoltare.

Veniturile totale realizate în anul 2025 au fost de 16.194.246 lei, reprezentând 96% din prevederile bugetare definitive (16.887.950 lei). Acest grad de realizare indică o execuție bugetară bună și o planificare financiară realistă, adaptată condițiilor efective de funcționare ale instituției.

În structura veniturilor, veniturile proprii au însumat 770.119 lei, cu un grad de realizare de 89% față de prevederi. Dintre acestea:

- 593.708 lei provin din activitatea artistică (92% grad de realizare);
- 176.411 lei provin din activități cu caracter economic (80% grad de realizare).

Subvențiile pentru funcționare au fost realizate în proporție de 95%, în valoare de 12.208.700 lei, iar subvențiile pentru dezvoltare au fost utilizate aproape integral, respectiv 3.061.107 lei, reprezentând 100% din prevederile aprobate. De asemenea, sumele utilizate din excedentul anilor precedenți au fost valorificate integral (154.320 lei), contribuind la susținerea execuției bugetare a anului 2025.

În ceea ce privește cheltuielile, instituția a înregistrat o execuție totală de 16.037.591 lei, reprezentând 95% din bugetul aprobat. Cheltuielile de personal au însumat 10.877.028 lei (99,7% din prevederi), ceea ce reflectă asigurarea stabilității salariale și a continuității activității artistice și administrative. Cheltuielile materiale au fost de 1.913.696 lei (70% din prevederi), indicând o utilizare prudentă a resurselor, în timp ce cheltuielile privind fondul de handicap/despăgubiri civile au fost realizate în proporție de 99%. Cheltuielile de capital au fost executate în proporție de 100%, ceea ce confirmă realizarea investițiilor planificate pentru anul 2025.

La finalul exercițiului bugetar, Filarmonica de Stat Oradea a înregistrat un disponibil rămas din venituri proprii de 156.655 lei, sumă care va fi reportată în anul 2026. Acest rezultat evidențiază o administrare eficientă și prudentă a resurselor financiare, precum și menținerea echilibrului între venituri și cheltuieli.

Per ansamblu, execuția bugetară aferentă anului 2025 confirmă stabilitatea economico-financiară a Filarmonicii de Stat Oradea și capacitatea instituției de a susține în mod coerent activitatea artistică, proiectele culturale și investițiile necesare dezvoltării instituționale.

2. Evoluția valorii indicatorilor de performanță ale instituției

În anul 2025, evoluția indicatorilor de performanță ai Filarmonicii de Stat Oradea evidențiază menținerea unei activități culturale susținute, corelate cu o gestionare financiară echilibrată și cu orientarea constantă a instituției către beneficiari. Indicatorii reflectă atât eficiența utilizării resurselor, cât și capacitatea instituției de a genera impact cultural și vizibilitate publică.

Pentru comparabilitate cu anii anteriori și în corelare cu execuția bugetară și bilanțul contabil, indicatorii economico-financiarți sunt raportați la nivelul anului 2025, iar indicatorii de activitate și impact sunt prezentați potrivit centralizărilor instituției aferente perioadei de evaluare.

INDICATORI DE PERFORMANȚĂ	PERIOADA EVALUATĂ
Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri – cheltuieli de capital) / nr. beneficiari	AN 2025
Cheltuieli pe spectator, din care	222,74
- din subvenții	209,56
- din venituri proprii	13,18
Gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor instituției (%)	6
Ponderea cheltuielilor de personal din total cheltuieli (%)	84
Gradul de acoperire a salariilor din subvenție (%)	99
Ponderea veniturilor proprii în total venituri (%)	7
Grad de creștere a veniturilor proprii / an 2025 raportat la anul 2024 (%)	-1,03
Fonduri nerambursabile atrase (lei)	0
Număr de activități educaționale	10
Număr de apariții media (fără comunicate de presă)	252
Număr de beneficiari neplătitori	25.320
Număr de beneficiari plătitori	12.689
Număr total beneficiari	38.009

INDICATORI DE PERFORMANȚĂ	PERIOADA EVALUATĂ
Număr de evenimente / frecvența medie	63 / 12,6 pe lună / 3,2 pe săptămână
Număr de proiecte/acțiuni culturale	63 de proiecte în 9 programe
Venituri proprii din activitatea de bază (lei)	593.708
Venituri proprii din alte activități (lei)	176.411

Analiza indicatorilor de performanță pentru anul 2025 evidențiază o funcționare stabilă a Filarmonicii de Stat Oradea, atât din punct de vedere financiar, cât și în ceea ce privește activitatea artistică, dimensiunea educațională și vizibilitatea publică a instituției.

Din perspectiva eficienței financiare, cheltuiala medie pe beneficiar s-a situat la 222,74 lei, valoare care reflectă specificul unei instituții publice de spectacole și concerte, în care costurile sunt direct influențate de activitatea artistică permanentă (orchestră, cor, personal tehnic și administrativ), de complexitatea repertoriului și de standardele de producție. Din această valoare, 209,56 lei reprezintă contribuția finanțării publice (subvenții), iar 13,18 lei reprezintă contribuția veniturilor proprii.

Gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor instituției a fost de 6%, iar ponderea veniturilor proprii în total venituri a fost de 7%, valori care confirmă menținerea unui model de funcționare specific instituțiilor publice de cultură, în care subvenția rămâne sursa principală de finanțare, iar veniturile proprii au rol complementar. În același timp, gradul de creștere a veniturilor proprii înregistrat în 2025 față de 2024 este de -1,03%, indicând o ușoară diminuare a acestora, fără impact major asupra echilibrului financiar general al instituției.

Ponderea cheltuielilor de personal în total cheltuieli (84%) reflectă profilul instituției și caracterul intensiv în resursă umană al activității concertistice profesionale. Totodată, gradul de acoperire a salariilor din subvenție (99%) confirmă stabilitatea finanțării componentei salariale și predictibilitatea funcționării instituționale.

Din perspectiva activității și a impactului public, Filarmonica de Stat Oradea a înregistrat în anul 2025 un total de 63 de proiecte/acțiuni culturale, reunite în 9 programe, menținând un ritm constant al activității, cu o frecvență medie de 12,6 evenimente pe lună (aproximativ 3,2

evenimente pe săptămână). Această dinamică demonstrează capacitatea instituției de a susține o ofertă culturală diversificată și continuă.

Numărul total de beneficiari a fost de 38.009, dintre care 12.689 beneficiari plători și 25.320 beneficiari neplătitori. Structura beneficiarilor confirmă atât atractivitatea ofertei culturale plătite, cât și rolul public al instituției, prin organizarea de evenimente cu acces liber, proiecte educaționale și acțiuni culturale adresate comunității largi.

Pe componenta de comunicare și vizibilitate, instituția a înregistrat 252 de apariții media (fără comunicate de presă), indicator care evidențiază interesul constant al presei pentru activitatea Filarmonicii și buna integrare a instituției în agenda culturală locală și regională. Totodată, organizarea a 10 activități educaționale confirmă continuitatea preocupării pentru formarea publicului și consolidarea dimensiunii educativ-culturale a misiunii instituției.

În ceea ce privește structura veniturilor proprii, acestea au provenit în principal din activitatea de bază (593.708 lei), completate de venituri din alte activități (176.411 lei). Această structură evidențiază faptul că principalul motor al veniturilor proprii rămâne activitatea artistică propriu-zisă, susținută de activități complementare care contribuie la echilibrul bugetar general. Indicatorii de performanță aferenți anului 2025 confirmă faptul că Filarmonica de Stat Oradea a menținut un nivel bun de eficiență managerială, exprimat prin:

- continuitatea activității culturale și ritmul susținut al evenimentelor;
- menținerea unui număr semnificativ de beneficiari;
- stabilitatea raportului dintre resursele publice și veniturile proprii;
- vizibilitate media constantă și preocupare pentru componenta educațională.

Pentru perioada următoare, vom încerca menținerea monitorizării periodice a acestor indicatori și consolidarea măsurilor orientate spre creșterea veniturilor proprii, dezvoltarea publicurilor noi și menținerea echilibrului dintre performanța artistică, misiunea publică și sustenabilitatea financiară a instituției.

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

În anul 2025, Filarmonica de Stat Oradea a continuat implementarea direcțiilor asumate prin proiectul de management, urmărind un echilibru între misiunea instituției publice de cultură, așteptările publicului tradițional și nevoia de adaptare la noile comportamente de consum cultural.

În perioada evaluată (01.06.2025–31.12.2025), accentul a fost pus pe continuitatea activității artistice, consolidarea relației cu publicul, creșterea vizibilității și dezvoltarea unor formule de programare și comunicare compatibile cu profilul actual al instituțiilor concertistice relevante din țară și din spațiul european.

1. Viziune

Viziunea managerială a Filarmonicii de Stat Oradea urmărește consolidarea instituției ca reper cultural regional și partener activ în viața culturală a orașului, printr-un model de dezvoltare bazat pe:

- excelență artistică și continuitate repertorială, pentru publicul fidel al filarmonicii;
- accesibilizare și diversificare, pentru atragerea publicului nou (în special tineri, familii, public ocazional);
- deschidere instituțională, prin parteneriate culturale, educaționale și comunitare;
- comunicare contemporană, adaptată platformelor și modului actual de consum al informației;
- dezvoltare instituțională realistă, corelată cu resursele umane, financiare și logistice disponibile.

În această logică, Filarmonica de Stat Oradea își propune să rămână o instituție de repertoriu solidă, dar în același timp flexibilă și conectată la comunitate, capabilă să ofere experiențe culturale relevante pentru categorii diverse de public.

2. Misiune

Misiunea Filarmonicii de Stat Oradea rămâne aceea de a promova muzica simfonică, vocal-sinfonică, corală și camerală la standard profesional, contribuind la dezvoltarea vieții culturale a comunității și la formarea publicului.

În anul 2025, această misiune s-a concretizat prin:

- organizarea de concerte simfonice, vocal-simfonice, camerale și proiecte speciale în cadrul programelor instituției;
- menținerea unui repertoriu echilibrat, care a inclus atât lucrări clasice consacrate, cât și formule tematice și proiecte cu adresabilitate extinsă;
- dezvoltarea componentei de educație culturală, prin activități dedicate copiilor și tinerilor;

- susținerea unei prezențe active în spațiul public și în mediul digital, în vederea creșterii accesibilității culturii muzicale;
- consolidarea colaborărilor cu instituții de cultură, educație și parteneri locali, pentru amplificarea impactului cultural al proiectelor.

