



PROIECT DE MANAGEMENT
PENTRU
CASA DE CULTURĂ "I.L.CARAGIALE"
A MUNICIPIULUI PLOIEȘTI
PE PERIOADA
2026-2030

Arta se transmite, cultura se administrează, comunitatea se dezvoltă.

Marian Dragomir

Prezentul proiect de management a fost elaborat în vederea participării la procedura de evaluare și selecție a managementului organizată de Primăria Municipiului Ploiești, denumită în continuare *autoritatea*, pentru Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești, instituție publică de cultură aflată în subordinea Consiliului Local al Municipiului Ploiești, denumită în continuare *instituția*.

Proiectul este întocmit de subsemnatul **Marian DRAGOMIR**, candidat pentru funcția de Director al Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești, și este elaborat 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, precum și cu dispozițiile Regulamentului de organizare și desfășurare a evaluării managementului și ale Ordinului Ministrului Culturii nr. 2799/10.12.2015.

Prezentul proiect de management acoperă perioada 2026–2030 și are ca obiectiv principal definirea direcțiilor strategice, a programelor culturale, a măsurilor organizatorice și a mecanismelor economico-financiare necesare pentru îndeplinirea misiunii specifice a instituției, în concordanță cu politicile culturale locale și naționale, precum și cu nevoile comunității ploieștene.

Structura proiectului este realizată în conformitate cu criteriile de evaluare prevăzute de legislația în vigoare, respectiv:

A. Analiza evoluției instituției în raport cu mediul socio-cultural în care își desfășoară activitatea și cu sistemul instituțional existent;

B. Strategii și măsuri pentru îmbunătățirea activității instituției;

C. Organizarea și funcționarea sistemului organizațional al instituției;

D. Strategia economico-financiară și gestionarea resurselor;

E. Strategia culturală, programele și planul de acțiune pentru îndeplinirea misiunii instituției, în conformitate cu obiectivele stabilite de autoritate;

F. Proiecția evoluției economico-financiare pentru perioada 2026–2030, cu indicarea resurselor financiare necesare a fi alocate de către autoritate.

Toate drepturile ce decurg din elaborarea și prezentarea prezentului proiect de management aparțin domnului **Marian DRAGOMIR**.

A. Analiza socio-culturală a mediului în care își desfășoară activitatea instituția și propuneri privind evoluția acesteia în sistemul instituțional existent:

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

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești, instituție publică de cultură cu personalitate juridică, aflată sub autoritatea Consiliului Local Ploiești, s-a afirmat ca un pilon central al vieții culturale ploieștene, devenind un model de cooperare, deschidere și profesionalism în domeniul cultural-artistic.

Activitatea instituției s-a desfășurat în conformitate cu prevederile O.U.G. nr. 118/2006 privind înființarea și funcționarea așezămintelor culturale, ale O.U.G. nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură, precum și ale Legii nr. 269/2009, cu modificările și completările ulterioare. În baza acestui cadru legislativ și a strategiei culturale locale, instituția, a reușit să își consolideze prestigiul, să dezvolte parteneriate valoroase și să creeze o rețea culturală integrată, care reunește instituții, fundații, ONG-uri, unități de învățământ și artiști din toate domeniile.

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești a acționat ca vector de coeziune comunitară, promovând cultura ca mijloc de educație, dialog și solidaritate socială. Printr-o viziune modernă și incluzivă, instituția a reușit să creeze o platformă culturală colaborativă, care a reunit o gamă extinsă de parteneri locali, naționali și chiar internaționali.

Parteneriate și colaborări instituționale

Pe plan local și județean, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a colaborat în mod constant cu:

1. Teatrul „Toma Caragiu” Ploiești
2. Filarmonica „Paul Constantinescu” Ploiești
3. Biblioteca Județeană „Nicolae Iorga”
4. Muzeul Județean de Istorie și Arheologie Prahova
5. Muzeul Județean de Artă „Ion Ionescu Quintus”
6. Muzeul „Paul Constantinescu”
7. Muzeul Județean de Științele Naturii
8. Casa Memorială „Ion Luca Caragiale”

9. Casa Memorială „Nichita Stănescu”
10. Centrul Județean de Cultură Prahova
11. Direcția Județeană pentru Cultură, Culte și Patrimoniul Cultural Național Prahova
12. Casa de Cultură a Studenților Ploiești
13. Casa de Cultură a Sindicatelor
14. Palatul Copiilor Ploiești
15. Centrul Județean de Excelență Prahova
16. Inspectoratul Școlar Județean Prahova
17. Universitatea Petrol-Gaze din Ploiești.

Aceste colaborări au dus la implementarea de evenimente complexe: festivaluri-concurs, spectacole interdisciplinare, tabere de artă plastică, ateliere educative, conferințe tematice, expoziții itinerante și simpozioane. În cadrul acestor proiecte, Casa de Cultură s-a remarcat prin capacitatea de coordonare culturală și prin calitatea actului organizatoric, reușind să creeze punți reale între educație, artă și comunitate.

