

Continuăm să dăm culoare oraşului



Proiect de management

2024-2027

Centrul Cultural G.M. Zamfirescu
Butka Gergely - director

Stimați membri în comisia de evaluare,
Stimați consilieri,

ca urmare a evaluării finale a managementului pentru anii 2021-22-23, am primit posibilitatea de a depune un nou proiect de management pentru Centrul Cultural G.M. Zamfirescu. Principalele rezultate în acești 3 ani de management au fost:

- **Crearea unui portofoliu de evenimente** atractive: ridicarea calității de organizare a Zilelor Orașului, aducerea în portofoliu al StreetMusic Festival, World Music Festival, CityRocks, rebrandingul Jazz & Wine, licențierea TEDx, Caravana TIFF, iar Târgul de Crăciun, Târgul de Paște contribuie la un grad ridicat de satisfacție în cadrul cetățenilor.
- **Implicarea activă în viața comunității:** împreună cu Primăria Municipiului Satu Mare, am organizat peste 150 de evenimente, acestea însumând peste 500 de concerte, spectacole și proiecte individuale.
- **Focus pe tinerii activi, tineri familisti și copii:** peste 60% din evenimentele noastre sunt destinate grupului-țintă sub 40 de ani, cooperăm intens cu organizațiile de tineret. Avem o echipă tânără în cadrul instituției precum și o echipă consistentă de voluntari.
- **Ridicarea imaginii municipiului Satu Mare** contribuie la procesul de city branding: festivalurile noastre atrag deja turiști în oraș, municipiul este notat deja printre polurile relevante de cultură urbană pe plan regional.

Noua perioadă de management presupune și o reformulare a planului precum și adaptarea la preferințele sătmărenilor. Noul plan de management am construit pe trei piloni:

1. **livrarea evenimentelor accesibile, atractive pentru fiecare segment al comunității;**
2. **implicare activă în city branding și marketing turistic;**
3. **placemaking și place management: gestionarea spațiilor publice comunitare;**

Pe paginile următoare detaliez planul de management, structurat după cerințele formulate în Hotărârile Consiliului Local Satu Mare.

Cu respect,
Butka Gergely
02.04.2024

Structura proiectului de management

- A** **Analiza socio-culturală a mediului** în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existent;
- B** **Analiza activității instituției** și propuneri privind îmbunătățirea acesteia;
- C** **Analiza organizării instituției** și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare;
- D** **Analiza situației economico-financiare** a instituției;
- E** **Strategia, programele și planul de acțiune** pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, conform sarcinilor formulate de autoritate;
- F** **Previzionarea evoluției economico-financiare** a instituției publice de cultură, cu o estimare a resurselor financiare ce ar trebui alocate de către autoritate, precum și a veniturilor instituției ce pot fi atrase din alte surse;

A.

Analiza socio-culturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția

A.1

Instituții, organizații, grupuri informale care se adresează aceleiași comunități

Primăria Municipiului Satu Mare și Consiliul Local

De-a lungul celor trei ani de management, între 2021 și 2024, echipa Centrului Cultural a colaborat strâns cu aceste entități pentru a asigura locuitorilor din Satu Mare acces la evenimente culturale și de recreere de înaltă calitate. Menținem o comunicare constantă cu aceste instituții și suntem deschiși la orice sugestie din partea conducerii sau a membrilor consiliului. Planul de activități și bugetul sunt prezentate Consiliului de Administrație, unde deciziile sunt adoptate în majoritatea cazurilor, prin unanimitate.

Interacțiunea cu instituții culturale locale

Din momentul începerii perioadei de management din 2021, colaborăm activ și constructiv cu principalii participanți din sfera culturală a municipiului și județului Satu Mare, inclusiv Teatrul de Nord, Filarmonica "Dinu Lipatti", Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale, Direcția de Cultură, precum și alți colaboratori. Inițiem și derulăm numeroase proiecte comune, precum participarea Filarmonicii la evenimentele dedicate Zilei Copilului sau co-organizarea Târgului de Crăciun împreună cu CJCPT, colaborări cu echipa Teatrului de Nord în cadrul proiectului GMZ125, precum și alte proiecte.

Cooperare cu ONG-uri și grupuri informale

Pe parcursul acestor trei ani, Centrul Cultural a devenit un promotor activ în cadrul societății civile din oraș. Această entitate gestionează proiecte cu finanțare nerambursabilă conform Legii 350, implicând în circuitul cultural, de tineret și sportiv, peste 100 de asociații și inițiative. În aceste sesiuni de finanțare, personalul Centrului a furnizat îndrumare în ceea ce privește aplicarea, coordonarea și decontarea financiară a activităților, contribuind astfel la o evoluție constantă și diversificarea proiectelor susținute prin fonduri nerambursabile.

Colaborarea cu instituții, grupuri externe de specialitate

În decursul acestor trei ani, Centrul Cultural a consolidat legăturile externe: suntem contactați de agenții de booking și manageri ai unor trupe de prestigiu atât la nivel internațional, cât și național, reușind astfel să prezentăm publicului din Satu Mare artiști de calibrul mondial, cum ar fi Boban Markovic Orkestar, Barcelona Gipsy Balkan Orchestra și Avishai Cohen, precum și unele dintre cele mai populare formații din țară.

Pentru anul 2024, am dezvoltat aceste relații încât Centrul Cultural menține colaborări strânse cu organizatori, furnizori și parteneri ai unor festivaluri de renume, cum ar fi Electric Castle, Untold Festival și LightsOn Romania. Am inițiat un parteneriat pe termen lung cu echipa de la Capitala Culturală Europeană Veszprem, Ungaria.

Analiza SWOT actualizată reflectă schimbări față de cea inclusă în planul de management din ianuarie 2021: de atunci, diversitatea evenimentelor organizate a crescut și, implicit, recunoașterea Centrului Cultural s-a îmbunătățit. Am analizat și am remediat punctele vulnerabile, suntem conștienți de provocările pe care le presupune perioada următoare de management și privim cu optimism spre posibilitățile generate de progresul municipiului.

PUNCTE TARI

- Structură instituțională solidă, cu sprijin financiar consistent din partea Primăriei și Consiliului Local;
- Gamă largă și variată de evenimente, inițiative inovatoare;
- Multiculturalism: organizăm proiecte pentru fiecare sătmărean, indiferent de limbă, apartenență etnică;
- Evoluția vizibilă a imaginii Centrului Cultural în ultimii trei ani;
- Activitățile noastre sunt recunoscute și apreciate de comunitate;
- Participarea activă a partenerilor și a echipei de voluntari la proiectele noastre;
- Echipa noastră este printre cele mai respectate în organizarea de evenimente, pe plan local.

PUNCTE SLABE

- Remunerația insuficientă a personalului (directorul beneficiază de un venit net de 3300 lei, iar referentul de 2600 lei);
- Clădirea instituției nu se pretează pentru organizarea evenimentelor de interior;
- Procedurile birocratice complică desfășurarea eficientă a activităților;
- Modificările în legislația privind sponsorizările vor îngreuna atragerea de sprijin financiar din sectorul privat;
- Identitatea vizuală a Centrului Cultural G.M. Zamfirescu necesită actualizare prin rebranding.

OPORTUNITĂȚI

- Modernizarea Pieței Libertății și a pasarelei pietonale: crearea de noi locații și spații publice.
- Ne dezvoltăm în consolidarea și profesionalizarea echipei de organizare: avem membri tineri și competenți în echipă.
- Putem integra atracții noi în oferta noastră de evenimente.
- 2024 este anul potrivit pentru inițierea activității de promovare turistică.

AMENINȚĂRI

- Posibila diminuare a bugetului orașului ar putea conduce la diminuarea subvenției destinate instituției noastre.
- Există riscul adoptării unei Ordonanțe de Urgență care să restricționeze procesele de achiziție;
- O criză economică la nivel național sau global ar putea influența negativ obținerea de sponsorizări;
- Restricțiile de angajare, combinate cu salarizarea neactivă, vor complica reînnoirea echipei.

A.3

Evoluția imaginii existente și măsurile luate pentru îmbunătățirea acesteia

Pe parcursul perioadei anterioare de administrare, ne-am concentrat continuu pe îmbunătățirea renumelui orașului, organizând peste 150 de evenimente. Evenimente precum Zilele Orașului sau Târgul de Crăciun nu numai că au îmbogățit oferta culturală, dar au contribuit semnificativ la promovarea imaginii Centrului Cultural, a Primăriei și a Consiliului Local.

Centrul Cultural este activ pe rețelele sociale, folosind platforme precum Facebook, Instagram și TikTok, adaptându-se la trendurile în ascensiune pentru a rămâne în contact cu publicul său. Prin intermediul mesajelor directe și sondajelor post-eveniment, ne angajăm într-un dialog continuu cu audiența noastră, orientându-ne strategiile de comunicare în funcție de preferințele acestora și de cele mai recente evoluții din social media, marketing și PR.

A.4

Propuneri pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari

Propun continuarea colectării feedbackurilor de la beneficiari prin intermediul sondajelor de opinie de la vizitatori, organizate la debutul anului, înainte și după Zilele Orașului, urmând evenimentele Street Music și World Music Festival, precum și după evenimentele cu impact local, unde se efectuează analize de follow-up. Aceste sondaje colectează nu doar păreri, ci și informații demografice precum vârsta, genul și preferințele culturale ale participanților.

În cadrul comunicării de follow-up evidențiem aspectele care pot contribui la îmbunătățirea serviciilor oferite publicului: calitatea programului artistic, condițiile de confort la eveniment, eficiența comunicării și alte detalii relevante. Exemple:

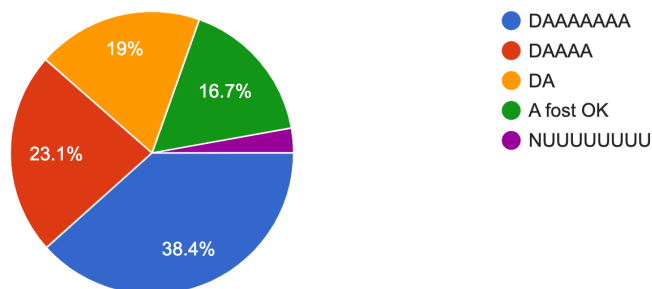
1,129 responses

[Link to Sheets](#)

În general cum v-a plăcut Zilele Orașului Satu Mare din acest an?

[Copy](#)

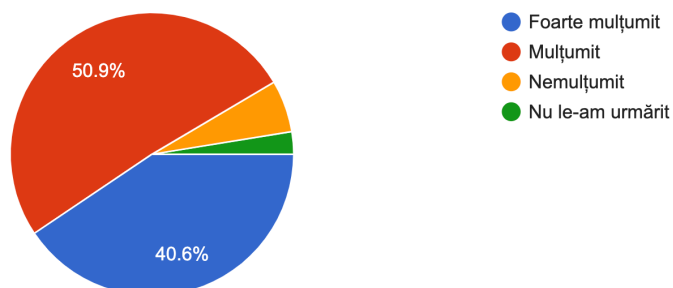
1,129 responses



Cât de mulțumit sunteți de concertele de la Scena Mare?