3. Obiective (generale și specifice)

În anul 2025, acțiunea managerială a Filarmonicii de Stat Oradea a urmărit îndeplinirea obligațiilor asumate prin proiectul de management, prin obiective formulate realist, etapizat și corelate cu resursele umane, financiare și logistice ale instituției, precum și cu specificul unei instituții publice de spectacole și concerte.

Obiectivele au fost formulate astfel încât să răspundă simultan:

- misiunii artistice a instituției;
- nevoii de dezvoltare a publicului;
- cerințelor de eficiență managerială;
- rolului Filarmonicii în viața culturală a municipiului Oradea și a județului Bihor.

3.1. Obiective generale

a) Consolidarea calității artistice și a coerenței repertoriale

- menținerea standardului artistic al Orchestrei Simfonice și al Corului Filarmonicii prin planificare repertorială echilibrată;
- valorificarea artiștilor proprii și colaborarea cu dirijori și soliști invitați relevanți;
- menținerea unei structuri repertoriale clare, care să includă concerte simfonice, vocal-simfonice, camerale, educative și proiecte speciale.

b) Dezvoltarea și diversificarea publicului

- consolidarea relației cu publicul fidel al instituției;
- atragerea publicului tânăr și a publicului ocazional prin formate accesibile și proiecte tematice;
- creșterea gradului de familiaritate a comunității cu instituția, prin prezență constantă în spații convenționale și neconvenționale.

c) Creșterea vizibilității instituției și consolidarea imaginii publice

- dezvoltarea unei promovări integrate prin mass-media, platforme digitale și parteneriate instituționale;

- adaptarea comunicării la specificul platformelor online (Facebook, Instagram, TikTok), fără afectarea profilului artistic al instituției;
- consolidarea imaginii Filarmonicii ca instituție accesibilă, activă și relevantă cultural.

d) Dezvoltarea colaborărilor și a parteneriatelor

- consolidarea colaborărilor cu instituții culturale, educaționale și comunitare;
- participarea la proiecte culturale în parteneriat, cu impact asupra vizibilității instituției;
- valorificarea relațiilor instituționale locale și regionale pentru extinderea publicului și susținerea proiectelor.

e) Consolidarea bazei materiale și a capacității operaționale

- continuarea procesului de dotare și modernizare, în funcție de nevoile reale ale activității artistice și tehnice;
- prioritizarea investițiilor și achizițiilor în raport cu resursele bugetare disponibile;
- creșterea eficienței organizatorice și a capacității instituției de producție și derulare a evenimentelor.

3.2. Obiective specifice

În anul 2025, obiectivele generale au fost transpuse în obiective specifice, urmărite prin programele și acțiunile culturale ale instituției, după cum urmează:

a) În domeniul activității artistice

- realizarea unei stagiuni coerente, cu echilibru între repertoriul clasic de bază și proiectele cu adresabilitate extinsă;
- menținerea unui ritm constant al activității concertistice, prin programe și proiecte culturale desfășurate pe parcursul întregului an;
- susținerea componentelor simfonice, vocal-simfonice și camerale ale activității instituției;
- integrarea proiectelor tematice și a evenimentelor speciale în programarea artistică anuală;
- adaptarea programării la posibilitățile reale ale colectivelor artistice și ale resurselor disponibile.

b) În domeniul educației culturale și formării publicului

- organizarea și dezvoltarea activităților educaționale dedicate copiilor, elevilor și tinerilor;
- menținerea colaborărilor cu unități de învățământ și parteneri educaționali;

- stimularea interesului pentru muzica clasică prin formate de prezentare accesibile și interactive;
- facilitarea contactului direct al publicului tânăr cu instituția, artiștii și procesul artistic.

c) În domeniul dezvoltării publicului și accesibilizării culturii

- menținerea și fidelizarea publicului tradițional al Filarmonicii;
- atragerea publicului nou prin proiecte în spații alternative și prin evenimente cu adresabilitate largă;
- creșterea numărului de beneficiari prin diversificarea formatelor și canalelor de promovare;
- consolidarea relației cu publicul prin comunicare constantă și feedback.

d) În domeniul comunicării și promovării

- dezvoltarea unei strategii de comunicare adaptate platformelor digitale utilizate de publicul instituției;
- creșterea vizibilității activității Filarmonicii prin conținut vizual și video;
- menținerea colaborării cu presa locală și regională pentru promovarea proiectelor;
- integrarea comunicării online în obiectivul mai larg de creștere a prezenței reale la concerte.

e) În domeniul colaborărilor instituționale

- consolidarea parteneriatelor cu instituții de cultură, autorități publice, organizații și mediul educațional;
- participarea la proiecte comune și la evenimente culturale ale orașului;
- dezvoltarea colaborărilor care susțin atât vizibilitatea instituției, cât și accesul publicului la actul cultural.

f) În domeniul organizării interne și al bazei materiale

- continuarea achizițiilor de bunuri, servicii și dotări necesare funcționării instituției;
- prioritizarea investițiilor în funcție de nevoile repertoriale și tehnice;
- menținerea unui cadru funcțional adecvat pentru artiști, personal și public;
- susținerea capacității administrative și logistice necesare derulării programelor culturale.

3.3. Corelarea obiectivelor cu programele instituției

Îndeplinirea obiectivelor generale și specifice în anul 2025 s-a realizat prin structurarea activității în programe și acțiuni culturale complementare, fiecare având un rol distinct în atingerea Țintelor manageriale:

- **Feel Emotion / Fil Nouveau** – programul central al stagiunii, orientat spre repertoriul simfonic și vocal-sinfonic, cu rol major în menținerea standardului artistic și fidelizarea publicului tradițional;
- **Feel Free** – program orientat spre recitaluri și formule camerale, cu rol în diversificarea ofertei culturale și valorificarea artiștilor instituției;
- **Feel Education / Feel Young** – componenta educațională, dedicată dezvoltării publicului tânăr și formării viitorilor beneficiari ai instituției;
- **INITIO 2025** – stagiunea estivală, orientată spre accesibilizare, vizibilitate și extinderea publicului în spații alternative;
- **proiecte în parteneriat și festivaluri** – acțiuni culturale realizate împreună cu parteneri instituționali, cu rol în creșterea vizibilității și consolidarea integrării Filarmonicii în viața culturală a orașului.

Această structură de programe reflectă un model de lucru compatibil cu practicile actuale ale instituțiilor concertistice relevante, care combină:

1. activitatea de repertoriu;
2. dezvoltarea publicului;
3. proiectele speciale cu impact comunitar și mediatic.

3.4. Direcții de acțiune pentru implementarea obiectivelor

Pentru atingerea obiectivelor stabilite, în anul 2025 au fost urmărite următoarele direcții de acțiune:

a) Programare artistică și repertorială

- planificarea echilibrată a stagiunii;
- integrarea concertelor tematice și a proiectelor speciale;
- adaptarea repertoriului la resursele instituției și la profilul publicului.

b) Dezvoltarea publicului

- menținerea activităților educaționale;
- colaborări cu școli, licee și instituții de învățământ superior;
- organizarea de evenimente în spații neconvenționale și accesibilizarea comunicării.

c) Promovare și comunicare

- consolidarea prezenței pe Facebook, Instagram și TikTok;
- utilizarea conținutului video;
- menținerea unei relații constante cu presa și partenerii media.

d) Parteneriate și proiecte comune

- dezvoltarea relațiilor cu instituții culturale și educaționale;
- participarea la proiecte și evenimente comune;
- menținerea dialogului cu partenerii publici și privați.

e) Dotări și infrastructură

- continuarea achizițiilor necesare activității artistice și tehnice;
- prioritizarea dotărilor în funcție de nevoi și buget;
- menținerea standardelor funcționale ale spațiilor de lucru și de concert.

4. Strategie culturală

În anul 2025, Filarmonica de Stat Oradea și-a continuat strategia culturală într-o formulă adaptată realităților instituționale, resurselor disponibile și profilului publicului local și regional, urmărind simultan:

- menținerea standardului artistic al instituției;
- dezvoltarea și diversificarea publicului;
- creșterea vizibilității instituției;
- consolidarea rolului Filarmonicii în viața culturală a municipiului Oradea și a județului Bihor.

Strategia culturală a fost aplicată într-o manieră echilibrată, fără a forța direcții care depășesc capacitatea operațională a instituției, dar urmărind în mod constant modernizarea formatelor de prezentare, accesibilizarea comunicării și consolidarea relației cu publicul.

Strategia culturală a Filarmonicii de Stat Oradea în anul 2025 s-a fundamentat pe următoarele principii:

- Continuitate artistică și coerență repertorială – Instituția a urmărit menținerea unui nucleu repertorial solid, bazat pe concerte simfonice, vocal-simfonice și camerale, în acord cu misiunea unei filarmonici publice și cu așteptările publicului fidel.

- Deschidere și accesibilizare – Fără a dilua profilul artistic al instituției, strategia a inclus formate și contexte de prezentare care facilitează apropierea publicului nou de muzica clasică (programe tematice, proiecte în spații alternative, comunicare digitală adaptată).
- Formarea și dezvoltarea publicului – A fost menținută componenta educativă ca direcție strategică, cu accent pe copii, elevi, adolescenți și tineri, în ideea formării pe termen lung a viitorului public meloman.
- Parteneriat și integrare în viața culturală locală – Filarmonica a urmărit consolidarea rolului său de instituție culturală centrală, prin colaborări cu instituții de cultură, educație, autorități și organizații partenere.
- Realism managerial și sustenabilitate – Strategia culturală a fost corelată permanent cu resursele umane, financiare și logistice efectiv disponibile, astfel încât dezvoltarea instituției să se producă în mod sustenabil și predictibil.

În anul 2025, Filarmonica de Stat Oradea a urmărit o strategie repertorială bazată pe complementaritatea programelor, astfel încât oferta artistică să răspundă atât publicului cunoscător, cât și publicului aflat în proces de apropiere de instituție.