Parteneriate cu ONG-uri, fundații și asociații culturale

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a consolidat o rețea solidă de parteneriate civice și culturale. Printre organizațiile cu care a colaborat constant se numără:

1. Fundația Județeană pentru Tineret Prahova (FJT PH)
2. Asociația Cultural–Educativă Alliance Française Ploiești
3. Fundația Culturală Marama
4. Asociația Pro Basarabia și Bucovina
5. Asociația MasterPeace România
6. Fundația Oamenilor de Știință
7. Asociația „De Profesie Om”
8. Asociația Antreprenorilor de Fapte Bune
9. Asociația Culturală „24PHarte”
10. Asociația pentru Promovarea și Dezvoltarea Turismului Prahova

11. Fundația Calea Victoriei – Filiala Prahova
12. Asociația Culturală „Prahovart”
13. Asociația Artiștilor Plastici Ploiești
14. Asociația „Centrul Educațional Praxis”
15. Asociația Culturală „Simfonia Artelor”, precum și numeroase grupuri independente de artiști, formatori și creatori locali.

Educație culturală și colaborare cu mediul școlar

Instituția a dezvoltat un program constant de colaborare cu unitățile de învățământ preuniversitar și universitar, prin parteneriate educaționale și proiecte de formare culturală. Prin campanii, expoziții, festivaluri școlare și concursuri de creație, Casa de Cultură a susținut integrarea educației nonformale în procesul de învățământ, contribuind la formarea tinerilor ca promotori ai culturii locale.

Parteneriatele cu licee precum Colegiul Național „Mihai Viteazul”, Colegiul Național „I.L. Caragiale”, Colegiul de Artă „Carmen Sylva”, Liceul Tehnologic „Toma N. Socolescu”, Colegiul Național Pedagogic „Regina Maria”, dar și cu Școala Populară de Artă au generat un amplu circuit educativ-cultural.

Implicare socială și colaborare cu asociațiile pentru persoane cu dizabilități

În spiritul incluziunii culturale, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a promovat permanent accesul egal la cultură. Instituția a dezvoltat relații de parteneriat cu asociații ce sprijină persoane cu dizabilități și grupuri vulnerabile, precum:

1. Asociația Sindrom Down Ploiești,
2. Asociația Down Plus București,
3. Asociația Nevăzătorilor Ploiești,
4. Asociația Dizabilitate și Prietenie,
5. Asociația Națională a Surzilor – Filiala Prahova,
6. ASCHF-R Prahova,
7. Asociația Sindrom Down Bacău,
8. Asociația Sindrom Down Focșani,

9. Asociația pentru Copii cu Autism „Zâmbește Autism”,
10. Fundația Sense Internațional România,
11. Asociația Hope and Love for Life,
12. Asociația Speranța Prahova.

Prin aceste parteneriate, Casa de Cultură a organizat festivaluri și spectacole de incluziune artistică, expoziții tematice, ateliere creative și de terapie prin artă, contribuind la afirmarea culturală a acestor grupuri și la crearea unei comunități solidare.

Impactul colaborărilor și concluzii

Prin dimensiunea amplă a colaborărilor și prin calitatea actului cultural promovat, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești s-a impus în ultimii ani ca un reper cultural al regiunii, recunoscut pentru seriozitate, profesionalism și deschidere către inovație. Instituția a devenit un model de bună practică administrativ-culturală, în care misiunea artistică se îmbină armonios cu responsabilitatea socială.

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești a reușit să consolideze un ecosistem cultural divers, incluziv și sustenabil, în care cooperarea, parteneriatul și participarea comunitară au fost valorificate la cel mai înalt nivel.

Astfel, instituția și-a îndeplinit cu succes rolul de promotor al culturii locale și naționale, contribuind decisiv la îmbogățirea patrimoniului spiritual al municipiului Ploiești și la conturarea unei identități culturale contemporane, vii și participative.

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

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești a parcurs un amplu proces de dezvoltare instituțională și de consolidare managerială, care a re poziționat instituția ca lider regional în promovarea valorilor culturale locale, naționale și universale. Aceasta a cunoscut o evoluție vizibilă, constant ascendentă, marcând o etapă distinctă în modernizarea și profesionalizarea sectorului cultural ploieștean.

Strategia adoptată a vizat atât eficientizarea managementului cultural, cât și extinderea

colaborărilor naționale și internaționale, promovând o abordare integrată și participativă a actului cultural, bazată pe parteneriate durabile, incluziune, educație nonformală și dialog intercultural.

Puncte tari

- Tradiție culturală solidă: Instituția, cu o vechime de peste o jumătate de secol, s-a afirmat drept un pilon al vieții culturale ploieștene și prahovene, asigurând continuitatea valorilor culturale și educative locale.

- Leadership vizionar: Casa de Cultură a trecut printr-o perioadă de revitalizare profundă, caracterizată prin viziune strategică, adaptabilitate și o abordare modernă a managementului cultural.

- Profesionalismul echipei: Personalul instituției s-a perfecționat continuu, participând la programe de formare, schimburi culturale și proiecte colaborative, dobândind competențe în managementul evenimentelor, comunicare publică și educație artistică.

- Diversitate artistică și tematică: Activitățile instituției au acoperit o gamă amplă, de la festivaluri de folclor și arte vizuale, la programe educative, conferințe, spectacole de teatru, concerte și evenimente interdisciplinare, adresându-se tuturor categoriilor de public.

- Extinderea cooperării internaționale: În perioada analizată, instituția a stabilit relații culturale cu asociații și organizații din Republica Moldova, Franța, Italia, Grecia și Germania, participând la schimburi artistice, expoziții colective și proiecte educative comune.