[Copy](#)

1,129 responses



Grupurile-țintă ale activităților pe termen scurt/mediu

De la începerea perioadei de management, am menținut o interacțiune directă cu audiențele vizate prin comunicare directă, analize de feedbackuri, sondaje. Prin aceste metode, am identificat următoarele segmente și grupuri-țintă:

După criteriul de locație:

- **Locuitorii orașului Satu Mare** constituie grupul nostru principal de interes: ne dedicăm peste 90% din resursele noastre financiare și de organizare pentru a răspunde cerințelor lor culturale și de divertisment, urmărind să oferim o varietate largă de opțiuni pentru utilizarea timpului liber.
- **Vizitatorii orașului** reprezintă de asemenea un segment important: pe măsură ce portofoliul nostru de evenimente se extinde, crește și oportunitatea, precum și necesitatea de a promova turistic municipiul prin intermediul acestor evenimente. Elaborarea unei strategii de promovare turistică se numără printre obiectivele noastre cheie pentru anul 2024.

După frecvența accesării programelor:

- **Consumatorul fidel:** urmărește activ canalele noastre de social media, interacționează cu noi, face rezervări de bilete și participă regulat la evenimentele noastre, partajează conținutul nostru și oferă feedback. Ne axăm pe consolidarea loialității acestui segment de public.
- **Vizitatorul ocazional:** nu este un urmăritor constant al evenimentelor noastre, preferând să participe doar la manifestări de amploare, cum ar fi Zilele Orașului sau Târgul de Crăciun. Ne adresăm acestui grup larg din societate prin strategii de marketing outdoor, cum ar fi afișajele în stații de autobuz și bannerele stradale, precum și prin comunicate de presă, reclame online.

După vârstă:

- **Copiii sub 14 ani** (reprezențați de părinții lor): Căutăm să le oferim acces la programe dedicate, care să fie atât accesibile, cât și atractive, punând un accent deosebit pe confortul evenimentului (umbră, alternativă pentru vreme ploioasă, spații de schimb pentru bebeluși etc.).
- **Tineri între 14 și 25 de ani:** În această categorie am observat cea mai semnificativă creștere în ultimii trei ani. Implementăm proiecte similare celor din orașe ca Cluj-Napoca, aducând pe scena sătmăreană artiștii preferați de tineret. În 2023, am demarat și proiectul de bugetare participativă dedicată tinerilor.
- **25-45 de ani:** Adulții tineri, inclusiv tinerii părinți, care au trăit experiența orașelor universitare și care sunt obișnuiți să călătorească în city-break-uri, sunt publicul țintă al evenimentelor noastre "casual" de cultură urbană, cum ar fi Festivalul de Muzică Stradală, Festivalul de Muzică Mondială, TIFF, TEDx. Această categorie a arătat cea mai mare creștere a încrederii în activitățile noastre.
- **Peste 45 de ani:** Acest segment are preferințe mai clasice, optând pentru evenimente cu un grad mai mare de confort și familiaritate, precum festivalurile de folclor, muzică folk, rock clasic și muzică clasică. Am constatat un nivel satisfăcător de apreciere pentru evenimentele noastre, cum ar fi CityRocks, în rândul acestui grup.

Profilul beneficiarului actual

Prin procesul nostru de comunicare și colectare a feedback-urilor, am identificat diverse profile ale beneficiarilor, evidențiind faptul că nu este posibilă o generalizare posibilă; de exemplu, audiența interesată de folclor diferă considerabil de cea a evenimentelor TEDx. Dacă definim un profil general al beneficiarului tipic, acesta s-ar apropia cel mai mult de cel al tinerilor familisti:

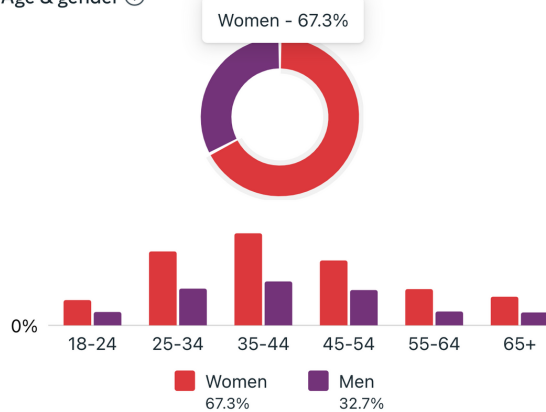
- lucrează în Satu Mare în sfera privată,
- câștigă la un nivel mediu,
- are studii universitare, majoritatea la Cluj-Napoca,
- vizitează și alte orașe din regiune pentru city-break,
- preferă stilul muzical de pop/electronic sau de pop-rock,
- este familiarizat cu social media, cu tehnici digitale de plată,
- este atras de stilul evenimentelor stradale,
- vorbește engleză la nivel de conversație,
- apreciază confortul de eveniment (siguranță, toalete, salubritate etc)
- și nu în ultimul rând, are spiritul de localpatriotism.

Toate profilele specifice sunt analizate de noi în urma statisticilor disponibile.

Facebook followers ⓘ

11,190

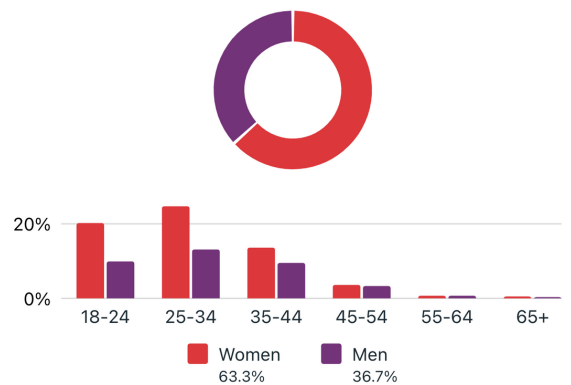
Age & gender ⓘ



Instagram followers ⓘ

1,494

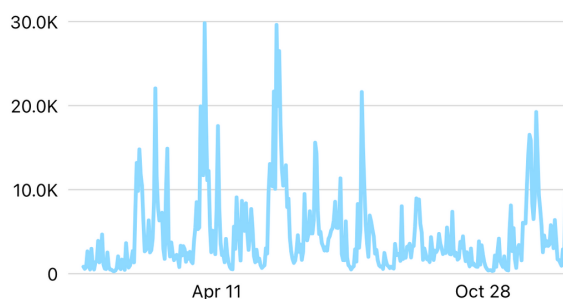
Age & gender ⓘ



Reach

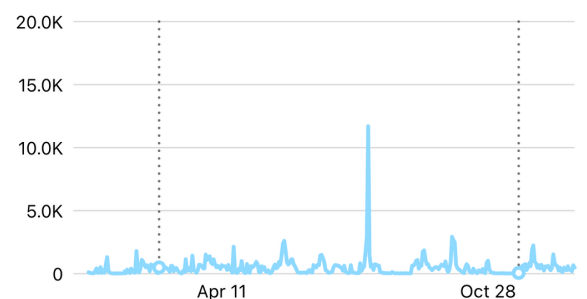
Facebook reach ⓘ

279,018 ↓ 20.6%



Instagram reach ⓘ

45,184 ↓ 7.6%



Export ▼

B.

Analiza activității instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia

Pe plan profesional, între anii 2021 și 2023, managementul a derulat un proces continuu de perfecționare a instituției, un efort ce se reflectă și în sfera relațiilor inter-instituționale: membrii echipei Centrului Cultural au participat ca invitați la diverse conferințe și evenimente, fie ca prezentatori, fie ca delegați. Suntem onorați de cooperarea dintre echipele din Satu Mare și Veszprém, Capitala Culturală Europeană, precum și de prezența noastră în calitate de vorbitori sau auditori la conferințe de anvergură națională în orașe ca București, Budapesta, Cluj-Napoca, Oradea și la manifestări locale.

B.1

Analiza programelor și a proiectelor instituției;

În primul plan de management, aprobat de Consiliul Local am definit patru programe-cadru, patru direcții strategice pe plan de activități.

Cultura21: fiind o instituție de cultură, acest program a fost considerat ca având prioritate, iar 70% dintre programele destinate comunității s-au axat pe acest program. Este important de menționat faptul că am inclus proiecte culturale în acest program care nu erau acoperite de celelalte instituții: nu am derulat proiecte de teatru sau de folclor, de muzică clasică doar prin parteneriat cu instituții care au această specialitate. În cadrul programului Cultura21, am dezvoltat cultura artei urbane prin StreetMusic Festival, multiculturalitatea prin World Music Festival, cultura muzicii ușoare, a artei urbane prin RestArt Urban Paint Festival, am marcat zile de importanță națională și am sprijinit tinerii artiști, creatori prin diferite proiecte. În acest program, am derulat peste 250 de evenimente și spectacole în decursul perioadei de management.

VisitSatuMare: am început programul de city branding în cadrul acestui program prin editarea broșurilor și a publicațiilor despre oraș, organizarea evenimentelor de "treasure hunting" și evenimentele de la Turnul Pompierilor au contribuit la o vizibilitate mai mare a orașului pe plan național și la dezvoltarea ideii de localpatriotism în cadrul tinerilor.

Invest in Satu Mare: am lansat programul de facilitare a economiei locale prin organizarea târgurilor de producători sătmăreni și am cooptat societăți economice locale în organizarea evenimentelor.

Young City: cel mai ambițios program lansat în 2021 viza implicarea tinerilor în viața culturală, oferindu-le proiecte atractive în stilurile preferate de ei: astfel am organizat Young City Weekend, numeroase evenimente în cartierul Micro 17 și Micro 16, programe educaționale și workshopuri pentru copii și tineri. Împreună cu Primăria Municipiului Satu Mare am inițiat primul proiect de bugetare participativă, prin care am sprijinit 18 inițiative de tineret. Putem declara că programul Young City contribuie în mod serios la dezvoltarea unui oraș orientat către tineri.