Direcții urmărite au fost:

- menținerea repertoriului de bază (simfonic, vocal-sinfonic, coral, cameral) ca ax central al activității;
- integrarea programelor tematice și a proiectelor speciale în cadrul stagiunii;
- valorificarea artiștilor proprii și completarea ofertei prin colaboratori și invitați relevanți;
- adaptarea repertoriului la resursele instituției și la capacitatea reală de producție artistică.

Această abordare este în linie cu tendințele instituțiilor concertistice relevante, care păstrează repertoriul clasic drept nucleu identitar, dar dezvoltă în paralel:

- programe de accesibilizare;
- proiecte tematice;
- formate de apropiere de public.

Strategia culturală din 2025 a pus accent pe consolidarea relației cu publicul existent și pe atragerea unor segmente noi, în special public tânăr și public ocazional și a inclus în mod explicit componenta de comunicare ca instrument de dezvoltare a publicului, nu doar ca activitate de promovare.

Instituția a urmărit o comunicare mai clară, mai apropiată de public și adaptată platformelor utilizate de diferite categorii de beneficiari.

Un pilon important al strategiei culturale în 2025 a fost menținerea și dezvoltarea parteneriatelor, ca instrument de extindere a impactului instituției prin:

- consolidarea colaborărilor cu instituții de cultură din Oradea și din județ;
- menținerea relațiilor cu instituțiile de învățământ și partenerii educaționali;
- participarea la proiecte și evenimente culturale în parteneriat;
- cooperarea cu organizații și structuri relevante pentru vizibilitatea culturală și turistică a orașului.

Strategia culturală nu poate fi separată de capacitatea instituției de a produce și susține evenimente în condiții bune. Din acest motiv, în anul 2025 s-a urmărit și o direcție de consolidare operațională prin achiziții și dotări necesare activității artistice și tehnice, menținerea funcționalității spațiilor și a condițiilor de lucru pentru artiști și personal, susținerea unei organizări interne stabile, cu accent pe claritate procedurală și responsabilitate.

Această abordare a permis corelarea obiectivelor culturale cu posibilitățile efective de implementare, evitând asumarea unor direcții nerealiste.

Pe baza experienței anului 2025, strategia culturală a instituției poate fi consolidată în continuare prin:

- menținerea echilibrului dintre repertoriul de bază și proiectele de accesibilizare;
- dezvoltarea graduală a componentei educative, în corelare cu parteneriatele școlare și universitare;
- profesionalizarea continuă a comunicării digitale, cu accent pe conversia vizibilității în participare reală;
- extinderea parteneriatelor culturale și comunitare cu impact concret asupra publicului;
- continuarea investițiilor prioritare în dotări și infrastructură, în funcție de nevoile repertoriale și tehnice.

Strategia culturală aplicată de Filarmonica de Stat Oradea în anul 2025 a urmărit un model de dezvoltare echilibrat, realist și adaptat profilului instituției, bazat pe continuitate artistică, deschidere către public și consolidare managerială.

Prin corelarea activității repertoriale cu programele educative, proiectele în parteneriat și noile forme de comunicare, instituția a continuat să își consolideze poziția de reper cultural la nivel

local și regional, menținând în același timp o direcție de modernizare compatibilă cu practicile actuale ale instituțiilor concertistice relevante.

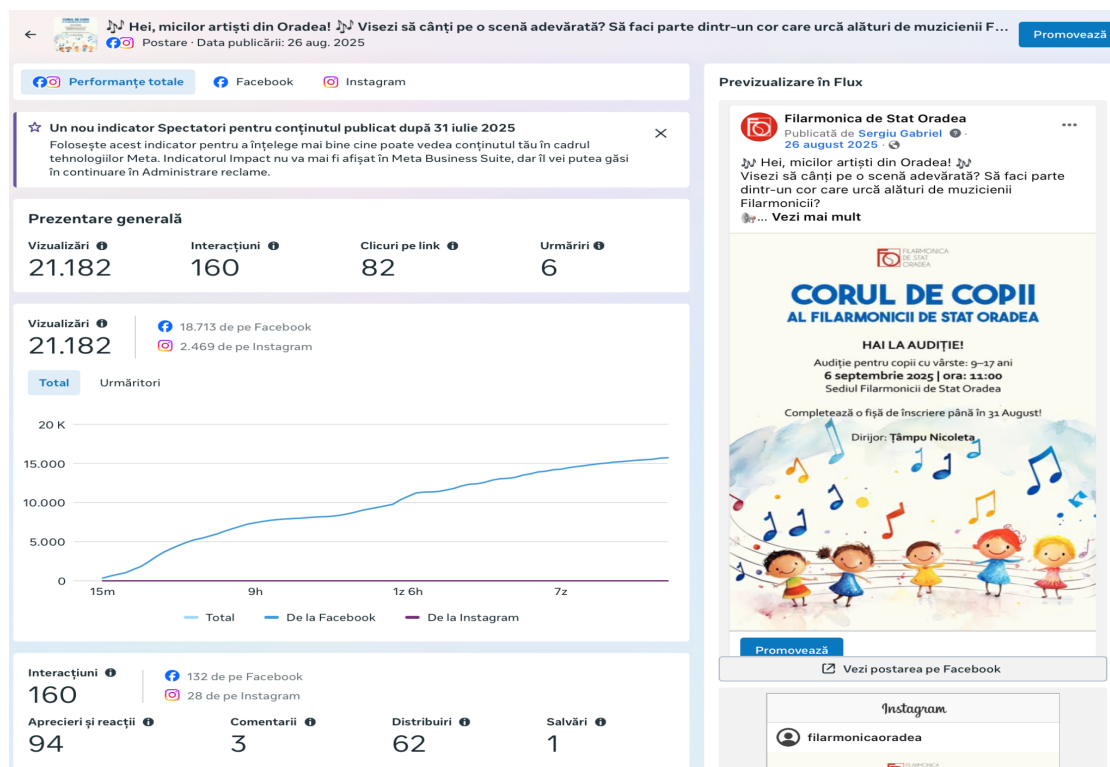
5. Strategie și plan de marketing

În anul 2025, strategia de marketing a Filarmonicii de Stat Oradea a urmărit consolidarea vizibilității instituției, creșterea interacțiunii cu publicul și adaptarea comunicării la comportamentul de consum cultural din mediul digital.

Direcția de lucru a rămas una integrată: promovare clasică (afișaj, parteneriate media, materiale tipărite), dublată de o comunicare digitală constantă pe Facebook, Instagram și – în mod relevant pentru publicul tânăr – TikTok.

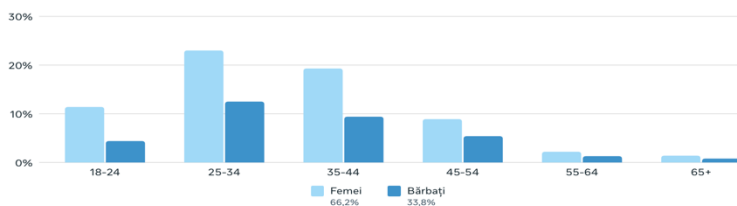
Analiza indicatorilor din platformele digitale (Meta Insights și rapoarte interne) arată că în 2025 s-a menținut un ritm bun de vizibilitate și interacțiune, cu accent pe conținutul video, postările cu miză emoțională și materialele care prezintă artiștii, fragmente de concert sau momente din culise.

Cele mai bune rezultate au fost generate de conținutul vizual și video, în special de postările care combină anunțul artistic cu elemente de storytelling (artiști invitați, premiere, proiecte pentru copii, evenimente speciale și participări în festivaluri). Postările cu apel la interacțiune (comentarii, distribuiri) au avut o performanță superioară conținutului pur informativ.



Urmăritori 2.626

Vârstă și gen



Principalele orașe



Principalele țări



Datele de audiență confirmă consolidarea prezenței digitale a instituției. În 2025, pagina de Facebook a Filarmonicii a înregistrat aproximativ 14.745 urmăritori, iar contul de Instagram aproximativ 2.627 urmăritori. Distribuția audienței arată o prezență puternică a segmentelor adulte active (25–54 ani), cu predominanță feminină,

ceea ce rămâne în linie cu profilul tradițional al publicului Filarmonicii, dar și cu tendințele observate la instituții similare.

Audiență

Exportă

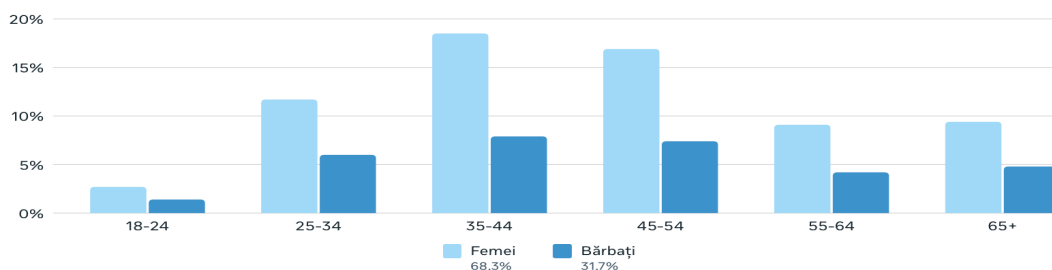
Date demografice

Tendențe

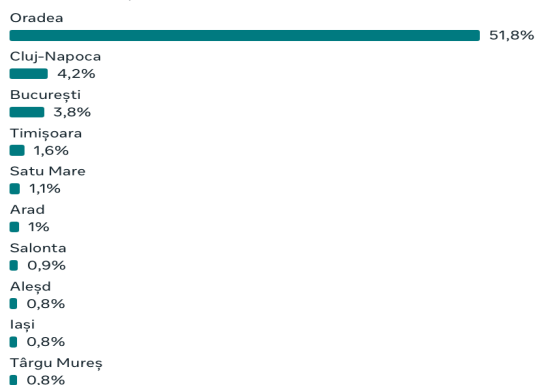
Audiență potențială

Urmăritori 14.745

Vârstă și gen



Principalele orașe



Principalele țări



Monitorizarea periodică a indicatorilor de performanță a evidențiat o evoluție pozitivă a vizibilității și a interacțiunilor. Rapoartele de tip „Prezentare generală a conținutului” și „Interacțiuni cu publicul” arată creșteri semnificative ale afișărilor, interacțiunilor și consumului de conținut, confirmând eficiența calendarului editorial și a campaniilor derulate. În mod particular, conținutul video a avut o contribuție importantă la creșterea expunerii, iar materialele publicate în jurul concertelor de impact, proiectelor estivale și evenimentelor în parteneriat au generat vârfuri de audiență și engagement. Acest lucru susține continuarea strategiei bazate pe conținut video scurt, materiale din culise și formate adaptate fiecărei platforme.