- Parteneriate strategice locale și regionale: Colaborările consolidate cu Filarmonica „Paul Constantinescu”, Teatrul „Toma Caragiu”, Biblioteca Județeană „Nicolae Iorga”, Muzeul Județean de Istorie și Arheologie, Centrul Județean de Cultură Prahova, Universitatea Petrol-Gaze și Inspectoratul Școlar Județean au contribuit la o coeziune culturală fără precedent în Ploiești.

- Colaborare civică și educativă: Parteneriatele cu ONG-uri, fundații și asociații culturale locale (Fundația Județeană pentru Tineret Prahova, Asociația MasterPeace România, Asociația De Profesie Om, Asociația Antreprenorilor de Fapte Bune, Asociația Down Plus București, Asociația Nevăzătorilor din România – filiala Prahova, Asociația Sindrom Down Ploiești) au creat un climat cultural incluziv, participativ și solidar.

- Deschidere către tineret: Programele educaționale dedicate elevilor și studenților, derulate în parteneriat cu instituțiile de învățământ, au transformat Casa de Cultură într-un veritabil hub cultural-

educativ.

- Reputație și vizibilitate crescute: Prin parteneriatele media (Ploiești TV, Prahova TV, Observatorul Prahovean, Actualitatea Prahoveană, Info Ploiești City), instituția a obținut o promovare constantă, devenind o prezență activă și recunoscută în spațiul public.

- Evenimente de anvergură: În perioada 2021–2025, instituția a inițiat și consolidat evenimente reprezentative Festivalul Internațional De Poezie „Nichita Stanescu”, Festivalul Național „Ion Luca Caragiale”, Tabăra Internațională de Creație Plastică „Dan Platon”, Festivalul național dedicat persoanelor cu dizabilități „Noi împreună”, „Ploiești - Capitala Tineretului Din România 2024”, Tabăra de Creație Literară „Ion Stratan” etc

Puncte slabe

- Finanțare insuficientă pentru dezvoltarea infrastructurii culturale: Deși performanțele manageriale sunt notabile, resursele financiare au rămas limitate raportat la potențialul instituției.
- Lipsa unui sediu propriu și multifuncțional: Activitatea se desfășoară în continuare în spații partenere, ceea ce afectează autonomia și vizibilitatea instituțională.
- Necesitatea unei identități vizuale consolidate: Deși imaginea publică s-a îmbunătățit semnificativ, instituția are nevoie de o strategie de branding cultural coerentă și durabilă.
- Dependenta de parteneri externi: Lipsa unui spațiu propriu determină o dependență de alte instituții în ceea ce privește desfășurarea evenimentelor.
- Resurse umane limitate: Volumul crescut de proiecte culturale necesită suplimentarea personalului specializat și modernizarea echipamentelor logistice.

Oportunități

- Consolidarea identității europene a instituției: Poziția geografică strategică și conexiunile internaționale facilitează participarea Casei de Cultură în rețele europene de cooperare culturală și în proiecte finanțate prin programe europene (Creative Europe, Erasmus+, CERV).
- Parteneriate internaționale durabile: Extinderea colaborărilor cu instituții culturale din Franța, Italia, Republica Moldova, Germania, Spania și Polonia oferă oportunități de schimburi artistice, expoziții itinerante și formare profesională.
- Dezvoltarea unui centru cultural regional: Prin sprijinul autorității locale, instituția are

potențialul de a deveni un Centru Regional de Cultură și Educație Artistică, care să coordoneze activități culturale interjudețene.

- Atragerea tinerilor prin digitalizare: Utilizarea platformelor online, a rețelelor sociale și a transmisiunilor live poate extinde considerabil publicul și participarea activă la evenimente.
- Creșterea finanțărilor extrabugetare: Instituția are oportunități reale de a accesa fonduri nerambursabile și sponsorizări prin parteneriate public-private și proiecte culturale cu componentă internațională.

- Educație interculturală și cooperare civică: Dezvoltarea de programe comune cu ONG-uri europene și institute culturale străine (Institutul Francez, Goethe-Institut, ICR Chișinău) poate contribui la promovarea diversității culturale și a dialogului intercultural.

- Promovarea turismului cultural: Proiectele tematice derulate în parteneriat cu Primăria Ploiești și operatorii locali pot contribui la creșterea atractivității orașului ca destinație culturală.

Amenințări

- Concurența instituțională crescută: Apariția altor centre culturale și ONG-uri culturale poate genera o competiție sporită pentru resurse, spații și public.

- Instabilitatea economică: Scăderea bugetelor locale și naționale pentru cultură poate limita dezvoltarea programelor existente.

- Globalizarea și uniformizarea culturală: Risc de diminuare a interesului publicului pentru tradițiile autentice în favoarea produselor culturale comerciale.

- Schimbările sociale și tehnologice: Înlocuirea contactului cultural direct cu mediul virtual poate afecta participarea fizică la evenimente.

- Pierderea resurselor umane specializate: Fluctuația personalului tânăr și lipsa unei politici salariale competitive pot afecta stabilitatea instituțională.

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

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești a dezvoltat o strategie constantă de comunicare publică și promovare online, menită să consolideze relația cu publicul și să asigure vizibilitatea proiectelor culturale.