Analiza principalelor proiecte ale instituției

Program	Proiect	Scurtă analiză și propuneri
Cultura21	Zilele Municipiului Satu Mare	În anul 2022 am relansat, după pandemie, sărbătoarea Zilelor Orașului și am continuat în 2023. Am introdus artificiile de zi, showuri pirotehnice, am pus accent pe curățenie și pe confortul de eveniment. Pentru anul 2025, propun ca scena dedicată copiilor și tradițiilor să fie amplasată în Piața Libertății (fără tarabe)
Cultura21	Târgul de Crăciun	Târgul de Crăciun înregistrează creștere în fiecare an, iar se bucură de o apreciere deosebită din partea publicului. Am adus noutăți ca roata panoramică și am găzduit peste 2000 de copii la activitățile Moșului. Din anul 2024, propun să fie amplasată în Piața Libertății.
Cultura21	Samfest Jazz & Wine	Samfest Jazz & Wine a devenit una dintre punctele de atracție de vară a municipiului, festival distins cu "Best Brand Awards". Propun continuarea diversificării paletei de jazz și a co-brandingului cu vinurile de calitate, iar din 2025 propun să aibă loc în Piața Libertății.
Cultura21	StreetMusic Festival	Festivalul este cotate ca cel mai apreciat eveniment de muzică și artă stradală din România. În 2023, am stabilit record nou în vizitatori, aproximativ 25.000 de vizitatori, 25 de trupe din întreaga lume. În 2024 împlinesc 10 ani iar pentru perioada următoare, sezonul 2025 avem în plan să extindem acest proiect: Satu Mare să fie "city of buskers" și să găzduim, conform unui regulament strict, în weekendurile de vară, muzicieni și artiști de stradă.
Cultura21	World Music Festival	Acest festival de perspectivă turistică a adus în Satu Mare pe Barcelona Gipsy Balkan Orchestra, Boban Markovic Orkestar și alte trupe de nivel internațional, am înregistrat turiști care vizitau orașul expres pentru acest festival. Propun continuarea evenimentului pentru luna septembrie a fiecărui an, 3 zile / 3 culturi muzicale
Cultura21	RestArt Urban Paint festival	În 2021 am realizat primele lucrări de artă murală, pe pereții școlilor din municipiu, continuăm în anul 2024 la Turnul Pompierilor și propun continuarea în spații publice: școli, spații publice, implicarea tinerilor artiști.
Cultura21	Vara Sătmăreană	Evenimentele de vară la Turnul Pompierilor, pasajul Coposu sau spațiile comunitare din cartiere, s-au bucurat de aprecierea publicului, în special a tinerilor. Continuăm cu Primăvara Sătmăreană și propunem seria de evenimente Vara și Toamna Sătmăreană, în diferite locații: Piața Libertății, Parcul UFO, Parcul Liniștii cu un program diversificat în fiecare weekend.
Cultura21	LiveMusic in the City	În perioada COVID am adus concerte online, în sezonul de toamnă-iarnă am organizat evenimente indoor. Deoarece sălile Centrului Cultural sunt inadecvate pentru acestea, propunem continuarea acestor evenimente în locații de cafenele din oraș. În cadrul acestui proiect, se organizează concerte de cafea, seri de slam poetry și de alte tipuri, în lunile octombrie-noiembrie-ianuarie.

Program	Proiect	Scurtă analiză și propuneri
Cultura21	Caravana TIFF	În fiecare an, weekendul filmelor artistice rulează "cu casa închisă", așa s-a întâmplat și în luna iulie a fiecărui an, în pasajul C. Coposu. Propun continuarea parteneriatului cu APFR și cu echipa regizorul Tudor Giurgiu, iar pentru 2025 propun derularea unei ediții mai "extinse".
Cultura21	TEDx Satu Mare	Am derulat două ediții de TEDx, având temele "community changers" și "LogOut" în cadrul cărora au fost dezbătute teme actuale, având câte 10 speakeri de elită, ambele ediții derulând cu casa plină. Pentru 2024, tema este "more than You think", sunt lansate invitațiile de speakeri. Propun continuarea licențierii acestui program iar pentru ediția 2025, aducerea a minim 1 speaker de nivel internațional.
Cultura21	CityRocks Satu Mare	După ce am obținut licența pentru România, am organizat cel mai spectaculos eveniment de rock din ultimii ani: peste 200 de muzicieni au cântat hiturile rock în Piața 25 Octombrie. Pentru 2024 luăm o pauză dar propunem revenirea proiectului în anul 2025.
Cultura21	Zile de importanță națională	Zilele de importanță națională au fost marcate în fiecare an, printre care Ziua Națională a României, Ziua Culturii Naționale, zile de importanță internațională și locală. Propun continuarea acestora la un nivel calitativ ridicat.
Cultura21	Zile de importanță locală	Am marcat 300 de ani de oraș liber regal, am marcat 20 de ani de la înființarea Consiliului Local, în acest an marcăm 100 de ani de la ridicarea Turnului Pompierilor. Continuăm să ne implicăm în aceste evenimente de comunitate și localpatriotism.
Cultura21	Zile internaționale	Marcăm în fiecare an Ziua Internațională a Femeii dar nu prin oferirea florilor ci prin evenimente dedicate: workshopuri artistice și de alt tip, Ladies Creative Day de 8 martie și de Ziua Mamei fiind evenimente îndrăgite de publicul feminin. Marcăm ziua mondială a artei, ziua poeziei și de asemenea, marcăm zile de conștientizare a bolilor, de prevenire și de alte tipuri, în parteneriat cu asociații de specialitate.
Invest.sm	Târgurile de Produs Sătmărean	Târgul de Mărțișor, de Paște, de Crăciun și cele periodice au contribuit în mod serios la promovarea producătorilor sătmăreni, continuăm colaborarea cu ei în 2024 și propun continuarea proiectului.
Invest.sm	Beauty Days	Pentru anul 2024 ne pregătim să organizăm acest eveniment B2B de succes iar pentru următorii ani, propun continuarea parteneriatului și organizării ei.
Invest.sm	Satu Mare te așteaptă acasă	După o perioadă lungă de pandemie, tinerii abia în octombrie 2022 s-au întors la facultate, organizarea bursei de joburi este prematură. Propunem reluarea inițiativei în 2025, la 3 ani de pandemie și home office.

Program	Proiect	Scurtă analiză și propuneri
Young City	Ziua Internațională a Copilului	Am organizat în fiecare an zilele dedicate Copiilor și Tinerilor, cu program amplu de concerte și workshopuri, teatru de păpuși, concert simfonic, în cooperare cu Filarmonica Dinu Lipatti, propunem continuarea ei.
Young City	Bugetare participativă Com'On SM	Unul dintre cele mai reușite proiecte a fost Com-On SM cu peste 5000 de voturi, 30 de echipe, continuăm în 2024 și propun continuarea în anii următori.
Young City	Concerte și evenimente Young City	Ne-am focusat pe tineri: mai mult de 60% dintre evenimentele organizate de Centrul Cultural au fost dedicate copiilor, tinerilor și a familiștilor tineri. Continuăm și în 2024 dezvoltarea portofoliului de evenimente de tineret, propunem extinderea programului.
Young City	Young City Weekend	Am organizat în 2021, în perioada pandemică un festival dedicat tinerilor. Satu Mare are nevoie de un festival de tineret: propunem ca din anul 2025, festivalul La Dâmburi să fie organizat în comun cu Samstudia, sub denumirea "La Dâmburi / Youth Festival"
Legea 350	Finanțări nerambursabile	Am gestionat anual mai mult de 60 de proiecte ale organizațiilor civile și non-guvernamentale, am acordat sprijin de informare în scrierea, implementarea și decontarea proiectelor. Pe viitor, propunem simplificarea sesiunilor prin depunerea online a proiectelor.
VisitSM	Activități de city branding, turism	Am început livrarea materialelor de promovare turistică, evenimentele de tip "treasure hunting" dar în viitor această activitate de promovare turistică trebuie preluată de organizație de managementul destinației.
VisitSM	Turnul Pompierilor	Din 2021, conform unui plan de management și de marketing pentru această locație, Turnul și parcul Dr. Fátýol Rudolf a devenit un spațiu comunitar atractiv, festivalurile de Jazz și World Music fiind puncte de atracție, concertele de 1 iunie, Ziua lei și alte proiecte având loc aici. Turnul este frecvent vizionat și după incidentul nefericit din 2022, am reparat părțile distruse. Pe termen mediu va fi necesară intrarea ei în reparații pe exterior și interior.
Diverse	Evenimente prin parteneriat	Cu scopul de a fi o instituție deschisă pentru parteneriate benefice comunității locale, am fost co-organizatori la numeroase proiecte și evenimente care au îmbunătățit confortul urban și au ridicat imaginea municipiului Satu Mare. Astfel, am găzduit etapa de start a Cupei României la Ciclism, concursurile internaționale de pompieri, iar la Târgul de Crăciun, Târgul de Paști respectiv Zilele Orașului am găzduit mai mult de 300 de evenimente și proiecte prin parteneriate educaționale. Propunere pentru viitor: vom dezvolta parteneriate cu instituții de specialitate, vom sta la dispoziția unităților de învățământ dar nu vom putea asuma toate proiectele, vom crea un sistem structurat de alegerea parteneriatelor.

B.2

Reformularea mesajului.

În primii trei ani de management ne-am concentrat pe dinamizarea instituției, pe lărgirea paletelor de proiecte și pe acel portofoliu de evenimente cu care orașul se poate mândri și de atrage turiști. Mesajul și principalele două obiective ale instituției au fost:

- distracție culturală pentru sătmăreni
- renume pentru Satu Mare

Pentru următoarea perioadă de management, propun reformularea obiectivelor majore în felul următor: **Centrul Cultural trebuie să fie un promotor instituțional în dezvoltarea unui oraș modern, atractiv și confortabil pentru toate generațiile.** În acest sens, planul de management se concentrează în jurul trei obiective principale:

- livrarea evenimentelor accesibile, atractive pentru fiecare segment al comunității;
- implicare activă în city branding și marketing turistic;
- placemaking și place management: valorificarea și gestionarea spațiilor publice comunitare;

Reformularea mesajului este bazată pe analiza SWOT și pe experiențele celor 500 de evenimente, proiecte gestionate în prima perioadă de management dar și pe researchul efectuat în rândul orașelor mai dezvoltate din occident.

B.3

Descrierea principalelor direcții pentru îndeplinirea misiunii

Pentru atingerea acestor obiective de mai sus, consider necesară îndreptarea spre următoarele direcții strategice:

- **Restructurare:** în forma actuală, Centrul Cultural G.M. Zamfirescu nu are capacitatea de a dezvolta mai departe portofoliul cultural nici de a dezvolta latura turistică și de a se implica în valorificarea noilor spații culturale și comunitare. Pentru dezvoltarea activității de promovare turistică, propun înființarea Organizației de Management a Destinației "VisitSatuMare", în formă de asocieră a Primăriei Municipiului Satu Mare cu reprezentanții HoReCa și a domeniului turistic. Această organizație ar prelua evenimentele cu potențial turistic și va putea derula, cu resurse financiare și umane potrivite, activitatea de city branding și marketing turistic.
- **Eficientizare:** pentru a putea livra programul minimal (de pe pagina XX), Centrul Cultural va trebui să continue eficientizarea organizării evenimentelor din punct de vedere financiar, logistic și în comunicare. În acest sens, propun implementarea procedurilor simple și a metodelor de lean management.

- **Placemaking:** Centrul Cultural trebuie să descopere și să reintroducă în circuitul urban de viață culturală locații defavorizate sau recent modernizate:
 - Printre locațiile care necesită o reinventare, dezvoltare și sunt posibile noi spații publice, enumerăm: UFO parc, Parcul Liniiștii, parcul Dr. Fatyol Rudolf, cinema Luceafărul, cinema Victoria, sălile Casei de Cultură a Sindicatelor precum și alte spații care pot fi reintegrate în circuitul urban.
 - Printre spațiile publice noi create, este important ca Piața Libertății, Piața 25 Octombrie, pasarela pietonală, malul Someșului să fie integrate în viața culturală, iar un proiect ambițios - Muzeul Industrializării Forțate - va putea găsi, sub tutela Centrului Cultural, o echipă devotată și un management demn de acest obiectiv extrem de valoros.