Prezentare generală a conținutului

Toate Postări Povești Reels Live

Vizualizări ⓘ

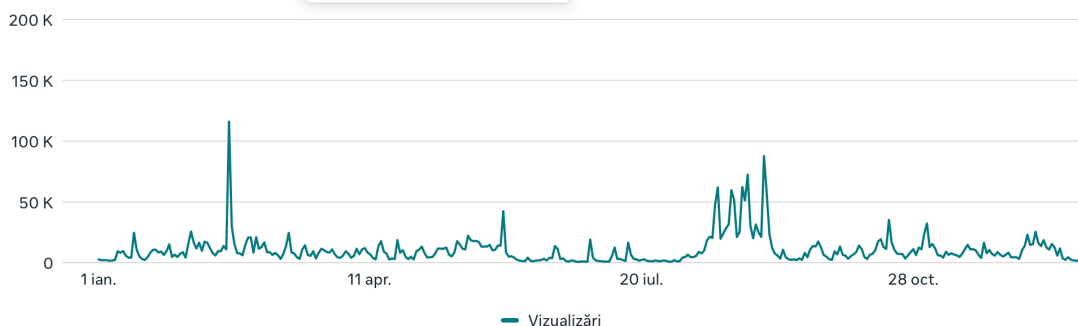
3,8 mil.

Interacțiuni ⓘ

101.259

↑ 73,5%

versus 2 ian. 2024 - 31 dec. 2024



Prezentare generală a conținutului

Defalcare: Organic/reclame ▼

Toate Postări Povești

Vizualizări ⓘ

653,3 K

Impact ⓘ

86,7 K

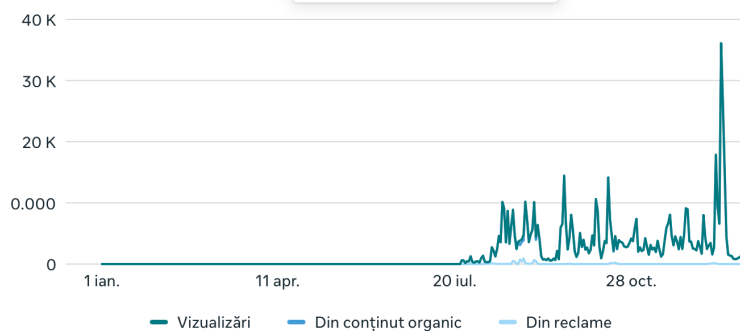
↑ 133,9%

Interacțiuni cu conținutul ⓘ

11.151

↑ 100%

versus 2 ian. 2024 - 31 dec. 2024



Defalcare în funcție de vizualizări

1 ian. 2025 - 31 dec. 2025

Total

653.349

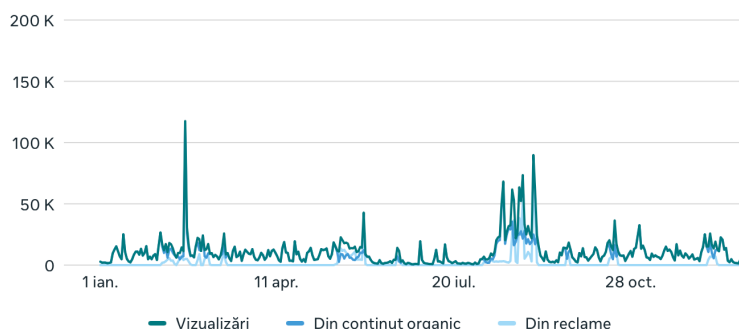
Din conținut organic

646.815

Din reclame

6.534

Vizualizări 4,1 mil.
Vizionări de 3 secunde 276,9 K ↑ 374,6%
Vizionări de 1 minut 3.809 ↑ 151,8%
Interacțiuni cu conținutul 114.327 ↑ 75,7%
Durată de vizionare 58z 22h ↑ 404,4%



Defalcare în funcție de vizualizări
1 ian. 2025 – 31 dec. 2025

Total
4.092.166
Din conținut organic
3.340.340
Din reclame
751.826
Spectatori
 --

Pe lângă Facebook și Instagram, în 2025 a fost consolidată prezența pe TikTok (canal lansat în mai 2025), unde instituția a început să atragă un public mai tânăr, mai puțin prezent în canalele tradiționale ale muzicii clasice. Conținutul video scurt, cu ton accesibil, dar coerent cu identitatea artistică a Filarmonicii, a contribuit la apropierea instituției de segmente noi de public. La nivelul anului 2025, pagina TikTok a acumulat peste 1.000 de urmăritori și peste 6.800 de interacțiuni, rezultat relevant pentru o instituție culturală de profil.

Metode tradiționale de promovare și relația cu mass-media

Strategia digitală a fost susținută de instrumente clasice de comunicare: afișe, pliante, bannere, comunicate de presă, apariții radio-TV și colaborări cu presa locală și regională. În 2025, Filarmonica a menținut o prezență media constantă, cu 252 apariții media (fără a include comunicatele de presă), contribuind la menținerea vizibilității instituției în spațiul public.

Politica de vânzare și promovare a biletelor

Vânzarea biletelor a continuat în sistem mixt – casierie și platformă online (<https://www.poftimcultura.ro/home>) – menținând accesibilitatea pentru toate categoriile de public. Comunicarea comercială a fost corelată cu calendarul de promovare artistică, astfel încât campaniile pentru concertele importante, pachetele tematice și proiectele speciale să fie susținute simultan în mediul online, în media locală și în rețeaua de parteneri.

În 2025, analiza periodică a indicatorilor (reach, engagement, evoluția audienței, performanța tipurilor de conținut, reacția publicului la evenimente) a fost utilizată ca instrument de management al comunicării, nu doar ca raportare statistică. Acest mod de lucru a permis ajustarea rapidă a mesajelor, a frecvenței postărilor și a formatelor folosite, în funcție de profilul publicului și de specificul fiecărui program cultural.

Rezultatele anului 2025 confirmă eficiența unei strategii de marketing echilibrate, care combină promovarea instituțională tradițională cu instrumente digitale actuale. Filarmonica de Stat Oradea și-a consolidat comunitatea online, a menținut o vizibilitate bună în mass-media și a valorificat conținutul video și comunicarea vizuală pentru a apropia publicul de viața artistică a instituției. Direcția rămâne una realistă și sustenabilă: creștere graduală, comunicare coerentă și adaptare permanentă la comportamentul publicului, fără a compromite identitatea artistică a Filarmonicii.

6. Programe propuse

În anul 2025, Filarmonica de Stat Oradea a continuat implementarea programelor asumate prin proiectul de management, menținând o structură repertorială echilibrată și adaptată atât publicului fidel, cât și noilor categorii de beneficiari. Programele au fost gândite complementar, astfel încât să acopere misiunea artistică, educativă, comunitară și de vizibilitate publică a instituției.

Fil Nouveau / Feel Emotion

Programul reprezintă nucleul stagiunii Filarmonicii de Stat Oradea, reunind concertele simfonice și vocal-simfonice organizate cu regularitate pe parcursul stagiunii (ianuarie–mai, septembrie–decembrie 2025).

Acest program a urmărit:

- menținerea standardului artistic al instituției;
- valorificarea repertoriului clasic și romantic, alături de lucrări moderne și programe tematice;
- consolidarea relației cu publicul meloman tradițional și atragerea unui public nou prin formule accesibile și atractive.

INITIO 2025

Stagiunea estivală a Filarmonicii de Stat Oradea, desfășurată în spații neconvenționale, cu accent pe accesibilizarea actului cultural și extinderea publicului.

Prin INITIO 2025, instituția a continuat direcția strategică de:

- deschidere către spațiul public urban;
- atragere a publicului ocazional și a turiștilor;
- diversificare a formatelor (crossover, recitaluri în aer liber, proiecte tematice).

Fil Nouveau / Feel Free

Programul cuprinde recitaluri și evenimente camerale susținute de artiști ai Filarmonicii sau invitați speciali, în formule diverse (duo, trio, cvartet etc.).

Rolul programului este:

- diversificarea ofertei artistice;
- punerea în valoare a muzicienilor instituției;
- crearea unor experiențe muzicale intime, complementare concertelor simfonice.

Fil Nouveau / Feel Education

Program educativ destinat copiilor, elevilor și adolescenților, construit pe formate interactive și accesibile, inclusiv în limba română și maghiară.

Programul urmărește:

- formarea publicului viitor;
- dezvoltarea relației cu școlile și mediul educațional;
- familiarizarea publicului tânăr cu muzica clasică prin spectacole tematice.

Sounds of Oradea Festival

Program realizat în parteneriat cu Visit Oradea / APTOR, cu puternic impact de imagine și vizibilitate publică, integrat în calendarul cultural major al orașului.

Participarea Filarmonicii în acest program consolidează:

- poziționarea instituției în proiecte de anvergură;
- expunerea națională și internațională;
- colaborarea cu artiști invitați de prestigiu.

Oradea FestiFall

Program dezvoltat în parteneriat local, cu rol de integrare a Filarmonicii în marile evenimente ale orașului și de extindere a prezenței instituției în afara cadrului stagiunii clasice.

Prin acest program, Filarmonica contribuie la:

- dinamica culturală urbană;
- accesibilizarea muzicii pentru public larg;
- consolidarea rolului instituției în viața comunității.

Festivaluri, concerte în parteneriat și proiecte speciale

Această categorie include proiecte derulate împreună cu instituții culturale, educaționale, comunitare și sociale (ex. evenimente Art Nouveau, concerte aniversare, evenimente caritabile, Ziua Porților Deschise, manifestări oficiale etc.).