Prin utilizarea platformelor digitale – site-ul instituției, pagina oficială de Facebook și contul de Instagram – activitatea Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești a beneficiat de o prezență tot mai activă în spațiul virtual, facilitând accesul publicului la informații culturale și la evenimentele organizate. Creșterea constantă a numărului de urmăritori, a interacțiunilor și a impactului general confirmă evoluția pozitivă a vizibilității instituției, dar și interesul tot mai mare al comunității pentru programele culturale promovate.

De la începutul anului 2025 și până în prezent, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești și-a continuat activitatea de promovare prin intermediul site-ului oficial și al rețelelor sociale. Pagina de Facebook a înregistrat un impact total de aproximativ 190.000 de persoane, 340 de urmăritori noi, 14.000 interacțiuni și 28.000 de vizite, menținând o creștere constantă față de anii anteriori.

Pagina de Instagram a atins peste 400 de urmăritori și 180 de postări, devenind un instrument activ de documentare vizuală a proiectelor culturale. Instituția și-a menținut colaborările cu partenerii tradiționali și a dezvoltat noi parteneriate media și educaționale, consolidând vizibilitatea publică a evenimentelor precum Festivalul Internațional de Poezie „Nichita Stănescu”, „Festivalul Castanilor – In Memoriam Gabi Dobre”, Festivalul Concurs Național „Cunună de Cântec Românesc”, Festivalul Național „Ion Luca Caragiale”, Festivalul dedicat persoanelor cu dizabilități „Noi Împreună”, Tabăra de Creație Literară „Ion Stratan” și revista Atitudini.

În mass-media locală și regională, activitatea instituției a fost reflectată în peste 20 de articole și mențiuni, publicate de Actualitatea Prahoveană, Ploieștii.ro, Ziarul Prahova, Arte Fapte, Prahova Liberă și alte publicații culturale. Analiza relevă o creștere semnificativă a vizibilității instituției, o consolidare a identității publice și o prezență constantă în peisajul cultural local și național.

Proiectele culturale au contribuit la consolidarea rolului Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești ca instituție deschisă, dinamică și implicată în viața comunității, demonstrând că arta și literatura rămân mijloace esențiale de educație și coeziune socială. Prin profesionalism, implicare și continuitate, se confirmă dorința și angajamentul de a menține un standard ridicat al actului cultural, de a susține inițiativa artistică locală și de a asigura vizibilitatea instituției în plan regional și național.

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

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești a dezvoltat o politică modernă, dinamică și profesionistă privind cunoașterea și analiza publicului cultural, adaptându-și constant strategiile la schimbările sociale, educaționale și tehnologice.

Instituția a trecut de la o abordare tradițională a relației cu publicul la una bazată pe cercetare, comunicare și marketing cultural aplicat, urmărind atât fidelizarea publicului existent, cât și atragerea de noi segmente de beneficiari.

Beneficiarii țintă ai activităților instituției au fost împărțiți în două mari categorii:

1. cei pasionați de artă, care frecventează constant evenimente culturale și formează nucleul fidel al publicului instituției;
2. cei nehotărâți, adică publicul latent, care reprezintă obiectivul principal al politicilor de atragere și motivare culturală.

Această clasificare a stat la baza dezvoltării unei strategii complexe de cunoaștere a categoriilor de beneficiari, realizată prin:

- observație directă în cadrul evenimentelor și atelierelor culturale;
- sondaje de opinie și chestionare online, utilizate pentru măsurarea gradului de satisfacție al publicului;
- analiza feedback-ului digital, obținut prin interacțiunea pe rețelele de socializare și prin vizualizările platformelor media;
- rapoarte statistice interne și studiile Barometrului de Consum Cultural, furnizate de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală.

Rezultatele acestor cercetări au conturat o imagine clară asupra nevoilor, intereselor și motivațiilor consumatorului cultural ploieștean, evidențiind următoarele direcții majore:

- nevoia de cunoaștere, informare și educație culturală continuă;
- nevoia de socializare, apartenență și integrare comunitară;
- nevoia de recreere prin artă și divertisment de calitate;
- nevoia de accesibilitate și incluziune, mai ales pentru grupurile vulnerabile;

- nevoia de participare active, publicul își dorește să nu fie doar spectator, ci parte din actul cultural.

Prin înțelegerea acestor nevoi, conducerea a reușit să redeseneze structura activităților instituției, dezvoltând programe adaptate fiecărui segment social. Astfel, publicul țintă al activităților educaționale și culturale a fost structurat pe grupe de vârstă și interes, după cum urmează:

1. Categoria Copii (4–13 ani)

Reprezintă o categorie sensibilă, dar esențială pentru educația culturală timpurie. Casa de Cultură a dezvoltat programe atractive și interactive, cercuri de pictură, dans modern, chitară, teatru, canto, șah, robotică și arte decorative, care nu doar stimulează creativitatea, ci și creează legături între generații. Prin activitățile dedicate copiilor, instituția a atras implicarea părinților și educatorilor, consolidându-și rolul de spațiu educativ complementar sistemului formal.

2. Categoria Adolescenți (14–18 ani)

Adolescenții au fost implicați activ în proiecte de voluntariat cultural, în festivaluri tematice, ateliere de creație și competiții artistice. Această categorie a devenit un vector de promovare a imaginii instituției, prin capacitatea de a disemina informația în mediul educațional și online. Totodată, Casa de Cultură a colaborat cu liceele și organizațiile de tineret din municipiu, sprijinind tinerii în descoperirea propriului potențial artistic și civic.