- **City branding:** această direcție a fost prevăzută și în planul anterior de management, însă doar acum am ajuns la nivelul la care se poate asuma o activitate dedicată brandingului de oraș și a promovării turistice. Din experiența celor 3 ani de management, sunt convins de următoarele:
 - În baza portofoliului de evenimente majore, în baza abundenței de evenimente de interes local putem declara că **Satu Mare are potențial turistic în categoria turismului de eveniment** și în acest segment, poate fi o destinație atractivă, autentică și accesibilă.
 - Acest domeniu de promovare turistică presupune o activitate structurată: culegere și organizare de date, informații turistice, concepere și editare de materiale print, platforme online și aplicație turistică, contopirea lor într-o strategie de promovare turistică, sinergii regionale și alte aspecte.
 - Activitatea de city branding și promovare turistică trebuie să fie gestionată sub o altă formă instituțională, cel mai eficient fiind modelul Organizației de Management a Destinației, obiectiv asumat și în Planul Național de Redresare și Reziliență, astfel este posibilă și atragerea fondurilor europene nerambursabile.

- **Creativitate:** ceea ce ne-a caracterizat în prima perioadă de management, a fost creativitatea în organizarea de evenimente: chiar și în perioada de pandemie am reușit să livrăm evenimente ca de exemplu Gaia, planeta imensă a artistului Luke Jerram sau evenimentele online. StreetMusic, CityRocks, TEDx și celelalte proiecte sunt realizate prin creativitate și atenție la detalii în comunicare, confort de eveniment și alte elemente. Această creativitate va trebui să ne caracterizeze și în această perioadă de management.

- **Comunicare și acomodare** la preferințele grupului-țintă: această caracteristică trebuie să fie un obiectiv principal în continuare. Centrul Cultural trebuie să fie o instituție modernă, să folosească cele mai noi metode de comunicare și interacționare cu grupurile-țintă.

C.

Analiza organizării instituției și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare

C.1

Analiza reglementărilor interne ale instituției și a actelor normative incidente

Acțiunile cheie pentru îmbunătățirea operativității organizației au implicat eficientizarea fluxurilor de lucru: de la anul 2021, managerul a ales parteneri și furnizori pe criterii de eficiență financiară și capacitate operațională. Organizarea internă este inspirată de practicile din sfera economică privată, în concordanță strictă cu reglementările sectorului public.

A fost implementat un cadru procedural intern echivalent cu cel utilizat de Primăria Municipiului Satu Mare, punându-se accent pe digitalizare: integrarea soluțiilor bazate pe cloud și utilizarea aplicațiilor de teamwork care definesc coordonarea sarcinilor, având o abordare organizatorică similară cu cea a startup-urilor, împreună cu metode de lean management.

C.2

Propuneri privind modificarea reglementărilor interne

În prima perioadă de management am dezvoltat un portofoliu de evenimente pe care se poate construi în anul 2024 și o activitate de promovare turistică. În acest sens, consider necesară înființarea unei Organizații de Management a Destinației pentru promovarea turistică a municipiului Satu Mare, organizație independentă de Centrul Cultural care să preia activitatea de city branding și comunicarea către potențialii turiști din alte orașe.

Propunerea managerului este modificarea reglementărilor interne pentru a face posibilă administrarea acestei organizații de management a destinației. De asemenea, consider necesară modificarea organigramei și a statutului de funcții pentru adaptarea structurii Centrului la necesitățile perioadei 2024-2028.

Printre modificările interne, voi propune Consiliului de Administrație:

- aprobarea modificării orarului pentru relații cu publicul;
- modificarea organigramei și a statutului de funcții;
- modificarea tarifelor de închiriere, bilete și alte servicii conexe;
- un plan de investiții pentru anul 2025 în echipamente și alte obiecte;

C.3

Analiza capacității instituționale din punctul de vedere al resursei umane

Domeniul resurselor umane și a salarizării este cea mai problematică din întregul proces de administrare a instituției: angajările pe posturi vacante sunt blocate dar și fără această limitare, atragerea angajaților noi este aproape imposibilă, ca exemplu salariul directorului este la nivelul de 3.300 lei net, salariul referentului este 2.600 lei. Contractarea colaboratorilor oferă o posibilitate de a forma echipă tânără și dinamică, dar problema angajării nu este rezolvată. În acest context, depunerea acestui plan ambițios de management (care presupune weekenduri ocupate și o responsabilitate financiară imensă) denotă un optimism sau nevoia testării psihologice :)

Analiza capacității instituționale din punct de vedere al spațiilor și patrimoniului instituției, propuneri de îmbunătățire;

Centrul Cultural este administratorul clădirii-simbol al orașului, Turnul Pompierilor: una dintre prioritățile noastre a fost punerea în valoare a clădirii și a parcului adiacent. În acest sens, am reabilitat parcul Dr. Fáyol Rudolf, am expus mobilier urban și am oferit un cadru atractiv pentru tineri. Turnul vopsit prin proiecții luminoase în culori a devenit unul dintre simbolurile vieții culturale ale orașului.

Am modernizat o parte din spațiile Casei de Cultură a Sindicatelor, am amenajat un birou open-space modern, astfel economisind la costuri de încălzire. Spațiile nu sunt potrivite organizării de evenimente dar și în aceste condiții, am acordat acces organizatorilor locali, formațiilor muzicale, trupelor de dans cu principiul de gratuitate în primul an. Pentru anul 2024, vom înainta Consiliului de Administrație un plan tarifar pentru închirieri de spații.

Atelierul de creație de pe strada Ștrandului este un obiectiv în care nu am prevăzut investiții doar reparații curente, artiștii suportând toate cheltuielile de întreținere și propun continuarea acestui parteneriat.

Reiterăm intenția și capacitatea echipei Centrului Cultural de a administra obiectivele Turnul Pompierilor, atelierul de creație de pe strada Ștrandului, precum și a investiției Muzeului Industrializării Forțate.

Acest obiectiv este în primăvara anului 2024 în etapa de proiectare și urmează construcția, va fi un punct de importanță majoră în viața culturală și turistică a orașului.

Pentru administrarea acestui obiectiv, distingem următoarele activități:

- administrarea clădirii din punct de vedere tehnic (facility management);
- administrarea muzeului în relație cu vizitatori: sistem de bilete, control intrare, abonamente de grup, curatori de expoziții, parteneri;
- gestionarea expoziției permanente și a expozițiilor tematice;
- activitate de comunicare, marketing și atragerea vizitatorilor;
- gestionarea evenimentelor din curtea muzeului;
- gestionarea spațiilor închiriate, comerciale din incinta muzeului;
- scrierea și depunerea proiectelor următoare de finanțare nerambursabilă;
- elaborarea și implementarea strategiei după perioada de monitorizare;

Pentru funcționarea eficientă a obiectivului, va trebui elaborată un plan de management și o organigramă minimă, externalizarea serviciilor care nu presupun angajarea unui specialist.

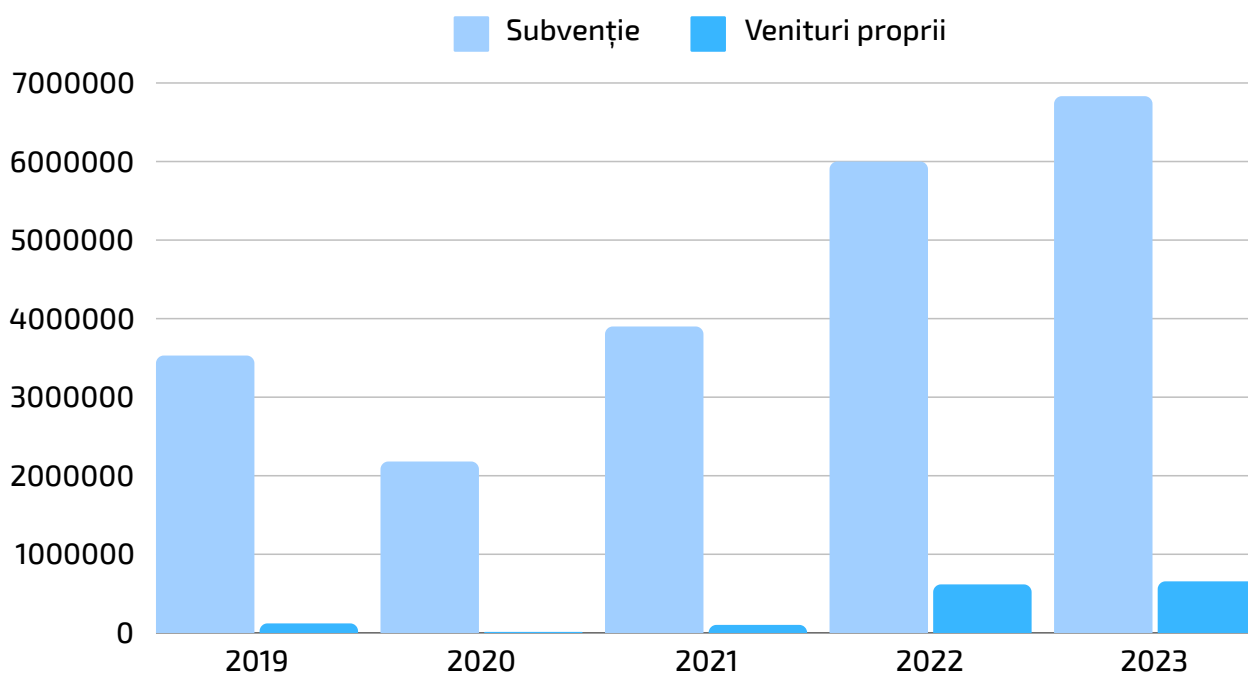
Spațiile de la etaj precum și curtea interioară generoasă fac posibilă organizarea multor evenimente urbane în acest spațiu public deosebit, iar intenția managerului este introducerea acestui obiectiv în circuitul urban și comunitar.

D.

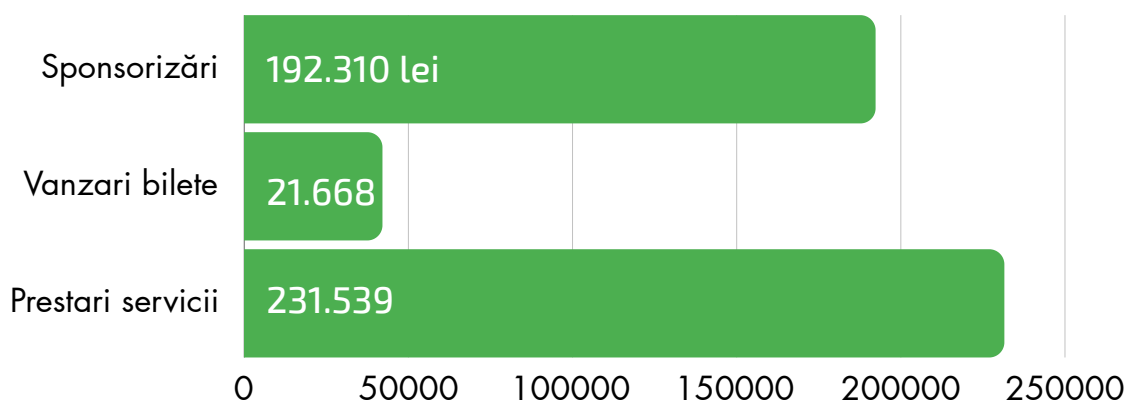
Analiza financiară, pe baza datelor cuprinse în caietul de obiective

D.1 analiza datelor de buget din caietul de obiective, completate cu informații solicitate sau obținute de la instituție:

În proiectul de management aprobat în 2021, am prevăzut nivelul subvenției la 4.000.000 lei și am estimat o mărire anuală a veniturilor. În primii 3 ani de management, multitudinea programelor și proiectelor a generat și o mărire a bugetului instituției la 6.800.000 lei, o mărire de 190% raportat la anul 2019 și o mărire de 320% raportat la anul 2020.