Aceste proiecte susțin:

- flexibilitatea instituției în raport cu nevoile comunității;
- dimensiunea socială și educativă a activității culturale;
- dezvoltarea parteneriatelor instituționale și intersectoriale.

Prin structura programatică din 2025, Filarmonica de Stat Oradea a menținut o arhitectură coerentă a activității artistice, echilibrând repertoriul de bază cu programe educative, proiecte estivale și parteneriate culturale de impact. Această abordare este în acord cu tendințele actuale ale instituțiilor concertistice relevante, care îmbină excelența artistică cu accesibilitatea, diversificarea publicului și integrarea în viața culturală a comunității.

7. Proiecte din cadrul programelor

În anul 2025, programele Filarmonicii de Stat Oradea au fost implementate printr-un număr consistent de concerte, recitaluri și proiecte culturale, desfășurate atât în sala instituției, cât și în spații alternative sau în parteneriat cu alte organizații. Activitatea a urmărit menținerea unei frecvențe constante a evenimentelor și o diversificare reală a formatelor artistice.

7.1. Fil Nouveau / Feel Emotion

Programul a reprezentat nucleul stagiunii și a inclus 38 de concerte (simfonice și vocal-simfonice), cu un total de 14.547 beneficiari:

- 11.314 beneficiari plătitori
- 3.233 beneficiari neplătitori

Repertoriul a inclus:

- lucrări clasice universale;
- programe tematice;
- concerte de sezon și gale;
- concerte vocal-simfonice cu impact major de public.

Au avut un impact deosebit:

- concertele tematice precum *Argentinissimo*, *Serenada Femenității*, *Ajun Simfonic*;
- concerte vocal-simfonice și de sărbători, cu grad ridicat de ocupare.

Programul a contribuit decisiv la menținerea continuității stagiunii și la consolidarea relației cu publicul fidel, confirmând în același timp interesul publicului pentru formatele tematice și pentru proiectele de anvergură.

7.2. INITIO 2025

Stagiunea estivală INITIO 2025 a inclus 13 evenimente, cu un total de 14.355 beneficiari:

- 2.202 beneficiari plătitori
- 12.153 beneficiari neplătitori

Evenimentele s-au desfășurat în spații diverse (ex. Sinagoga Neologă Sion, promenadă, piațete, spații urbane etc.) și au inclus:

- recitaluri camerale în aer liber;
- evenimente crossover;
- concerte vocal-simfonice;
- proiecte tematice cu adresabilitate largă.

Proiecte cu vizibilitate ridicată:

- Pop Simfonic la Catedrală
- CineMusic
- A Gamer's Symphony
- recitaluri tematice (Klezmer, Bach în aer liber, Vibrații de alamă etc.)

INITIO 2025 a confirmat rolul stagiunii estivale ca instrument strategic de dezvoltare a publicului, de creștere a vizibilității instituției și de integrare a muzicii clasice în spațiul public.

7.3. Fil Nouveau / Feel Free

Programul de recitaluri și muzică de cameră a inclus 22 de evenimente, cu un total de 2.952 beneficiari:

- 2.260 beneficiari plătitori
- 694 beneficiari neplătitori

Evenimentele au fost susținute atât de artiști ai Filarmonicii, cât și de invitați, în formule camerale variate. Programul a oferit o alternativă artistică stabilă la concertele simfonice, punând în valoare:

- rafinamentul muzicii de cameră;
- versatilitatea artiștilor instituției;
- apropierea de public prin formate intime.

Se remarcă atât recitalurile cu acces gratuit (cu rol de extindere a publicului), cât și recitalurile tematice cu bună participare și continuitate pe parcursul întregului an.

7.4. Fil Nouveau / Feel Education

Programul educativ a inclus 15 evenimente, cu un total de 5.195 beneficiari:

- 5.074 beneficiari plătitori
- 121 beneficiari neplătitori

Au fost organizate spectacole și concerte educative adaptate diferitelor categorii de vârstă, inclusiv în limbile română și maghiară, între care:

- *Flautul încurcat*
- *Peter Pan*
- *Ființe Fantastice / Varázslatos lények*

Programul a înregistrat un grad foarte bun de participare, inclusiv reprezentații sold out, confirmând:

- cererea constantă din partea unităților de învățământ;
- eficiența formatului educativ-interactiv;
- rolul esențial al acestui program în formarea publicului viitor.

7.5. Sounds of Oradea Festival

În cadrul acestui program, Filarmonica de Stat Oradea a participat la 1 eveniment major, cu un total de 2.500 beneficiari (neplătitori), în parteneriat cu Visit Oradea / APTOR.

Participarea la Sounds of Oradea Festival a consolidat:

- vizibilitatea instituției în evenimente de oraș cu impact ridicat;
- colaborările artistice de prestigiu;
- poziționarea Filarmonicii într-un circuit cultural cu audiență extinsă.

7.6. Oradea FestiFall

Programul a inclus 1 eveniment (concert în cadrul FestiFall 2025), cu 455 beneficiari (neplătitori). Prin participarea la acest proiect, Filarmonica a contribuit la dinamica culturală a orașului și la accesibilizarea muzicii pentru public larg, în contexte neconvenționale și cu vizibilitate publică crescută.

7.8. Festivaluri, concerte în parteneriat și proiecte speciale

În 2025 această categorie a inclus 26 de evenimente, cu un total de 17.866 beneficiari (preponderent neplătitori), în cadrul unor parteneriate culturale, comunitare și sociale. Se remarcă în mod special:

- seria *Art Nouveau Through the Years* (inclusiv evenimente dedicate Zilei Culturii Naționale, Zilelor Art Nouveau, Noptii Muzeelor, concerte aniversare și comunitare);
- participarea la Finala Națională de Baschet Masculin (CSM Oradea), ca eveniment cu expunere foarte mare;

- proiecte cu componentă socială, precum *Muzica pentru viață* (în parteneriat cu SOS Autism Bihor);
- *Ziua Porților Deschise*, cu sesiuni dedicate publicului tânăr și familiilor;
- participări în contexte oficiale și internaționale (inclusiv recitalul dedicat *Zilei Naționale a României*, la Roma).

Această categorie confirmă capacitatea instituției de a adapta actul artistic la contexte variate și de a contribui activ la viața culturală și comunitară a orașului și a regiunii.

Activitatea din 2025 evidențiază o structură programatică matură și funcțională, în care repertoriul de bază, componenta educativă, stagiunea estivală și parteneriatele strategice au funcționat complementar. Numărul ridicat de beneficiari și diversitatea formatelor confirmă:

- interesul constant al publicului pentru evenimentele Filarmonicii;
- eficiența politicii de diversificare;
- consolidarea rolului instituției ca actor cultural major la nivel local și regional.

Pe lângă programele artistice principale, Filarmonica de Stat Oradea a derulat în anul 2025 o serie de activități și proiecte complementare, care au contribuit la creșterea vizibilității instituției, la consolidarea relației cu comunitatea și la extinderea prezenței sale în spațiul public.

Această direcție confirmă caracterul public și comunitar al instituției și contribuie la consolidarea percepției Filarmonicii ca spațiu cultural relevant și accesibil.

În anul 2025, Filarmonica de Stat Oradea a implementat un plan programatic coerent, cu rezultate solide în ceea ce privește:

- continuitatea stagiunii și menținerea standardului artistic;
- dezvoltarea publicului (în special prin programele educative și estivale);
- creșterea vizibilității instituției prin parteneriate și proiecte speciale;
- consolidarea rolului instituției în viața culturală a orașului și a județului.

Structura de programe și proiecte aplicată în 2025 este în acord cu direcțiile actuale ale instituțiilor concertistice relevante: repertoriu de bază puternic, componentă educativă activă, prezență în spațiul public și colaborări strategice cu impact comunitar și de imagine. Datele de sinteză pentru programele și proiectele din 2025 susțin această evoluție și fundamentează direcțiile de dezvoltare pentru perioada următoare.

Tabel-sinteză – strict pentru perioada evaluată (01.06.2025–31.12.2025)

Program	Rol în stagiune	Nr. evenimente (01.06–31.12)	Beneficiari plătitori	Beneficiari neplătitori	Total beneficiari	Observații relevante
Fil Nouveau / Feel Emotion	Nucleul stagiunii (simfonic & vocal-sinfonic)	15	5.342	1.355	6.697	Concerte de stagiune + programe tematice; bază repertorială
INITIO 2025	Stagiune estivală, spații alternative, public nou	13	2.202	12.153	14.355	Impact major de public; componentă outdoor/crossover; vizibilitate ridicată
Fil Nouveau / Feel Free	Recitaluri / muzică de cameră	10	1.358	42	1.400	Diversificare artistică; formate camerale
Fil Nouveau / Feel Education	Educație muzicală, copii & tineri	10	3.787	15	3.802	Activități educative; orientare spre formare de public
Sounds of Oradea Festival	Proiect de anvergură (parteneriat)	1	0	2.500	2.500	Expunere publică ridicată; eveniment de oraș
Oradea FestiFall	Eveniment în parteneriat	1	0	455	455	Participare punctuală în calendar cultural major
Festivaluri & Concerte în parteneriat / Proiecte speciale	Comunitar, patrimonial, social, reprezentare	13	0	8.800	8.800	Art Nouveau / comunitar / social / evenimente cu acces liber
TOTAL		63	12.689	25.320	38.009	12,6 evenimente/lună; ~3,2/săptămână

În perioada evaluată (01.06.2025–31.12.2025) au fost active 7 linii de program; programele *Feel Young* și *Festivalul Primăverii* desfășurându-se preponderent în afara intervalului contractual evaluat (ianuarie–mai).

În ansamblu, perioada evaluată **01.06.2025–31.12.2025** confirmă:

- menținerea unui ritm susținut al activității artistice și culturale;
- implementarea coerentă a programelor asumate, cu roluri distincte și complementare;
- impact semnificativ asupra publicului, printr-o combinație echilibrată între evenimente plătite și proiecte cu acces liber;
- consolidarea vizibilității instituției prin proiecte estivale și parteneriate.