3. Categoria Tineri (19–30 ani)

Segmentul tânăr, format în principal din studenți, tineri profesioniști și artiști independenți, a cunoscut cea mai spectaculoasă evoluție în perioada 2021–2025. Prin parteneriate cu Asociația Studenților Ploieșteni, Casa de Cultură a Studenților, MasterPeace România, Camera de Comerț și Industrie Prahova, instituția a oferit tinerilor platforme de dezvoltare personală, oportunități internaționale și programe de formare culturală. De asemenea, prin implicarea în schimburi culturale, proiecte Erasmus+ și colaborări internaționale (Franța, Grecia, Republica Moldova, Italia), Casa de Cultură a deschis tinerilor accesul către o cultură europeană participativă și creativă, consolidând imaginea instituției ca un centru de inovație și cooperare culturală.

4. Categoria Adulți (peste 30 de ani)

Publicul adult a fost fidelizat prin evenimente educaționale, simpozioane, expoziții de artă, conferințe tematice și lansări de carte, devenind o componentă stabilă și loială a instituției. Cadrele didactice, profesioniștii din diverse domenii și antreprenorii culturali au participat activ la programele culturale, contribuind la consolidarea unui dialog intergenerațional și interdisciplinar. În această perioadă, s-a remarcat o creștere constantă a participării adulților la proiectele educative non-formale, reflectând interesul pentru dezvoltare personală și cunoaștere culturală.

5. Categoria Specială (grupuri vulnerabile și persoane cu dizabilități)

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a acordat o atenție deosebită incluziunii sociale și accesului egal la cultură. Prin parteneriate cu Asociația Nevăzătorilor, Fundația Județeană pentru Tineret, Asociația Down Plus și DGASPC Prahova, instituția a organizat evenimente dedicate „Festivalul Inimilor Deschise”, „Ziua Persoanelor cu Dizabilități”, ateliere artistice de integrare socială și spectacole în aer liber. Aceste activități au promovat o viziune modernă a culturii ca instrument de solidaritate, empatie și echilibru social.

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

Context și abordare strategică Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești și-a construit o strategie de impact, menită să răspundă nevoii crescânde de educație culturală și recreere creativă. Instituția operează într-un context unde tehnologiile digitale, streaming-ul și divertismentul online concurează pentru timpul liber al publicului.

Strategia urmărește:

- Multiplicarea categoriilor de public prin activități culturale și educaționale: copii, tineri, adulți, persoane vulnerabile, șomeri, persoane cu dizabilități.
- Diversificarea experienței culturale prin activități non-formale, workshop-uri, festivaluri și expoziții.
- Crearea unei imagini puternice a instituției și consolidarea recunoașterii în comunitate.
- Orientarea către consumator, cu adaptarea produsului cultural la nevoile și exigențele publicului.

Obiective și măsuri pe termen mediu (2026-2028)

Pe termen mediu, strategia va viza consolidarea imaginii instituției, fidelizarea publicului existent și motivarea categoriilor cu interes mediu.

Măsuri concrete:

- Spațiu propriu extins: săli de curs, săli de spectacole și expoziții, depozitare materiale și obiecte de patrimoniu.
- Pinacotecă proprie: aproape 250 de lucrări de artă plastică din Tabăra „Dan Platon”, cu posibilitatea extinderii expozițiilor.
- Fidelizarea publicului existent: ridicarea calității activităților și a serviciilor oferite de resursa umană, asigurând o experiență culturală superioară.
- Motivarea publicului cu interes mediu: proiecte culturale atractive, workshop-uri în firme, prezentări și dezbateri în școli și licee.
- Promovare intensă: actualizarea permanentă a site-ului și a conturilor social media, crearea conturilor specifice fiecărui proiect, colaborare cu asociații și camere de comerț.

Obiective și măsuri pe termen lung (2030)

- Extinderea infrastructurii: săli noi pentru cursuri, repetiții, depozitarea materialelor și obiectelor de patrimoniu.
- Activități integrate online și offline: workshop-uri virtuale, spectacole transmise live, concursuri și expoziții digitale.
- Marketing cultural și cercetare sociologică: analiza nevoilor publicului, sondaje și feedback permanent, adaptarea produselor culturale la exigențele consumatorilor.
- Incluziune socială: programe dedicate persoanelor cu dizabilități, șomerilor și celor aflate în risc social, asigurând acces egal la cultură.

Perioada 2021–2025 reflectă o evoluție spectaculoasă și o gestionare activă a resurselor culturale. Strategia instituției a combinat:

- fidelizarea publicului existent,
- atragerea de noi segmente,
- crearea unei imagini puternice și recunoscute public.

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” s-a impus ca lider cultural în Ploiești, cu o ofertă diversificată, inovatoare și adaptată nevoilor reale ale publicului. Grupurile-țintă au fost identificate și vizate cu precizie, iar performanța instituției este cuantificabilă prin creșterea continuă a publicului și implicarea activă a comunității.

6. profilul beneficiarului actual.