În privința veniturilor, instituția a generat în 2023 venituri de 445.517 lei



Pe paginile următoare, voi analiza detaliat anii de management 2021, 2022 respectiv 2023, ultima fiind relevantă pentru următarea perioadă de management.

2021

Evoluția situației economico-financiare a instituției

Pentru anul 2021, s-a alocat o subvenție de 3.900.000 lei, sumă din care s-au realizat evenimentele și proiectele din portofoliul instituției. Distribuția cheltuielilor pe programele asumate în planul de management se prezintă astfel:

Analiza datelor financiare din proiectul de management, corelat cu bilanțul contabil al perioadei raportate.	Realizat conform bilanțului contabil 01.01-31.12.2021
Venituri totale, din care:	3.900.000
- venituri proprii	100.000
- subvenții	3.800.000
Cheltuieli totale, din care:	3.900.000
- cheltuieli de personal, inclusiv colaboratori	428.000
- cheltuieli de întreținere	3.472.000
Cheltuieli pe spectator, din care:	61
- din venituri proprii	4.80
- din subvențiile	56.2
Gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor totale %	7,87%
Ponderea cheltuielilor de personal în totalul cheltuielilor %	9,83%
Gradul de creștere a veniturilor proprii în totalul veniturilor %	1,01%
Gradul de acoperire a cheltuielilor curente din subvenție %	92,13%

Evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției:

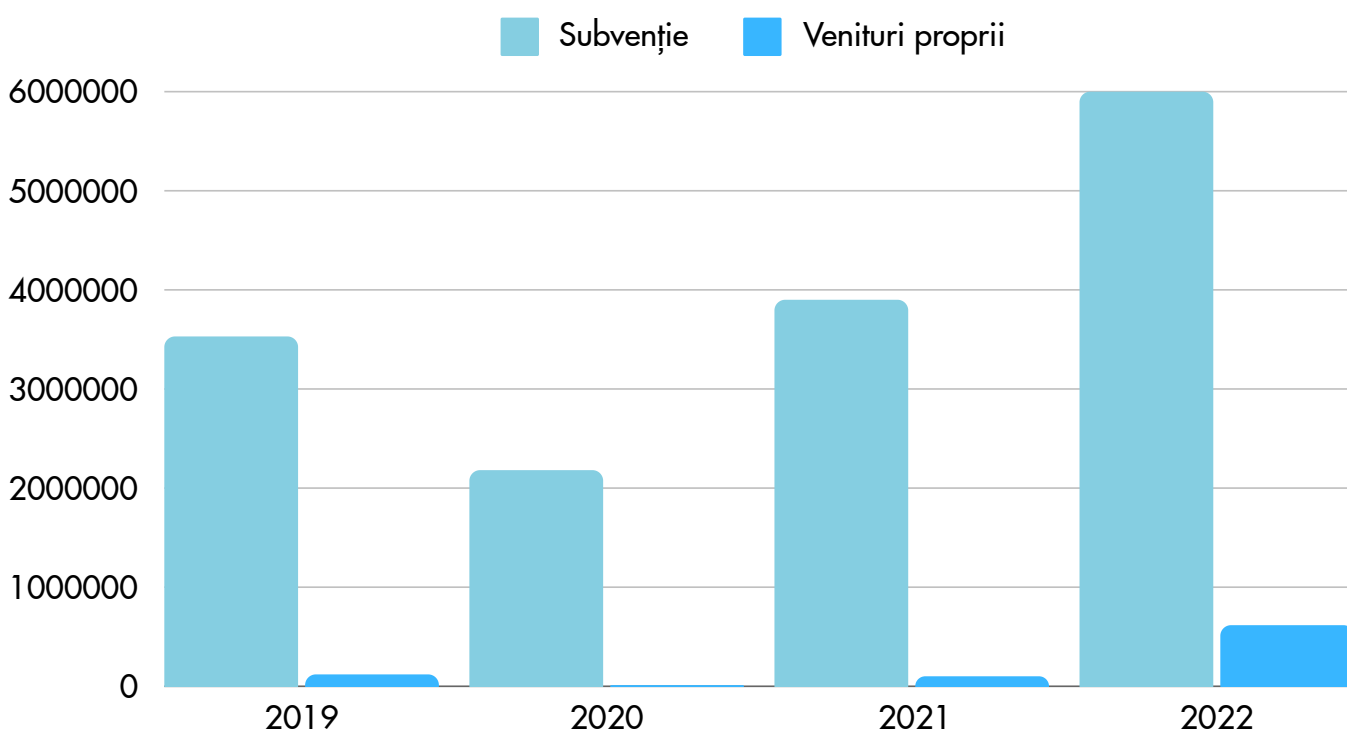
Indicatori de performanță	Perioada evaluată: 01.01.2021-31.12.2021
Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri + cheltuieli de capital)/nr. de beneficiari	24.60
Fonduri nerambursabile atrase (lei)	0
Număr de activități educaționale	16
Număr de apariții media	300
Număr de beneficiari neplătitori	106.500
Număr de beneficiari plătitori	3500
Proiecte culturale/Frecvența medie zilnică	1800

2022

Evoluția situației economico-financiare a instituției

Pentru anul 2022, s-a alocat o subvenție inițială de 4.000.000 lei, sumă din care realizarea întregului portofoliu de evenimente nu era posibilă: doar Zilele Orașului implică costuri de peste 1 milion de lei, s-au majorat în mod semnificativ cheltuielile de logistică, servicii de evenimente și în mod general toate serviciile care sunt necesare pentru organizarea evenimentelor culturale.

Pentru a livra cetățenilor întregul portofoliu de evenimente, incluzând cele două proiecte mari (Zilele Orașului și Târgul de Crăciun), am reușit mărirea bugetului instituției cu suma de 2.000.000 lei prin rectificare bugetară și am realizat **venituri proprii în valoare de 416.637 lei**. Astfel, indicatorii financiari pentru anii precedenți arată astfel:



În privința veniturilor, s-a estimat o sumă de 100.000 de lei și s-a realizat 416.637 lei:



Analiza datelor financiare din proiectul de management, corelat cu bilanțul contabil al perioadei raportate.	Realizat conform bilanțului contabil 01.01-31.12.2022
Venituri totale, din care:	6.416.637
- venituri proprii	416.637
- subvenții	6.000.000
Cheltuieli totale, din care:	
- cheltuieli de personal	500.000
- cheltuieli pentru servicii de evenimente	5.916.637
- cheltuieli pentru reparații capitale	-
- cheltuieli de capital	-
Gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor totale %	6.5%
Ponderele cheltuielilor de personal în totalul cheltuielilor %	7,79%
Gradul de creștere a veniturilor proprii în totalul veniturilor %	416%
Gradul de acoperire a cheltuielilor curente din subvenție %	93,5%

Evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției:

Indicatori de performanță	Perioada evaluată: 01.01.2022-31.12.2022
Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri + cheltuieli de capital)/nr. de beneficiari	21.5
Fonduri nerambursabile atrase (lei)	0
Număr de activități educaționale	38
Număr de apariții media	400
Număr de beneficiari neplătitori	peste 300.000
Număr de beneficiari plătitori	5500
Proiecte culturale/Frecvența medie zilnică	1800
Număr de proiecte/acțiuni culturale	72
Venituri proprii din activitatea de bază	222.846 lei
Venituri proprii din alte activități (sponsorizări)	193.791 lei

2023

Evoluția situației economico-financiare a instituției

Analiza datelor financiare din proiectul de management, corelat cu bilanțul contabil al perioadei raportate.	Realizat conform bilanțului contabil 01.01-31.12.2023
Venituri totale, din care:	6.831.947
- venituri proprii	423.851
- subvenții	6.408.096
Cheltuieli totale, din care:	533.019
- cheltuieli de personal	6.297.428
- cheltuieli pentru servicii de evenimente	-
- cheltuieli pentru reparații capitale	-
- cheltuieli de capital	-
Gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor totale %	6.5%
Ponderea cheltuielilor de personal în totalul cheltuielilor %	7,81%
Gradul de creștere a veniturilor proprii în totalul veniturilor %	423%
Gradul de acoperire a cheltuielilor curente din subvenție %	93,5%

Evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției:

Indicatori de performanță	Perioada evaluată: 01.01.2023-31.12.2023
Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri + cheltuieli de capital)/nr. de beneficiari	19.52
Fonduri nerambursabile atrase (lei)	nu este cazul
Număr de activități educaționale	37
Număr de apariții media	peste 500
Număr de beneficiari neplătitori	peste 250.000
Număr de beneficiari plătitori	peste 6000
Proiecte culturale/Frecvența medie zilnică	1800
Număr de proiecte/acțiuni culturale	62 / peste 200
Venituri proprii din activitatea de bază	253.207 lei
Venituri proprii din alte activități (sponsorizări)	192.310 lei

D.2

Soluții și propuneri privind gradul de acoperire din surse atrase/venituri proprii a cheltuielilor instituției

Similar primei etape de management, scopul managerului este atingerea unui grad cât mai mare de acoperire a bugetului de funcționare din surse atrase sau venituri proprii. Pentru realizarea acestui obiectiv, propun următoarele:

- **accesarea fondurilor nerambursabile**, europene sau fonduri guvernamentale: monitorizăm sesiunile de proiecte de finanțare europene (Creative Europe, Horizon și alte granturi) precum și cele gestionate de Ministerul Culturii. În majoritatea acestor proiecte, Centrul Cultural nu este eligibil din cauza structurii sau din motivul că nu este proprietarul imobilului Casei de Cultură, dar continuăm activitatea de monitorizare a fondurilor și proiectelor nerambursabile.
- **plan tarifar nou** în privința biletelor, tarifelor de închiriere spații: vom înainta Consiliului Administrativ, după care Consiliului Local, o nouă structură de bilete și tarife de închiriere spații și servicii conexe. Această structură ar putea ridica veniturile dar pentru aceasta, vor fi necesare și investiții, reparații curente în spațiile ce vor putea fi închiriate. Amortizarea investițiilor va trebui calculată pe minim 4 ani. Din această activitate, estimăm o creștere a veniturilor de acest tip cu 25% pe termen mediu.
- **parteneriate și sponsorizări**: Legea 94/1994 și reglementările referitoare la sponsorizări s-au schimbat recent și nu în favoarea activității, dar noi vom continua încheierea parteneriatelor care aduc venituri suplimentare. Centrul Cultural lansează oferte structurate de parteneriat pentru reprezentanții sferei economice și a întemeiat relații de lungă durată cu societățile Draexlmaier, Zollner Electronic, Delfingen, Orange, Catena, Someșul, Grupwest BMW și alte societăți.

D.3

Analiza ponderii cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor

Nu este nevoie de analiză foarte aprofundată: ponderea cheltuielilor de personal este de **7.81%** din totalul cheltuielilor. Adăugând la acest număr suma necesară pentru colaboratori externi, ajungem la o pondere de circa 15% care este un raport excelent de cheltuieli/beneficii.