În perioada evaluată **01.06–31.12.2025**, Filarmonica de Stat Oradea a derulat **63 de proiecte**, cu **38.009 beneficiari** (**12.689 plătitori** și **25.320 neplătitori**), dar la nivelul întregului an **2025**, activitatea instituției a cumulat **122 evenimente/proiecte** și **58.941 beneficiari** (total anual). Lista completă a Programelor și Proiectelor derulate de Filarmonica de Stat Oradea în perioada evaluată se regăsește la **ANEXA 2**.

F. Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției pentru 2025

1. Proiectul de venituri și cheltuieli pentru următoarea perioadă de raportare

În vederea asigurării continuității activității artistice și administrative și a implementării programelor asumate prin proiectul de management, Filarmonica de Stat Oradea a fundamentat **Proiectul de Buget pentru Anul 2026** pe necesarul real de funcționare (personal, bunuri și servicii, colaborări) și pe prioritățile de dezvoltare/investiții. La momentul întocmirii prezentului raport, **bugetul pe anul 2026 nu este aprobat**, urmând ca nivelul final al alocărilor să fie stabilit de autoritatea finanțatoare (Consiliul Județean Bihor). În consecință, tabelul de mai jos reflectă **propunerea instituției**, iar coloana „Aprobat” va fi completată după comunicarea bugetului final.

VENITURI / CHELTUIELI AN 2026	PROPUNERI BUGET 2026	BUGET 2026 APROBAT
1. VENITURI TOTALE, din care:	18.435.835	
– venituri proprii	760.000	
– subvenții secțiunea funcționare	13.526.000	
– subvenții secțiunea de dezvoltare	3.993.180	

VENITURI / CHELTUIELI AN 2026	PROPUNERI BUGET 2026	BUGET 2026 APROBAT
– sume utilizate din excedent anii precedenți	156.655	
2. CHELTUIELI TOTALE, din care:	18.435.835	
– cheltuieli de personal	11.029.000	
– cheltuieli materiale	3.203.655	
– cheltuieli privind fondul de handicap/despăgubiri civile	210.000	
– cheltuieli de capital	3.993.180	

Explicații privind Proiectul de Buget 2026 (propus)

a) Venituri totale

Proiectul de buget 2026 are în vedere o structură echilibrată între:

- **venituri proprii** estimate la 760.000 lei, menținute la un nivel realist în raport cu dinamica încasărilor din activitatea artistică și activități conexe;
- **subvenții pentru funcționare** în valoare de 13.526.000 lei, necesare susținerii cheltuielilor curente (în principal cheltuieli de personal, bunuri și servicii, colaborări);
- **subvenții pentru dezvoltare** propuse la 3.993.180 lei, destinate investițiilor prioritare în infrastructură/dotări (achiziții instrumente);
- **utilizarea excedentului reportat** (156.655 lei), ca resursă complementară pentru susținerea execuției bugetare.

b) Cheltuieli totale

Structura cheltuielilor propuse urmărește asigurarea funcționării în condiții normale și implementarea proiectelor culturale planificate:

- **cheltuieli de personal:** 11.029.000 lei – reflectă necesarul pentru susținerea colectivelor artistice și a personalului administrativ/tehnic;
- **cheltuieli materiale:** 3.203.655 lei – includ bunuri și servicii necesare producției artistice, funcționării instituției, mentenanței și obligațiilor curente;
- **fond handicap/despăgubiri:** 210.000 lei – conform obligațiilor legale;
- **cheltuieli de capital:** 3.993.180 lei – orientate spre investiții/dotări considerate prioritare.

Proiectul de buget 2026 reflectă o abordare de continuitate și consolidare, cu menținerea veniturilor proprii la un nivel realist și cu propunerea unei componente de dezvoltare (capital) menite să susțină modernizarea graduală a bazei materiale. În funcție de nivelul bugetului aprobat de autoritatea finanțatoare, instituția va ajusta corespunzător planificarea cheltuielilor, prin prioritizarea activităților și a investițiilor, astfel încât să fie asigurate atât funcționarea curentă, cât și implementarea programelor culturale asumate.

2. Număr de beneficiari estimați

Pentru a realiza o estimare realistă a numărului de beneficiari pentru anul 2026, se iau în considerare următorii factori:

- Baza reală 2025 (realizat): 122 evenimente / 58.941 beneficiari (total anual);
- Structura activității FSO: evenimente plătite (stagiune/recitaluri) + componentă neplătitoare consistentă (INITIO, parteneriate, evenimente comunitare);
- Context 2026 (prudență): prognoze economice modeste pentru România și continuarea consolidării fiscale (posibilă presiune pe nivelul subvențiilor/cheltuielilor publice), plus inflație încă relevantă pentru costuri și puterea de cumpărare;
- Buget 2026: este propus, neaprobat încă; estimarea de mai jos e formulată ca „țintă realistă” în condiții de funcționare comparabile cu anul 2025.

Indicator	2025 (realizat)	2026 (estimat realist)
Număr total de evenimente/proiecte	122	120
Beneficiari total	58.941	60.000

- Număr de evenimente estimat este aproape de 2025 (120), pentru că structura actuală de programe funcționează eficient, iar reducerea ar afecta direct vizibilitatea și fidelizarea;
- Ca beneficiari total am făcut o estimare ușor peste 2025 (60.000), realistă, realizabilă în condițiile menținerii programului estival INITIO, a parteneriatele cu public mare și același ritm al stagiunii.
- La beneficiarii plătitori am făcut o estimare prudentă (20.500), păstrând baza de public fidel, dar ține cont că puterea de cumpărare poate rămâne sub presiune; creșterea poate veni mai ales din pachete/abonamente și conversia din online în sală;

- Segmentul de beneficiari neplătitori rămân motorul volumului total (39.500), în special prin INITIO, proiecte de oraș și parteneriate.

Estimarea pentru 2026 va fi recalibrată după aprobarea bugetului de către Consiliul Județean Bihor și după stabilirea finală a componentelor de dezvoltare/investiții (care influențează direct capacitatea de producție și numărul de proiecte).

3. Analiza programului minimal realizat

Programul Minimal al Filarmonicii de Stat Oradea pentru perioada 01.06.2025–31.12.2025 a fost structurat în 4 programe, totalizând 26 de proiecte artistice, cu un buget prevăzut de 820.521 lei. Programele au acoperit domenii esențiale ale activității instituției: stagiunea simfonică și vocal-simfonică (Fil Nouveau / Feel Emotion), educația muzicală (Fil Nouveau / Feel Education), stagiunea estivală în spații neconvenționale (INITIO) și recitalurile camerale (Fil Nouveau / Feel Free).

Ponderea Programului Minimal (820.521 lei) în raport cu execuția totală a cheltuielilor din 2025 (16.037.591 lei) este de aproximativ 5,1%, reflectând raportul firesc dintre costurile directe aferente proiectelor artistice incluse în Programul Minimal și cheltuielile structurale ale instituției (în special cheltuieli de personal, funcționare).

Structura Programului Minimal (01.06–31.12.2025)

1) Fil Nouveau / Feel Emotion – Stagiunea anuală

- 13 proiecte, buget: 457.521 lei

Programul reprezintă nucleul stagiunii, incluzând concerte simfonice și vocal-simfonice, evenimente tematice și proiecte speciale (inclusiv concerte cu caracter festiv sau comemorativ). În cadrul programului au fost prevăzute inclusiv evenimente de anvergură (ex. proiecte vocal-simfonice și concerte speciale de sărbători).

2) Fil Nouveau / Feel Education – Educație muzicală

- 6 proiecte, buget: 45.000 lei

Program educativ dedicat copiilor și tinerilor, destinat formării publicului viitor și creșterii accesibilității muzicii clasice, prin formate adaptate vârstei și prin colaborarea cu mediul educațional.

3) INITIO – Stagiunea estivală

- 4 proiecte, buget: 260.000 lei

Stagiunea estivală a instituției, dezvoltată în spații neconvenționale, cu componentă de accesibilizare și extindere a publicului. Proiectele cu adresabilitate largă (ex. concerte cu

proiecții, crossover, evenimente în spații publice) contribuie direct la creșterea vizibilității instituției și la atragerea publicului nou.

4) Fil Nouveau / Feel Free – Recitaluri și muzică de cameră

- 3 proiecte, buget: 58.000 lei

Recitaluri camerale și proiecte cu formule restrânse, care diversifică oferta artistică și pun în valoare artiști ai instituției și invitați, completând repertoriul simfonic cu experiențe muzicale intime și rafinate.

Observații privind realizarea Programului Minimal (01.06–31.12.2025)

- **Corelare cu resursele disponibile:** Programul Minimal a fost construit realist, în raport cu bugetul anual și cu structura de cheltuieli a instituției, asigurând finanțarea proiectelor-cheie ale semestrului II.
- **Echilibru artistic:** Ponderea majoritară a bugetului este alocată programului de stagiune (*Feel Emotion*), ceea ce reflectă rolul acestuia de program principal al instituției.
- **Importanța strategică a educației:** Deși bugetul *Feel Education* este relativ redus, programul are un rol strategic major în formarea publicului tânăr și în creșterea accesului la cultură.
- **Impactul INITIO:** Alocarea consistentă pentru INITIO confirmă rolul stagiunii estivale ca instrument de dezvoltare a publicului și de prezență în spațiul comunitar.

Considerăm astfel că Programul Minimal aferent perioadei 01.06.2025–31.12.2025 a fost fundamentat coerent și implementat în concordanță cu obiectivele asumate, asigurând finanțarea proiectelor prioritare ale semestrului II: stagiunea de bază, proiectele estivale și cele educative, precum și componenta camerală. Corelarea cu execuția bugetară anuală confirmă un management financiar prudent, cu un echilibru între costurile directe ale proiectelor artistice și cheltuielile structurale ale instituției. În ansamblu, Programul Minimal a susținut implementarea activității artistice în parametri predictibili, menținând atât standardul repertorial, cât și direcțiile strategice de dezvoltare a publicului și vizibilitate instituțională.