- Consumul de cultură devine activ și participativ: publicul nu mai este doar spectator, ci parte integrantă a procesului cultural.
- Creșterea numărului de beneficiari direcți: ateliere de creație, concursuri tematice și festivaluri cu participare extinsă au atras copii, adolescenți, tineri și adulți activi profesional.
- Segmentare:
 - Interes mare: elevii de clasele I-IV, cadre didactice, pensionari implicați, tineri participanți activ la workshop-uri.
 - Interes mediu: elevii de clasele V-VIII, liceeni, angajați din companii private, tineri adulți neimplicați anterior.
 - Interes scăzut: studenți fără program de implicare directă, șomeri.
- Segmentul de public cu interes mare a crescut semnificativ față de 2021, iar segmentul mediu a fost motivat să participe prin proiecte interactive și workshop-uri.
- Instituția a devenit punct de reper cultural în Ploiești, oferind acces direct la activități culturale pentru toate vârstele și categoriile sociale.

Provocări și obiective:

- Consolidarea implicării studenților și șomerilor prin programe de creație și activități culturale adaptate nevoilor lor.
- Continuarea creării unui Centru de Cultură inovativ, care să fie atrăgător pentru toate categoriile de beneficiari.
- Măsurarea impactului prin sondaje de opinie și cercetări sociologice pentru ajustarea strategiei pe termen lung.

Între 2021 și 2025, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a reușit să transforme publicul pasiv într-un public activ și participativ, diversificat pe grupe de vârstă și statut profesional. Interesul

beneficiarilor direcți a crescut vizibil, iar instituția se află pe drumul spre consolidarea unei imagini de lider cultural și de centru de creație recunoscut în comunitate.

B. Analiza activității instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia:

1. analiza programelor și a proiectelor instituției;

În fiecare an, activitatea instituției a fost orientată spre organizarea și susținerea unor evenimente de amploare, cu impact major asupra publicului local, regional și național. Festivalurile de tradiție, precum Festivalul Național de Interpretare a Muzicii Folk „Festivalul Castanilor – In memoriam Gabi Dobre”, Festivalul Național „Ion Luca Caragiale”, Tabăra Internațională de Creație Plastică „Dan Platon”, Tabăra Națională de Sculptură Monumentală Contemporană, Concursul Național de Poezie „Iulia Hașdeu”, Concursul de artă plastică „Ploiești, orașul meu, oraș european”, precum și Cenaclul și Revista „Atitudini”, au reprezentat repere constante în calendarul cultural al instituției. Aceste evenimente au fost organizate anual, fiecare ediție aducând elemente noi, adaptări și extinderi, ceea ce a permis fidelizarea publicului și creșterea vizibilității instituției.

Instituția a pus un accent deosebit pe educația prin cultură, dezvoltând proiecte dedicate tinerilor, copiilor și publicului larg. Cursurile de pictură, dans, chitară, canto popular, robotică, șah, atelierile de creație hand-made, atelierile tematice de Paști, Crăciun sau Florii, precum și concursurile pentru liceeni și elevi din ciclul primar și gimnazial, au contribuit la formarea și descoperirea de noi talente, la stimularea creativității și la promovarea valorilor artistice. Inaugurarea Centrului pentru Tineret și punerea la dispoziția organizațiilor de tineret a unor spații dedicate a reprezentat un pas important în direcția implicării active a tinerilor în viața culturală a orașului.

Casa de Cultură a dezvoltat parteneriate solide cu instituții de învățământ, Inspectoratul Școlar Județean Prahova, Teatrul „Toma Caragiu”, Filarmonica „Paul Constantinescu”, Biblioteca Județeană „Nicolae Iorga”, universități, ONG-uri și alte instituții de cultură, atât la nivel local, cât și național și internațional. Aceste colaborări au permis organizarea unor proiecte complexe, precum concursuri de recitări, atelier de creație, simpozioane, colocvii, conferințe, workshop-uri și proiecte Erasmus+, care au vizat teme de actualitate precum educația nonformală, dezvoltarea personală, solidaritatea, dialogul intercultural, digitalizarea și brandingul instituțional.

Instituția a acordat o atenție deosebită incluziunii sociale, organizând evenimente dedicate persoanelor cu dizabilități, ateliere intergeneraționale, proiecte caritabile și activități pentru copii din medii defavorizate. Festivalul „Noi Împreună”, atelierele de creație pentru copii și seniori, spectacolele caritabile și proiectele de incluziune au contribuit la promovarea valorilor solidarității, empatiei și coeziunii sociale.

Un alt aspect important al activității instituției a fost promovarea patrimoniului cultural local și național, prin organizarea de evenimente omagiale dedicate unor personalități precum Mihai Eminescu, Nichita Stănescu, Ion Luca Caragiale, Toma Caragiu, Toma Socolescu, dar și prin marcarea unor date istorice semnificative: Ziua Unirii Principatelor Române, Ziua Drapelului Național, Ziua Națională a României, Ziua Limbii Române, Ziua Internațională a Poeziei, Ziua Internațională a Drepturilor Omului. Aceste manifestări au avut rolul de a consolida identitatea culturală a comunității și de a stimula participarea activă a cetățenilor la viața culturală.