D.4

Cheltuieli pe beneficiar

Pentru anul 2023, suma de cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri + cheltuieli de capital)/nr. de beneficiari este de **19.52 RON**. Estimarea precisă a beneficiarilor neplătitori este foarte grea, de exemplu la Zilele Orașului în cele 3 zile se pot calcula per total 100.000 de vizitatori unici.

În cazul unui concert recent organizat în Piața Libertății, având costuri de 2500 RON și la care au participat circa 500 de vizitatori, rezultă un raport excelent de 5 RON/participant.

În cazul unui concert de talie mondială, cum a fost Boban Markovic Orkestar, suma de 10.000 euro raportată la circa 1000 de beneficiari, rezultă un raport mai neavantajos dar acest proiect contribuie la vizibilitatea municipiului pe plan turistic și contribuie la procesul de city branding.

E.

Strategia, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției

E.1

Viziune și misiune

Instituția trebuie să fie, alături de Primărie, promotorul în dezvoltarea unui oraș multicultural având o viață culturală efervescentă, orientat către tineri, oraș în care multitudinea programelor de calitate contribuie la un grad ridicat de satisfacere a populației și la ridicarea atractivității turistice.

În anul 2028 prin activitatea instituției, municipiul Satu Mare trebuie să reflecte această imagine în mod real pentru cetățenii municipiului precum și turiștilor străini, potențialilor investitori.

Misiunea instituției este dezvoltarea vieții culturale, a promovării turistice și economice, a vieții comunitare și de tineret prin folosirea spațiilor publice, realizarea proiectelor și activităților inovative, accesibile, diverse și valoroase pentru comunitatea locală.

E.2

Obiective (generale și specifice)

Obiectivul general - în concordanță cu viziunea și misiunea instituției - este derularea unei activități permanente de organizare culturală și promovare externă a municipiului Satu Mare, într-un mod inovativ, eficient, transparent și prin implicarea comunității.

Obiective specifice pentru perioada de management:

- oferirea unui **portofoliu diversificat** de programe culturale și de divertisment pentru satisfacerea nevoilor culturale comunitare, cu scopul de a crește gradul de acces și de participare a cetățenilor în viața culturală;
- **promovarea culturii și artei contemporane** în toate genurile: muzică, film, arte vizuale, artă stradală, industria creativă;
- conservarea și promovarea **valorilor comunității sătmărene**, însușind valori internaționale și naționale, în spiritul multiculturalismului;
- **promovarea talentului** și creativității prin susținerea artiștilor locali;
- susținerea și implicarea în **viața de tineret** a orașului prin proiecte și evenimente specifice;
- conservarea și promovarea **patrimoniului arhitectural** a municipiului;
- crearea cadrului instituțional pentru activitatea de **promovare turistică**;
- **valorificarea spațiilor publice** (degradate sau modernizate) și reconversia lor cu scopul de a le integra în viața culturală a orașului.

Strategia culturală se bazează pe următoarele valori-cheie: **diversificare, eficientizare, transparență, multiculturalism** și se compune din următoarele elemente:

- **Identificarea nevoilor și preferințelor** culturale și de divertisment: instituția va derula sondaje periodice și o activitate de follow-up pentru măsurarea gradului de satisfacție a participanților. Se vor derula următoarele sondaje: sondaj de început de an, sondaj de follow-up după evenimente, online.
- **Elaborarea strategiei culturale** a municipiului: pentru anul 2025, consider necesară elaborarea și aprobarea unei strategii pe termen lung a municipiului în domeniul culturii, implicând toți factorii relevanți de pe plan local.

Abordare sectorială: strategia culturală pentru perioada de management
Această strategie cuprinde următoarele domenii, genuri și stiluri:

- **Muzică:** coordonarea și desfășurarea unei game largi de activități muzicale, inclusiv festivaluri, concerte și inițiative specifice în sfera muzicii actuale. Selecția genurilor muzicale va fi ghidată de rezultatele sondajelor de opinie și de curentele predominante atât la nivel național, cât și internațional, alegându-se stiluri muzicale care oglindesc principiile instituției și ale comunității.
 - **genuri muzicale mainstream,** dominante în preferințele generale: pop / disco - dance / pop-rock / muzică pop românească (sondaj INSCOP) trebuie să fie dominante în programul evenimentelor organizate de instituție, însă reprezintă un factor de cost ridicat.
 - **genuri noi preferate** de generația tânără: muzica electronică (electro, techno, dub, dupstep), hiphop-rap-trap, reggae, rock alternativ și indie trebuie să fie reprezentate în mod accentuat în portofoliul de evenimente, mai ales în a celor destinate tinerilor.
 - **genuri de "nișă"** ca jazz, blues, metal, world music, muzică clasică: aceste stiluri trebuie să fie prezente în portofoliul de evenimente, dar raportul de cost / beneficiar trebuie îmbunătățit prin marketing și comunicare mai eficientă.
 - **folclor, folk, muzică tradițională:** pentru conservarea și promovarea acestor stiluri tradiționale există instituție subordonată Consiliului Județean. Propun continuarea colaborării cu această instituție pentru a asigura în comun, o reprezentare potrivită ale acestor genuri muzicale.
- **Muzică și artă stradală:** pornind de la succesul StreetMusic Festival și analizând eficiența proiectelor recente din Piața Libertății, propun ca din 2025, Satu Mare să fie orașul muzicienilor de stradă, city of buskers. Centrul Cultural va crea platforma de înregistrare, va selecta muzicienii și artiștii stradali similar sistemului Streetmusic și le putem oferi un onorariu modest, cazare și decont de transport, pentru a anima weekendurile de vară cu producții internaționale, variate, la un cost redus față de alte performanțe.

Arte vizuale: arta fotografiei și filmului, designul și grafica, pictura și sculptura vor fi reprezentate în următoarea perioadă de management prin proiecte și evenimente organizate în colaborare cu reprezentanții din domeniu:

- **proiecții de film:** propun continuarea și extinderea proiecțiilor, organizarea Caravanei TIFF și a proiecțiilor tematice în Piața Libertății.
- în domeniul **artei fotografice**, propun organizarea periodică a expozițiilor de fotografie a artiștilor, fotografiilor locali în spații deschise.
- **design și grafică:** aceste arte vizuale moderne trebuie să fie reprezentate în portofoliul de proiecte și evenimente. Ca eveniment flagship, propun organizarea evenimentului Satu Mare Design Week din 2025, luând exemplul "Sepsi Design Week" sau Romanian Design Week.
- **pictură și sculptură:** promovarea acestor tipuri de artă se realizează preponderent de Muzeul Județean și de asociațiile artiștilor locali. În acest context, instituția va susține proiecte artistice în colaborare cu instituțiile, asociațiile și reprezentanții din domeniu.
- **conservarea tradițiilor culturale**, cu accent pe multiculturalism. Conform misiunii și obiectivelor instituției, promovarea valorilor multiculturale este o prioritate în planul de management. Vom include în calendarul anual marcarea aniversărilor și evenimentelor din istoria și cultura locală, națională și internațională.
- **literatură și știință:** promovarea literaturii și a științelor intră în competența instituțiilor educaționale, a Bibliotecii și Muzeului Județean precum și a asociațiilor de specialitate. Instituția va oferi sprijin organizațional (de exemplu, prin asigurarea locației) pentru aceste activități.

Calendarul proiectelor și evenimentelor propuse este detaliat pe pagina XX. Acest calendar poate suferi modificări în funcție de factorii independenți de organizatori: bugetul instituției, disponibilitatea locațiilor, condiții meteorologice precum și de factorul intern (capacitatea de organizare a instituției și a partenerilor, venituri suplimentare aduse în buget etc).

Cooperare cu alte instituții, parte integrantă a strategiei culturale

Diversitatea peisajului cultural local este susținută de entități specializate, organizatori autonomi și instituții marcante din acest sector. Avansarea dinamicii culturale este posibilă numai printr-o cooperare eficientă cu acești actori. În această optică, organizația noastră este receptivă la parteneriate cu entități externe, dintre care menționăm:

- Instituții de cultură: Teatrul de Nord, Muzeul Județean, Filarmonica Dinu Lipatti, Centrul Județean pentru Conservarea și Promovarea Culturii Tradiționale, Biblioteca Județeană, Casa de Cultură a Sindicatelor sau instituții similare din alte localități, instituții naționale sau internaționale ca Institutul Cultural Român.
- Asociații și fundații din sectorul cultural, economic și de tineret din municipiul Satu Mare, ale căror scopuri și valori coincid cu valorile promovate de municipiu și de instituție.
- Artiști independenți, formații artistice din municipiul Satu Mare.

Derularea unui program cultural consistent este prioritatea și misiunea principală a Centrului Cultural G.M. Zamfirescu, de la înființare până în prezent. Într-o perspectivă mai largă, pe termen mediu și lung, consider necesară implementarea unei strategii de promovare turistică și de city branding la nivelul municipiului, pe care am denumit în proiectul de management Programul "Visit Satu Mare".

Cadru instituțional: pentru derularea proiectelor și activităților de acest tip, este necesară înființarea unei instituții independente ca Organizație de Management a Destinației. Această entitate, având ca acționar principal pe Consiliul Local și Primăria Municipiul Satu Mare, va derula următoarele proiecte și activități:

- întocmirea și gestionarea **bazei de date turistice** cu ofertanții de servicii turistice și HoReCa în municipiul și județul Satu Mare (în colaborare cu entitatea de turism din subordinea Consiliului Județean).
- elaborarea, publicarea și distribuția **materialelor de promovare** turistică: broșură pentru vizitatori, mapă de prezentare despre oraș, materiale souvenir și de alt tip.
- dezvoltarea **platformelor de promovare** a municipiului: paginile visitsatumare.ro, satumare.city și szatmar.city, pagini de Facebook, Instagram, Youtube și pe termen mediu, TikTok având identitate vizuală modernă, uniformizată, conținut relevant și atractiv.
- **organizarea activităților** și a evenimentelor de perspectivă turistică, gestionarea unui **punct de informare turistică** în centrul municipiului.
- elaborarea strategiei de city branding și promovare turistică, prin implicarea specialiștilor externi, a reprezentanților din domeniu și a comunității. Această strategie va conține elementele de city branding, identitatea vizuală pentru promovare, sloganul și elementele-cheie care vor fi folosite, precum și activitățile propuse pentru promovare.
- **gestionarea datelor** și informațiilor despre municipiu pe platforme externe ca Wikipedia sau alte baze de date pentru motoarele și limbajele extinse de programare cu inteligență artificială.

Organizația de Management a Destinației "VisitSatuMare" se poate înființa prin alocarea unei sume de aproximativ 30.000 euro, defalcate din bugetul Centrului Cultural G.M. Zamfirescu iar pe termen mediu, se poate dobândi statut de utilitate publică. Organizația va putea accesa fonduri externe, va putea avea activitate comercială și venituri extrabugetare. Bugetul anual, în funcție de activitățile prevăzute și organigramă, estimez la 800.000 - 900.000 lei.

Sistemul de O.M.D.-uri, reglementată de Guvern, presupune existența organizației locale, din care se constituie organizația județeană iar din cele județene se pot înființa OMD-urile regionale.