Propuneri privind modificarea și/sau completarea clauzelor contractuale

În baza prevederilor art. 39 alin. (3) din O.U.G. nr. 189/2008 și având în vedere rezultatele obținute, precum și necesitatea menținerii standardelor artistice și a dezvoltării publicului, se propun următoarele completări/ajustări ale clauzelor contractuale, cu aplicabilitate pentru perioada următoare:

1. Reanalizarea regimului de normare pentru Corul Filarmonicii

Corul Filarmonicii funcționează cu fracție de normă, ceea ce limitează planificarea repertorială vocal-simfonică și impune, în anumite situații, soluții externe (colaborări) care cresc costurile și reduc predictibilitatea artistică.

Propunem trecerea Corului la **normă întreagă** (etapizat, în funcție de posibilitățile bugetare), pentru:

- extinderea repertoriului vocal-simfonic și creșterea numărului de proiecte cu cor;
- consolidarea calității și a stabilității pregătirii artistice;
- reducerea dependenței de colaborări externe în proiecte de anvergură.

2. Consolidarea componentei educaționale prin Corul de Copii (măsură deja implementată / nevoie de stabilizare)

În anul 2025, Filarmonica de Stat Oradea, cu aprobarea și susținerea Consiliului Județean Bihor a înființat Corul de Copii, iar postul de dirijor cor copii a fost aprobat, ceea ce creează premise solide pentru dezvoltarea durabilă a componentei educative.

Propunem includerea explicită în clauzele de management a obiectivelor de stabilizare și dezvoltare a acestei componente (resurse, planificare, integrare repertorială), astfel încât:

- activitatea Corului de Copii să devină recurentă și predictibilă (calendar anual);
- ansamblul să fie integrat în proiecte educative și tematice (inclusiv proiecte de sărbători);
- să existe continuitate instituțională și posibilitatea extinderii parteneriatelor educaționale.

3. Consolidarea finanțării pentru dezvoltare și investiții (instrumente și infrastructură)

Menținerea standardului artistic este condiționată direct de baza materială: instrumente, accesorii, dotări tehnice și infrastructură.

Propunem asigurarea unei linii bugetare anuale pentru dezvoltare/investiții și prioritizarea achizițiilor esențiale (instrumente mari, pian de concert, harpă, dotări tehnice), inclusiv prin

mecanisme complementare (sponsorizări/parteneriate), cu mențiunea că finanțarea publică rămâne baza pentru investițiile structurale.

4. Actualizarea indicatorilor de performanță contractuală (completare cu indicatori de impact cultural)

Evaluarea performanței unei instituții de spectacole nu poate fi redusă la execuția bugetară, fiind necesară reflectarea impactului cultural și educațional.

Considerăm că este importantă completarea indicatorilor contractuali cu elemente precum: dezvoltarea publicului (plătitori/neplătitori), componenta educațională, accesibilizarea (evenimente în comunitate), vizibilitatea și retenția publicului (indicatori de comunicare relevanți), astfel încât evaluarea să reflecte realist misiunea publică a instituției. Propunerile urmăresc consolidarea pe termen mediu a capacității artistice și educaționale a Filarmonicii de Stat Oradea, cu respectarea constrângerilor bugetare și a principiului sustenabilității. Implementarea acestora ar crește predictibilitatea repertorială, ar întări dezvoltarea publicului și ar susține menținerea standardelor profesionale ale instituției.

FILARMONICA DE STAT ORADEA

MANAGER

Carmen RUS

ANEXA 1 – PLANUL DE ACHIZIȚII / 2025 (01.06.2025 – 31.12.2025)

COD ACHIZITIE	Denumire achizitie	Ofertant	Valoare estimata	Observații
DA39586142	Servicii filmari video concert simfonic	15229763 impress media srl	15000	VIDEO
DA38774441	Servicii editare video	15229763 impress media srl	3000	VIDEO
DA38704950	Prestari servicii inchiriere podina scena pe o perioada de doua zile	RO 16874724 TOPSOUND SRL	7438,02	VIDEO
DA38268719	Servicii de interpretariat VIDEO la distanță în limbaj mimico-gestual/limba semnelor române	RO4950755 ASOCIATIA NATIONALA A SURZILOR DIN ROMANIA (A.N.S.R.)	700	VIDEO
DA39471786	Servicii de acordaj pian	30836718 CRISAN GH. GHEORGHE	500	ACORDAJ PIAN
DA39223706	Servicii de acordaj pian	30836718 CRISAN GH. GHEORGHE	2500	ACORDAJ PIAN
DA38965530	Servicii de acordaj pian	30836718 CRISAN GH. GHEORGHE	4500	ACORDAJ PIAN
DA38915635	Servicii de acordaj pian	30836718 CRISAN GH. GHEORGHE	500	ACORDAJ PIAN
DA39162531	Servicii de inlocuire coarda pian	30836718 CRISAN GH. GHEORGHE	200	ACORDAJ PIAN
DA39582641	Pachet cerneala Epson 112	RO51669752 TONER EXPERT	528	TONERE
DA39547524	TONER KONICA MINOLTA C287	RO39926008 NAVITECH IT CONCEPT	720	TONERE
DA39377665	Pachet consumabile Epson, HP conform ofertei	RO51669752 TONER EXPERT	2761	TONERE
DA39169586	Toner original black konica minolta C287	RO39926008 NAVITECH IT CONCEPT	720	TONERE
DA39043157	Pachet consumabile HP si Epson	RO51669752 TONER EXPERT	2357	TONERE
DA38922471	Pachet cu cerneluri Epson numarul 112	RO51669752 TONER EXPERT	1335	TONERE
DA38842784	Multifunctional inkjet color EPSON EcoTank L6270 CISS, A4, USB, Wi-Fi, Retea	2864518 ALTEX ROMANIA	2477,76	TONERE
DA38471874	Servicii de mentenanta IT	37189171 NANASOFT GROUP	2585	
DA39260934	Ancii pentru contrafagot	37201984 Eufonia Music Store	637,32	ACCESORII INSTRUMENTE
DA38874106	Accesorii muzicale	37201984 Eufonia Music Store	869,51	ACCESORII INSTRUMENTE
DA38543284	Accesorii muzicale	37201984 Eufonia Music Store	32772,79	ACCESORII INSTRUMENTE
DA38538329	Pachet accesorii instrumente muzicale cu coarde si Arcus	13700987 SC GYL SRL	13251,87	ACCESORII INSTRUMENTE



DA38640257	Reparatie Generala 1buc.Clarinet Buffet Crampon Tosca((674185) Reparatie Generala 1 buc. Clarinet Bu	RO 6202335 VINCZE MUSIK S.R.L.	9500	REPARATI INSTRUMENT E
DA38590788	Reparatie Clarinet BUFFET CRAMPON	RO 6202335 VINCZE MUSIK S.R.L.	9500	REPARATI INSTRUMENT E
DA39090181	Servicii de reparatie jgheaburi apa pluviala	RO 19199428 ACCES GROUP ALPIN S.R.L.	2050	REPARATI JGHEABURI
DA38340743	REPARATII GLAFURI SI PERVAZE INTERIOR- EXTERIOR	42482843 TIROX TEHNIC S.R.L.	81700	REPARATI GLAFURI SI PERVAZE
DA38679302	Verificare instalatie hidranti	RO 17186006 INTERSTING	1240	VERIFICARE HIDRANTI SI STINGATOARE
DA38679283	Verificarea stingatoare	RO 17186006 INTERSTING	772	VERIFICARE HIDRANTI SI STINGATOARE
DA39066567	Verificare PRAM	RO 17186006 INTERSTING	880	VERIFICARE HIDRANTI SI STINGATOARE
DA38858679	Evaluare de risc la securitate fizica	33801960 DAVOS GUARD	600	
DA39271261	PACHET MAPE COR	RO 2720393 TREIRA	4960	
DA39271139	AUTOCOLANTE 6 CM	RO 58584 ART.DECO	693	
DA38965446	Pachet usa intrare	33222186 NATUREN CONCEPT	3305,79	
DA38527794	Servicii de arhivare fizica a documentelor	34551306 ARHIDAVA SOLUTIONS	6491	
DA38509921	OFERTA VANZARE RECIPIENTI COLECTARE DESEU - FILARMONICA DE STAT ORADEA	RO8309690 RER VEST	415,82	
DA38702467	Alimentare cu energie electrica consumatori eveniment Filarmonica de Stat Oradea 2025	RO 13165809 ELECTROCONSTRUCT SILDAC	600	

ANEXA 2 – PROIECTE DERULATE DE FILARMONICA DE STAT ORADEA / 2025
(01.06.2025 – 31.12.2025)

Nr. Crt.	Numele programelor și ale proiectelor	Numele programelor și ale proiectelor	Eveniment	Nr. beneficiari plătitori	Nr. beneficiari neplătitori	Total Nr. beneficiari
1	2	3	4	5	6	7
1.	Programul:	<i>Fil Nouveau, Feel Emotion</i>				
	Proiectul:	1	DESCHIDEREA STAGIUNII - FESTIVAL ENESCU Joi, 18 septembrie 2025·19:00 – 20:30	372	39	411
	Proiectul:	2	DESCHIDEREA STAGIUNII - FESTIVAL ENESCU Vineri, 19 septembrie 2025·19:00 – 20:30	352	51	403
	Proiectul:	3	Arhetipuri în sunet Joi, 25 septembrie 2025·19:00 – 20:30	242	23	265
	Proiectul:	4	Concert de concerte Joi, 16 octombrie 2025·19:00 – 20:30	332	19	351
	Proiectul:	5	Tablouri sonore Joi, 23 octombrie 2025·19:00 – 20:30	256	18	274
	Proiectul:	6	Requiem - Suppé Joi, 30 octombrie 2025·19:00 – 20:30 Catedrala Romano- Catolică Strada Șirul Canonicilor 2, Oradea, România	310	60	370