Editarea și achiziția de carte au reprezentat o componentă esențială a activității instituției. Revista „Atitudini”, cu apariție lunară și tiraj constant, a adunat în paginile sale articole ale unor personalități ale literaturii române, dar și ale tinerilor creatori, promovând astfel valorile artistice locale și naționale. De asemenea, instituția a editat și achiziționat volume reprezentative pentru literatura română contemporană, antologii lirice, cataloage de artă, monografii și volume dedicate unor personalități locale, care au fost oferite ca premii la concursuri, distribuite în biblioteci, școli și la evenimente culturale. Printre titlurile importante se numără „Dialogurile Atitudini (2021-2024)”, catalogul Taberei Internaționale de Creație Plastică „Dan Platon”, antologia lirică „Orașul între sunete și tăcere”, „Ion Stratan – Opera poetică” (vol. I și II), „Arhitectii Socolescu 1840-1940 Studiu Monografic”, antologia „Ploiești, un oraș turcoaz”, precum și volumele achiziționate pentru premiera tinerilor la concursuri.

Activitatea Ansamblului Folcloric „Prahova”, a Grupului Vocal Folcloric „Prahova”, a Coralei „Paul Constantinescu” și a Grupului de muzică folk „Chitara Prahovei” a contribuit la promovarea patrimoniului cultural imaterial, la păstrarea și valorificarea tradițiilor și obiceiurilor locale și naționale. Aceste formații au participat la festivaluri, concursuri, spectacole și evenimente atât în țară, cât și în străinătate, obținând numeroase premii și distincții, consolidând astfel imaginea instituției și

a orașului Ploiești pe plan național și internațional.

Proiectele educaționale au cunoscut o creștere semnificativă ca număr și impact, implicând sute de profesori și mii de elevi din județul Prahova și din țară. Proiecte precum „Aproape de Eminescu”, „Aproape de Caragiale”, „Ziua Națională a Lecturii”, „Brâncuși – aproape de infinit”, „Aproape de Nichita”, „Lumea lui Creangă”, „Atelierele de Paști”, „Târgul de artă stradală de Florii”, „Atelierele lui Moș Crăciun” au stimulat creativitatea, lectura, cunoașterea și aprecierea valorilor culturale, contribuind la formarea unei noi generații de consumatori și creatori de cultură.

Instituția a fost implicată activ în proiecte internaționale, participând la programe Erasmus+ și la evenimente culturale organizate în parteneriat cu instituții din Germania, Turcia, Bulgaria, Italia, Franța, Republica Moldova, consolidând astfel dialogul intercultural și promovând valorile europene.

2. Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse (2026–2030)

În perioada 2026–2030, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești își va concentra eforturile pe consolidarea activităților de bază, extinderea graduală a programelor existente și introducerea unor proiecte noi realizabile în condițiile bugetare actuale, cu accent pe eficientizarea resurselor, parteneriate locale și regionale și valorificarea maximă a resurselor umane și materiale disponibile. Direcțiile strategice se vor axa pe sustenabilitate, incluziune, digitalizare accesibilă și educație culturală.

1. Menținerea și optimizarea programelor culturale tradiționale

Festivalurile consacrate vor rămâne prioritare, dar cu o organizare mai eficientă:

- Festivalul Național „Ion Luca Caragiale” – menținerea componentelor de teatru și proză scurtă la nivel național, cu accent pe calitate și accesibilitate.
- Festivalul Castanilor – se va menține ca eveniment național de muzică folk, cu implicarea sponsorilor locali și a voluntarilor.
- Festivalul Internațional de Poezie „Nichita Stănescu” – se va organiza în colaborare cu instituții culturale din țară, fără costuri mari de participare internațională.
- Taberele de creație vor continua în forma actuală:

- Tabăra „Dan Platon” – se va menține la nivel național, cu participanți români și eventual câțiva artiști din țări vecine prin schimburi bazate pe acoperire reciprocă a costurilor.
- Tabăra „Ion Stratan” – se va extinde prin parteneriate cu licee și universități din țară, fără costuri suplimentare majore, dar devine „Ion Stratan”

2. Noi proiecte realizabile în bugetul existent

- Programul „Artă Grafică și Bandă Desenată – Istorie ploieștene”: realizarea unui volum anual; Festivalul de Benzi Desenate se va organiza la nivel local, cu participarea școlilor și a artiștilor locali. Volumul integral „Istorie ploieștene” va fi lansat în 2030, ca sumă a celorlate volume anterioare.
- Concursul Național de Reviste Școlare „Atitudini”: Se va organiza anual. Premiile vor consta în bani, diplome, volume editate de Casa de Cultură și parteneriate simbolice cu edituri locale.
- Festival anual dedicat persoanelor cu dizabilități din Ploiești „Noi Împreună” împreună cu Ziua internațională a persoanelor cu dizabilități -3 Decembrie.

3. Internaționalizare

- Participarea la proiecte Erasmus+ va fi selectivă și bazată pe finanțare externă:
- Se va aplica doar la proiecte cu finanțare acordată (mobilități acoperite).
- Se va colabora cu ONG-uri sau instituții care au deja experiență în gestionarea fondurilor Erasmus+.
- Apartenența la rețele europene (Culture Action Europe) va fi simbolică sau prin parteneriate online:
- Se va opta pentru membrerie de bază (cost redus) sau participare la evenimente online gratuite.

4. Educație culturală și incluziune

- Programe pentru tineri: Proiectele „Aproape de Eminescu” „Aproape de Caragiale”, „Aproape de Creanga” vor continua cu extinderea prin parteneriate cu școli.
- Se vor organiza workshop-uri gratuite în sediul Casei de Cultură sau în spații partenere.