Strategie sectorială: domeniul de promovare economică

Promovarea economică a municipiului Satu Mare trebuie să fie integrată într-o strategie pe termen lung care cuprinde următoarele domenii de intervenție și se adresează acestor beneficiari:

- Susținerea economiei locale prin organizarea de evenimente de tip B2B și de târguri pentru promovarea produselor locale: Târgul de Crăciun, Târgul de Paște, de Mărțișor în parteneriat cu proiectul Produs Sătmărean.
- Pentru promovarea meșteșugurilor moderne, propun organizarea evenimentului "Beauty Days" Satu Mare în toamna anului 2024, în colaborare cu organizatorul edițiilor anterioare.
- Relația cu sfera economică privată, promovarea investițiilor locale și a domeniului economic trebuie preluată de Organizația de Management a Destinației care poate derula proiecte de promovare economică.

Strategie sectorială: domeniul tineretului

Promovarea vieții și domeniului de tineret a fost și va rămâne prioritar și în perioada următoare. În acest domeniu, propun următoarele elemente strategice:

- **proiecte și evenimente accesibile**, incitante și populare în rândul tinerilor, sub egida programelor-cadru ca Vara Sătmăreană. Propun ca **minim 40%** din portofoliul de evenimente să fie destinate tinerilor sub 25 de ani.
- **amenajarea spațiilor** comunitare pentru tineri: parcul UFO, parcul Liniștii, parcul dr. Fatyol Rudolf sunt cele 3 spații de reconversie. Pe termen mediu, propun amenajarea unei locații dedicate tinerilor (de ex Cinema Victoria, Luceafărul) care să funcționeze ca centru de resurse pentru tineret.
- continuarea proiectului de bugetare participativă "**ComOn Satu Mare**".
- pe termen mediu: elaborarea **strategiei de tineret** a municipiului pe baza proiectului Connect & Reconnect to Satu Mare.
- înființarea **Consiliului Local de Tineret**, forum deliberativ al tinerilor din oraș, cu competențe în întocmirea calendarului de evenimente, precum și rol de consultare asupra unui buget dedicat tineretului.
- susținerea mobilității tinerilor prin amenajarea unui **coworking space**, punerea la dispoziția organizațiilor birouri și săli de ședințe.
- susținerea industriei creative și a adaptării tinerilor la schimbările pieței de muncă, organizarea unei **conferințe de IT "DigiSalz"** în martie 2025.
- continuarea programului "Satu Mare te așteaptă acasă" din 2025.
- oferirea de reduceri pentru tineri prin emiterea unui card, similar Omnipass.

Multitudinea programelor și proiectelor va ajunge la grupul-țintă prin strategii de marketing structurate, adaptate la schimbările tehnologice. Deosebim trei grupuri-țintă a activităților de marketing:

1. **beneficiarii direct vizati**, posibilia vizitatori al evenimentului. În cadrul unui concert Mădălina Pavă, beneficiarii sunt tinerii de 14-25 de ani, fanii Subcarpați și al acestui stil
2. **grupul-țintă secundar**: părinții sau cerul de prieteni ai beneficiarului care nu ajung la eveniment, nu sunt direct implicați dar le rămâne în memorie experiența pozitivă a beneficiarului direct.
3. **grupul-țintă din afara orașului** la care ajunge doar imaginea unui oraș dinamic, cu viață culturală bogată. Ei sunt potențiali vizitatori în scop de turism sau economic.

Strategia de marketing conține planuri și activități distincte pt fiecare domeniu:

- Plan de marketing și advertising pentru proiectele culturale;
- Marketing turistic: materiale, prezență, oferte, acțiuni;
- Marketing al acțiunilor destinate tineretului;
- Brandingul și comunicarea instituției, echipei;

Canale de marketing proprii:

- **Platforme de web**: deși canalele social media sunt dominante în atingerea beneficiarilor, paginile de web sunt canale sigure, suprafețe de pe care se lansează materialele de marketing. În cursul anului 2024 se va lansa pagina de promovare turistică a orașului "visitsatumare.ro" (prescurtare visit.sm). Pregătim două platforme dedicate vieții culturale: satumare.city și szatmar.city, iar calendarul evenimentelor va disponibilă și pe www.calendar.sm.
- **Pagini și platforme social media**: pagina de Facebook, Instagram și TikTok a instituției oferă conținut autentic în frecvență zilnică, despre evenimente se creează reels, story, galerii foto, aftermovie și toate elementele necesare pentru o comunicare eficientă.
- **Aplicație mobilă**: este necesară programarea unei aplicații mobile care să gestioneze evenimentele din oraș, cu posibilitate de personalizare, includere în calendar, cumpărarea de bilete și diferite servicii de evenimente. Propun ca această aplicație să fie lansată la începutul perioadei de evenimente din 2025.

Programe și proiecte propuse pentru întreaga perioadă de management

Continuăm dezvoltarea proiectelor structurate în patru programe-cadru: Cultura 21, VisitSatuMare, InvestInSatuMare, Young City și a programului de placemaking.

Cultura21, program-cadru pentru livrarea proiectelor culturale, conține:

- **evenimente majore** ca Zilele Orașului, festivalurile StreetMusic Festival, World Music Festival, Samfest Jazz and Wine, CityRocks Satu Mare precum și alte evenimente majore.
- **evenimente culturale** de impact local: marcarea zilelor de importanță națională, locală sau internațională, proiecte din domeniul literaturii, muzicii, a artelor vizuale, ca de exemplu Poeziua, Brâncuși Day, Ladies Creative Day și alte proiecte.
- **parteneriate** culturale și activități comune cu alte instituții ca GMZ125.
- în cadrul programului organizăm cca 25 de proiecte în decursul unui an.
- gestionarea proiectelor de finanțare în baza Legii 350, domeniul cultură.

VisitSatuMare, acest program care trebuie gestionat independent, conține:

- proiecte și evenimente cu potențial turistic sau de localpatriotism, de exemplu evenimentele de Treasure Hunting;
- activități și proiecte de livrare a materialelor turistice;
- strategia și activitățile de city branding;

Invest in Satu Mare, program care conține proiectele de dezvoltare economică:

- târguri de Produs Sătmărean: Târgul de Crăciun, Târgul de Paște
- activități meșteșugărești, tradiționale sau moderne ca Beauty Days;
- participarea la târguri și expoziții internaționale;

Young City, program-cadru destinat tinerilor, conținând proiectele:

- proiecte și activități destinate tinerilor în domeniul muzicii, artei stradale;
- activități de workshopuri, sesiuni interactive cu tineri;
- activități de voluntariat și schimb de experiență;
- proiectul de bugetare participativă "ComOn Satu Mare";
- gestionarea proiectelor de finanțare în baza Legii 350, domeniul tineret.

Programul de placemaking, care conține următoarele proiecte:

- revitalizarea Pieței Libertății, a Pieței 25 Octombrie, a pasajului Coposu;
- revitalizarea pieței Dr Fatyol Rudolf din jurul Turnului Pompierilor;
- includerea în circuitul urban a pasarelei pietonale și malurilor Someșului;
- includerea în circuitul urban a parcului UFO, a parcului Liniștii;
- reconversia spațiilor degradate: cinema Luceafărul și cinema Victoria;

Alte evenimente, activități planificate pentru perioada de management

Instituția va avea în continuare o atitudine deschisă pentru susținerea evenimentelor locale și pentru parteneriate externe. Evenimentele suplimentare față de planul minimal vom include în bugetul anual a instituției.

F

Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției publice

Nr.	Categorii	Anul 2024	Anul 2025	Anul 2026	Anul 2027
1	2	3	4	5	6
	TOTAL VENITURI, din care:	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000
	1.a. venituri proprii, din care:	500.000	500.000	500.000	500.000
	1.a.1. venituri din activitatea de bază	100.000	150.000	150.000	150.000
	1.a.2. surse atrase	100.000	100.000	100.000	100.000
	1.a.3. alte venituri proprii	100.000	100.000	100.000	100.000
	1.b. subvenții/alocații	6.500.000	6.500.000	6.500.000	6.500.000
	1.c. alte venituri	200.000	150.000	150.000	150.000
	TOTAL CHELTUIELI, din care	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000
	2.a. Cheltuieli de personal, din care	600 000,00	650.000	650.000	650.000
	2.a.1. Cheltuieli cu salariile	550.000	600.000	600.000	600.000
	2.a.2. Alte cheltuieli de personal	50.000	50.000	50.000	50.000
	2.b. Cheltuieli cu bunuri și servicii, din care:	6.400.000	6.350.000	6.350.000	6.350.000
	2.b.1. Cheltuieli pentru proiecte	4.400.000	4.350.000	4.350.000	4.350.000
	2.b.2. Cheltuieli cu colaboratorii	400.000	400.000	400.000	400.000
	2.b.3. Cheltuieli pentru reparații curente	200.000	500.000	200.000	200.000
	2.b.4. Cheltuieli de întreținere	400.000	400.000	400.000	400.000
	2.b.5. Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	1.000.000	700.000	1.000.000	1.000.000

F.2 Numărul estimat al beneficiarilor pentru perioada managementului

Pentru a estima numărul total a beneficiarilor, luăm în calcul cifrele realizate din anul 2023 care poate fi significant. Totalizând participanții neplătitori și plătitori, la evenimentele majore și cele 50 de evenimente realizate anual, estimez numărul la 250.000 anual. În cazul consumatorilor fideli am calculat o frecvență anuală de 12 (un eveniment pe lună) iar pentru cei ocazionali, 3 evenimente, astfel în decursul celor 4 ani putem ajunge la un număr de 1.000.000 de vizitatori recurenți.

F






Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției publice

Previzionarea datelor financiare din proiectul de management, corelat cu bilanțul contabil al perioadei anterioare	2024-2027 estimativ
Venituri totale, din care:	7.000.000
- venituri proprii	500.000
- subvenții	6.500.000
Cheltuieli totale, din care:	
- cheltuieli de personal	600.000
- cheltuieli pentru servicii de evenimente	6.400.000
- cheltuieli pentru reparații capitale	-
- cheltuieli de capital	-
Gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor totale %	7%
Ponderea cheltuielilor de personal în totalul cheltuielilor %	8%
Gradul de creștere a veniturilor proprii în totalul veniturilor %	-
Gradul de acoperire a cheltuielilor curente din subvenție %	93%
Evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada analizată, conform criteriilor de performanță ale instituției:	
Indicatori de performanță	Perioada previzionată: 2024/2027
Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri + cheltuieli de capital)/nr. de beneficiari	sub 17 lei
Fonduri nerambursabile atrase (lei)	500.000
Număr de activități educaționale	40
Număr de apariții media	peste 500
Număr de beneficiari neplătitori	peste 250.000
Număr de beneficiari plătitori	peste 5.000
Proiecte culturale/Frecvența medie zilnică	2000
Număr de proiecte/acțiuni culturale	60 / peste 200
Venituri proprii din activitatea de bază	100.000
Venituri proprii din alte activități (sponsorizări)	400.000

F.3



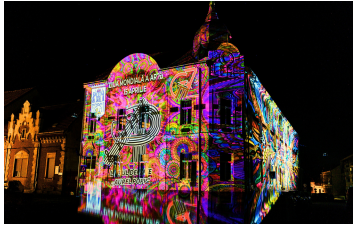




Programul minimal estimat pentru perioada de management aprobată

Pentru următoarea perioadă de management, propun organizarea anuală, recurentă a următoarelor proiecte și evenimente:

	<p>Zilele Orașului Satu Mare Continuăm ridicarea nivelului de organizare și aducem cele mai populare formații, artiști pentru publicul larg: vineri - zi de tineret, sâmbătă - muzica anilor 2000, duminică: golden oldies. Propun relocarea scenei de deschidere, scenei dedicate copiilor și pentru folclor în Piața Libertății</p>	<p>Buget estimat 1.600.000 lei</p>
	<p>Târgul de Crăciun Este un eveniment reprezentativ pentru Satu Mare, care are deja potențial turistic. Propun relocarea ei în Piața Libertății și orientarea spre identitate vizuală de târguri occidentale clasice.</p>	<p>Buget estimat 600.000 lei</p>
	<p>Samfest Jazz & Wine Festival devenit reprezentativ pentru Satu Mare, am reinventat în 2021 și propun continuarea acestui profil de eveniment, lărgirea stilurilor abordate și orientarea spre turiști de eveniment</p>	<p>Buget estimat 300.000 lei</p>
	<p>StreetMusic Festival Este una dintre cele mai recunoscute festivaluri de acest gen din regiune, propun continuarea ei și dezvoltarea ideii de "city of buskers" pentru anii următori. Vizitatori așteptați: peste 25.000</p>	<p>Buget estimat 400.000 lei</p>
	<p>World Music Festival Un festival care pe termen mediu va atrage turiști de city-break, propun continuarea ei cu același profil: 3 zile, 3 culturi muzicale și implicarea artiștilor de renume internațional.</p>	<p>Buget estimat 300.000 lei</p>
	<p>Blues & Craft Beer Festival Similar Jazz & Wine, propun un profil de eveniment pentru iubitorii stilului de blues și craft beer. Acest eveniment este destinat generației de 35-55, poate atrage turiști de eveniment.</p>	<p>Buget estimat 300.000 lei</p>
	<p>CityRocks Satu Mare (2025) Propun ca acest proiect să revină în anul 2025 la Satu Mare: vom include minim 300 de muzicieni în proiect din țările și județele învecinate, oferă o vizibilitate excelentă prin platforma Youtube.</p>	<p>Buget estimat 300.000 lei</p>

	<p>Vara / Primăvara / Toamna Sătmăreană Evenimentele de vară în spațiile comunitare din oraș sau bucurat de aprecierea publicului, în special a tinerilor. Continuăm cu Primăvara Sătmăreană și propunem seria de evenimente Vara și Toamna Sătmăreană, în diferite locații: Piața Libertății, Parcul UFO, Parcul Liniștii cu un program diversificat în fiecare weekend.</p>	<p>Buget estimat 300.000 lei pentru 36 de evenimente în total</p>
	<p>Live Music in the City În cadrul acestui proiect, se organizează concerte de cafea, seri de slam poetry și de alte tipuri, în lunile octombrie - noiembrie - ianuarie și februarie, prioritate: când studenții sunt acasă.</p>	<p>Buget estimat 150.000 lei pentru 18 evenimente în total</p>
	<p>Satu Mare StreetArt festival În 2021 am realizat primele lucrări de artă murală, pe pereții școlilor din municipiu, în acest an decorăm piața din jurul Turnului Pompierilor și propun continuarea în spații publice: școli, transformatoare, cu implicarea tinerilor artiști.</p>	<p>Buget estimat 200.000 lei</p>
	<p>Caravana TIFF În fiecare an, weekendul filmelor artistice rulează "cu casa închisă". Propun continuarea parteneriatului cu APFR și cu echipa regizorul Tudor Giurgiu, iar pentru 2025 propun derularea unei ediții mai "extinse".</p>	<p>Buget estimat 40.000 lei</p>
	<p>TEDx Satu Mare Devenit deja un brand cunoscut în Satu Mare, TEDx va oferi anual posibilitate de conectare, de obținere a informațiilor noi și de a asculta speakeri renumiți pentru sute de sătmăreni.</p>	<p>Buget estimat 90.000 lei</p>
	<p>Târguri de Produs Sătmărean Similar Jazz & Wine, propun un profil de eveniment pentru iubitorii stilului de blues și craft beer. Acest eveniment este destinat generației de 35-55, poate atrage turiștii de eveniment.</p>	<p>Buget estimat 300.000 lei</p>
	<p>Bugetare participativă ComOn SM După succesul primei ediții, propun continuarea acestui proiect și în 2024, cu alocarea sumei minime de 100.000 lei pentru premiera inițiativelor și extinderea ei în anii următori.</p>	<p>Buget estimat 150.000 lei</p>
	<p>Conferință de IT "DigiSalz" Propun includerea în program a unei conferințe locale dedicate domeniului de IT, să aducem speakeri și workshopuri similare celor din Cluj, pentru cei 200 de IT-ști din Satu Mare</p>	<p>Buget estimat 90.000 lei pentru prima ediție</p>

	<p>Rugăciune pentru Satu Mare</p> <p>Reprezentanți din partea cultelor religioase vor adresa pe rând rugăciuni pentru sănătatea locuitorilor și pentru bunul mers al proiectelor care se vor derula în decursul anului.</p>	<p>Buget estimat 15.000 lei</p>
	<p>Ziua Culturii Naționale</p> <p>Vom marca în continuare Ziua Culturii Naționale prin creativitate și culoare, punând în valoare atmosfera orașului nostru și oamenii care ne fac mândri.</p>	<p>Buget estimat 25.000 lei</p>
	<p>Ziua Culturii Maghiare</p> <p>Vom marca în continuare Ziua Culturii Maghiare prin aducerea proiectelor culturale de valoare adăugată, în cooperare cu Teatrul de Nord și asociația Ady Endre.</p>	<p>Buget estimat 20.000 lei</p>
	<p>Ziua Internațională a Îndrăgostiților</p> <p>Prin amplasarea decorațiunilor elegante de tip "selfie", am ajuns la peste 1500 de cupluri și dorim să continuăm marcarea acestei zile în oraș.</p>	<p>Buget estimat 25.000 lei</p>
	<p>Tradiție de Dragobete</p> <p>Dragobetele, sărbătoarea iubirii la români, aduce primăvara! Îi vom invita pe sătmăreni să treacă de Dragobete în parcul central să caute cadourile pentru cei dragi, și să-și facă fotografiile la Poarta Inimii.</p>	<p>Buget estimat 5.000 lei</p>
	<p>Concursuri de slam poetry</p> <p>La acest eveniment vor participa în jur de 100 de tineri, printre care 20 în concursul de slam poetry, alături de adulți și chiar profesorii lor de liceu. Participarea este gratuită și Satu Mare va găzdui o etapă în campionatul național de slam poetry.</p>	<p>Buget estimat 5.000 lei</p>
	<p>Ladies Creative Day</p> <p>Atelierul de pictură experimentală este o formă creativă de relaxare, o experiență unică în cadrul căreia, îndrumați de un coordonator specialist, participanții puteau realiza, pas cu pas, o pictură. Se va organiza de 8 Martie și de Ziua Mamei.</p>	<p>Buget estimat 15.000 lei</p>

	<p>Pauza Mare cu Lulu</p> <p>Ce este „Pauza mare cu Lulu”? Un atelier de idei, creație și joacă în spațiu creativ destinat copiilor. Jocuri de animație cu scop educativ, care aduc un plus de conectare și interacțiune în rândul copiilor</p>	<p>Buget estimat 2.500 lei per sesiune</p>
	<p>Youth in E.Motion</p> <p>Atelierul de conectare a tinerilor are ca scop dezvoltarea abilităților sociale, crearea unui context de socializare, degajat și prietenos. Propun continuarea acestui serial de programe.</p>	<p>Buget estimat 2.500 lei per sesiune</p>
	<p>Ziua Mondială a Artei</p> <p>Centrul Cultural menține o relație strânsă cu Liceul de Arte și cu celelalte școli, se implică în activitățile culturale organizate de ele. La acest proiect, echipa noastră asigură suportul tehnic pentru proiecțiile artistice.</p>	<p>Buget estimat 15.000 lei</p>
	<p>Treasure Hunting</p> <p>Continuăm organizarea vânătorii de comori urbană pentru sătmăreni. Scopul concursului este acela ca participanții să cunoască și descopere mai multe despre oraș și în cadrul unui joc interesant să vâneze comorile ascunse</p>	<p>Buget estimat 15.000 lei</p>
	<p>City Tour</p> <p>Turul pietonal ghidat este unul dintre cele mai interesante programe din oraș. Domnul profesor Muhi Sándor îi ghidează pe cei prezenți prin centrul istoric al orașului prezentând poveștile interesante ale clădirilor patrimoniale.</p>	<p>Buget estimat 5.000 lei</p>
	<p>Zilele Copiilor și Tinerilor</p> <p>Organizăm în jurul zilei de 1 iunie, o sesiune de minim două zile pline de evenimente și activități culturale, teatru de păpuși, concerte interactive, respectiv alte activități pline de suspans pentru copii și tineri.</p>	<p>Buget estimat 75.000 lei</p>
	<p>Ziua Internațională a Pompierilor</p> <p>Această competiție are ca obiectiv fundamental dezvoltarea și perfecționarea aptitudinilor și a deprinderilor specifice necesare intervenției în situații de urgență la clădirile înalte. Propun continuarea acestui proiect internațional.</p>	<p>Buget estimat 15.000 lei</p>

	<p>Ziua Națională a României În organizarea CCCPT Satu Mare, și a Centrului Cultural „G. M. Zamfirescu”, în Sala Mare a Casei de Cultură a Sindicatelor Satu Mare organizează anual, regal folcloric dedicat Zilei Naționale a României.</p>	<p>Buget estimat 50.000 lei</p>
	<p>Atelier în Mai Evenimentul de arte vizuale este găzduit de Atelierul Memorial Aurel Popp, unde sunt expuse lucrări recente ale grupului de artiști de pe strada Ștrandului, precum și lucrările artiștilor invitați.</p>	<p>Buget estimat 15.000 lei</p>
	<p>Comemorarea poezilor sătmăreni Eveniment organizat în parteneriat cu CJCPT, marcând personalitățile emblematice a literaturii maghiare din Satu Mare și Transilvania: Dsida Jenő, Páskándi Géza, Szilágyi Domokos și Markovits Rodion.</p>	<p>Buget estimat 25.000 lei</p>

Acest plan minimal de activități însumează anual peste 50 de evenimente și peste 200 de concerte, performanțe individuale. Programul minimal va fi suplimentat, anual cu evenimente și proiecte variate, pentru a aduce sătmărenilor programe atractive și în viitor.

Seria de evenimente Primăvara / Vara / Toamna Sătmăreană conține **evenimente în fiecare weekend**, când nu are loc eveniment major în oraș, vor avea loc concerte și atracții în centrul istoric.

Pentru anii 2025-2026-2027, propunem completarea portofoliului cu următoarele proiecte:

- **Satu Mare te așteaptă acasă** - în 2025, propunem organizarea proiectului în BT Arena Cluj
- **Piața de Flori Altfel** - pe modelul evenimentului Strada Potaissa din Cluj-Napoca
- **Concurs de sporturi urbane** - în parcul UFO, Micro 17 pentru skateri, bmx și rollerskate

În funcție de bugetul disponibil, suntem receptivi pentru orice idee venită din partea sătmărenilor, partenerilor și a specialiștilor.