	Proiectul:	7	Magia rafinată a lui Ravel Joi, 13 noiembrie 2025·19:00 – 20:30	376	43	419
	Proiectul:	8	De la clar la infinit Joi, 20 noiembrie 2025·19:00 – 20:30	269	18	287
	Proiectul:	9	Coarde ale sufletului - Concert vocal - simfonic Joi, 27 noiembrie 2025·19:00 – 20:30	227	15	242
	Proiectul:	10	Un Secol de Dor Vineri, 5 decembrie 2025·19:00 – 20:30	303	36	339
	Proiectul:	11	Glasurii de Crăciun (SOLD OUT) Luni, 8 decembrie 2025·19:00 – 20:00	352	39	391
	Proiectul:	12	Poveste de iarnă SOLD OUT Joi, 11 decembrie 2025·19:00 – 21:00	412	27	439
	Proiectul:	13	AJUN SIMFONIC - Concert Vocal - Simfonic Joi, 18 decembrie 2025·19:00 – 21:00	961	226	1.187
	Proiectul:	14	AJUN SIMFONIC - Concert Vocal – Simfonic SOLD OUT Vineri, 19 decembrie 2025·19:00 – 21:00	578	241	819
	Proiectul:	15	COR-Concert Crăciun Catedrala Sf. Nicolae SOLD OUT Sâmbătă, 20 decembrie 2025·18:00 – 20:00	-	500	500
	TOTAL	15	TOTAL	5.342	1.355	6.697
2.	Programul:	INITIO 2025				

	Proiectul:	1	INITIO2025 Recital - “Muzică Klezmer” SOLD OUT Marți, 12 august 2025·20:30 – 21:30 Sinagoga Neologă "Sion"	258	2	260
	Proiectul:	2	INITIO2025 Recital - “Echoes of a Waltz” Joi, 14 august 2025·20:30 – 21:30 Promenada de pe malul Crișului	-	800	800
	Proiectul:	3	INITIO2025 Recital - “Broadway Promenade” Sâmbătă, 16 august 2025·20:30 – 21:30	-	1.000	1.000
	Proiectul:	4	INITIO2025 - POP SIMFONIC LA CATEDRALA Marți, 19 august 2025·20:30 – 22:00	-	5.000	5.000
	Proiectul:	5	INITIO2025 Recital - "Strune sub stele" Joi, 21 august 2025·20:30 – 21:30 Piațeta din spatele Teatrului	-	1.000	1.000
	Proiectul:	6	INITIO2025 - Axion Esti Concert vocal - simfonic SOLD OUT Duminică, 24 august 2025·19:00 – 21:00	479	62	541
	Proiectul:	7	INITIO2025 Recital - “Clarinet à la carte” Luni, 25 august 2025·20:30 – 21:30 Piațeta Cazaban	-	400	400

	Proiectul:	8	INITIO2025 Recital - "Dialoguri de aer și timp" Miercuri, 27 august 2025·20:30 – 21:30	-	800	800
	Proiectul:	9	INITIO2025 – CineMusic SOLD OUT Vineri, 29 august 2025·20:30 – 22:30	1070	74	1144
	Proiectul:	10	INITIO2025 Recital - "Earthly Delights - Muzicile lumii", sau "de Dor, de Joc și de	-	1.000	1.000
	Proiectul:	11	NITIO2025 Recital - „Vibrații de alamă” Marți, 2 septembrie 2025·20:00 – 21:00	-	800	800
	Proiectul:	12	INITIO2025 - Recital - "Bach în aer liber, Ediția a II-a" Miercuri, 3 septembrie 2025·20:00 – 21:00	-	1.200	1.200
	Proiectul:	13	NITIO2025 - A Gamer's Symphony Vineri, 5 septembrie 2025·20:00 – 22:00	395	15	410
	TOTAL	13	TOTAL	2.202	12.153	14.355
3.	Programul:	<i>Fil Nouveau, Feel Free</i>				
	Proiectul:	1	Un artist un pian și un țambal - Cătălin Răducănu Joi, 2 octombrie 2025·19:00 – 20:30	241	5	246
	Proiectul:	2	Recital - Claviaturi romantice Mihai Diaconescu Marți, 7 octombrie 2025·19:00 – 20:00	97	-	97

	Proiectul:	3	Centenar Virginia Zeani - Recital Marți, 21 octombrie 2025·19:00 – 20:00	236	6	242
	Proiectul:	4	Destine în oglindă" - Recital Miercuri, 22 octombrie 2025·19:00 – 20:00	142	12	154
	Proiectul:	5	Turneul „Baroque Opus 4” Marți, 28 octombrie 2025·19:00 – 20:00	190	-	190
	Proiectul:	6	Zâmbetul muzicii - Recital Marți, 4 noiembrie 2025·19:00 – 20:00	41	2	43
	Proiectul:	7	Recital - Povești între două instrumente Joi, 6 noiembrie 2025·19:00 – 20:30	201	6	207
	Proiectul:	8	Recital - Rhytmix Marți, 18 noiembrie 2025·19:00 – 20:00	97	9	106
	Proiectul:	9	Recital Maurice Ravel și muzica franceză Marți, 25 noiembrie 2025·19:00 – 20:00	87	-	87
	Proiectul:	10	Reflexe pe pian - Recital Marți, 9 decembrie 2025·19:00 – 20:00	26	2	28
	TOTAL	10	TOTAL	1.358	42	1.400
4.	Programul:	<i>Fil Nouveau/Fill Education</i>				
	Proiectul:	1	Spectacol Educativ - Flautul încurcat Luni, 5 mai 2025·09:00 – 10:00	307	37	344
	Proiectul:	2	Spectacol Educativ - Flautul încurcat	302	23	325

			Luni, 5 mai 2025·11:00 – 12:00			
	Proiectul:	3	Spectacol Educativ - Flautul încurcat Miercuri, 7 mai 2025·15:00 – 16:00	98	12	110
	Proiectul:	4	Spectacol Educativ - Flautul încurcat Vineri, 9 mai 2025·09:00 – 10:00	243	23	266
	Proiectul:	5	Spectacol Educativ - Flautul încurcat Vineri, 9 mai 2025·11:00 – 12:00	337	11	348
	Proiectul:	6	Peter Pan Duminică, 1 iunie 2025·14:00 – 15:00	249	5	254
	Proiectul:	7	Peter Pan Duminică, 1 iunie 2025·16:00 – 17:00	253	10	263
	Proiectul:	8	Ființe Fantastice - Concert Educativ- RO Marți, 4 noiembrie 2025·13:00 – 14:00	300	-	300
	Proiectul:	9	Concert Educativ - Ființe Fantastice - RO Miercuri, 5 noiembrie 2025·09:00 – 10:00	378	-	378
	Proiectul:	10	Concert Educativ - Ființe Fantastice - RO Miercuri, 5 noiembrie 2025·11:00 – 12:00	355	-	355
	Proiectul:	11	Varázslatos lények - Concert Educativ- HU SOLD OUT Miercuri, 5 noiembrie 2025·13:00 – 14:00	471	-	471

	Proiectul:	12	Varázslatos lények - Concert Educativ- HU SOLD OUT Joi, 6 noiembrie 2025-09:00 – 10:00	445	-	445
	Proiectul:	13	Concert Educativ - Ființe Fantastice – RO SOLD OUT Joi, 6 noiembrie 2025-11:00 – 12:00	455	-	455
	Proiectul:	14	Concert Educativ - Ființe Fantastice – RO SOLD OUT Vineri, 7 noiembrie 2025-09:00 – 10:00	460	-	460
	Proiectul:	15	Concert Educativ - Ființe Fantastice - RO Vineri, 7 noiembrie 2025-11:00 – 12:00	421	-	421
	TOTAL	15	TOTAL	5.074	121	5.195
5.	Programul:	<i>Sounds of Oradea Festival</i>				
	Proiectul:	1	<i>Concert - SO Festival Vineri, 13 iunie 2025-20:30 – 22:00</i>	-	2.500	2.500
6.	Programul:	<i>Oradea Festifall</i>				
	Proiectul:	1	<i>Concert FestiFall 2025 Joi, 9 octombrie 2025-19:00 – 20:00</i>	-	455	455
7.	Programul:	<i>Festivaluri, concerte în parteneriat etc.</i>				
	Proiectul:	<i>Art Nouveau Trought the Years</i>				

	Proiectul:	1	<i>Culoare și ritm - Zilele Art Nouveau</i> <i>Duminică, 8 iunie</i> <i>2025-13:00 – 13:30</i>	-	500	500
	Proiectul:	2	<i>Culoare și ritm - Zilele Art Nouveau</i> <i>Duminică, 8 iunie</i> <i>2025-18:00 – 18:30</i>	-	1.000	1.000
	Proiectul:	3	<i>Împreună - 21 iun 2025</i>	-	473	473
	Proiectul:	4	<i>One Big Jump - eveniment caritabil</i> <i>Duminică, 28 septembrie</i> <i>2025-17:00 – 18:00</i>	-	200	200
	Proiectul:	5	<i>Festivitate de premiere PMO</i> <i>Duminică, 12 octombrie</i> <i>2025-09:30 – 12:00</i>	-	473	473
	Proiectul:	6	<i>Cor - Festival Hubic</i> <i>Vineri, 24 octombrie</i> <i>2025-18:00 – 20:00</i> <i>Catedrala Greco - Catolică Sf. Nicolae</i>	-	500	500
	Proiectul:	7	<i>Celebrare Regina Maria - Cor + alămuri</i> <i>Miercuri, 29 octombrie</i> <i>2025-13:00 – 15:00</i>	-	563	563
	Proiectul:	8	<i>Deplasare Grădinița Nr.54</i> <i>Vineri, 14 noiembrie</i> <i>2025-09:30 – 12:00</i>	-	250	250
	Proiectul:	9	<i>30 de ani Arte & Muzică (Concert Aniversar)</i> <i>Luni, 24 noiembrie</i> <i>2025-17:00 – 19:30</i>	-	473	473
	Proiectul:	10	<i>Recital - Ziua Națională a României celebrată la Roma</i> <i>Joi, 4 decembrie 2025</i>	-	200	200

	Proiectul:	11	<i>Eveniment ERA Sâmbătă, 6 decembrie 2025·16:00 – 17:00</i>	-	300	300
	Proiectul:	12	<i>Eveniment ERA Duminică, 14 decembrie 2025·16:00 – 17:00</i>	-	350	350
	Proiectul:	<i>Muzica pentru viață</i>				
	Proiectul:	1	<i>Concert/Recital SOS- Autism Bihor SOLD OUT Vineri, 21 noiembrie 2025·18:00 – 20:00</i>	-	563	563
	TOTAL	14	TOTAL		9.363	9.363
	TOTAL FINAL	69		12.689	25.320	38007