➤ Program pentru seniori: Se vor organiza cursuri și ateliere gratuite (canto, handmade, teatru) cu resurse proprii și voluntari. Festivalul de Romante va fi un eveniment local, cu participarea comunității.

➤ Programul „Arta Incluziunii” se vor desfășura ateliere lunare gratuite pentru persoane cu dizabilități, susținute de colaboratori voluntari.

➤ Se vor organiza expoziții și spectacole în spațiile existente, fără costuri suplimentare.

5. Digitalizare accesibilă și promovare online

➤ Dezvoltarea platformei online: Se va dezvolta pagină web, cu arhivă evenimente și resurse.

➤ Se vor folosi instrumente gratuite (Google Sites, Canva, Facebook Events) pentru promovare.

➤ Transmisii online gratuite: evenimentele majore vor fi transmise live pe Facebook fără echipament scump, folosind telefoane sau camere simple.

6. Sustenabilitate prin resurse proprii

➤ Reciclare și re folosire: materialele de promoție vor fi realizate în format digital sau tipărite pe hârtie reciclată.

➤ Decorațiunile și costumele vor fi re folosite de la un eveniment la altul.

➤ Parteneriate locale pentru resurse: se vor căuta sponsorizări mici din partea firmelor locale (materiale, echipamente, servicii).

➤ Se vor organiza evenimente cu intrare gratuită.

7. Optimizarea resursei umane și a managementului

➤ Formare internă și schimb de experiență: angajații vor participa la workshop-uri gratuite online (webinarii, cursuri gratuite).

➤ Se vor organiza întâlniri de benchmarking cu case de cultură din județe vecine.

➤ Implicarea voluntarilor: tineri, studenți și pensionari vor fi implicați în organizarea evenimentelor, reducând costurile cu personalul.

8. Surse de finanțare alternative

- Sponsorizări mici locale: Se vor aborda firme din Ploiești pentru sponsorizări simbolice (500–2000 lei/eveniment).
- Se vor oferi vizibilitate prin afișe, mențiuni online și la evenimente.
- Taxe simbolice pentru activități: cursurile și atelierele vor fi gratuite sau cu taxe simbolice (10–20 lei) pentru acoperirea materialelor.
- Proiecte cu finanțare europeană accesibilă: se va aplica la granturi mici (sub 10.000 EUR) prin programe ca Erasmus+ (KA1), CERV, sau fonduri locale pentru cultură.

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

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

Propuneri pentru optimizarea activității instituției.

– Consolidarea cadrului intern

Accent pe constituirea comisiilor de control intern managerial, desemnarea responsabilului etică și integritate și inventarierea funcțiilor sensibile, a persoanelor responsabile cu implementarea strategiei naționale anticorupție.

– Monitorizare și actualizare

Actualizarea fișelor posturilor și monitorizarea respectării procedurilor. Perfecționarea personalului conform Ordinului nr. 2883/2003 și analiza periodică a activității instituției ca barometru al respectării procedurilor.

– Flexibilizare și profesionalizare

Monitorizarea planului minimal propus, organizarea evenimentelor și implementarea proiectelor culturale conform procedurilor existente.

– Reorganizare și eficientizare

Adaptarea continuă a fișelor posturilor și procedurilor pentru gestionarea simultană a proiectelor culturale. Consolidarea resurselor umane și procedurile privind activitatea formațiilor artistice, cursurilor și evenimentelor culturale.

– Digitalizare și coordonare strategică

Integrarea instrumentelor digitale pentru managementul documentelor și fluxurilor decizionale. Optimizarea procedurilor existente și introducerea de proceduri pentru coordonarea proiectelor Erasmus+ și activităților culturale externe.

2. propuneri privind modificarea reglementărilor interne;

În 2026, instituția continuă consolidarea performanței și a eficienței interne. Activitatea se concentrează pe clarificarea fluxurilor decizionale, optimizarea planificării activităților și dezvoltarea profesională a personalului. Propunerile pentru restructurare includ crearea unor posturi dedicate coordonării proiectelor culturale și Erasmus+, și integrarea instrumentelor digitale pentru managementul documentelor și monitorizarea activităților, astfel încât Casa de Cultură să funcționeze mai flexibil și mai eficient în raport cu cerințele comunității și ale proiectelor culturale.

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

Pe parcursul anilor 2021–2025, politica de resurse umane a Casei de Cultură a demonstrat creșterea stabilității personalului, menținerea unui nivel ridicat de pregătire și dezvoltarea continuă a competențelor profesionale. Participarea la cursuri de perfecționare, programe naționale și internaționale a fost intensificată, evaluarea performanțelor și motivarea personalului au fost aplicate sistematic, iar promovările au fost corelate cu implicarea în proiectele instituției. Se recomandă menținerea acestei politici coerente, cu extinderea oportunităților de pregătire internațională și specializată, pentru a susține obiectivele strategice și a crește eficiența instituțională.

Optimizarea resursei umane și a managementului se va realiza prin:

- Formare internă și schimb de experiență: angajații vor participa la workshop-uri gratuite online (webinarii, cursuri gratuite).
- Se vor organiza întâlniri de benchmarking cu case de cultură din județe vecine.
- Implicarea voluntarilor: tineri, studenți și pensionari vor fi implicați în organizarea evenimentelor, reducând costurile cu personalul.

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

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești a continuat să gestioneze și să modernizeze patrimoniul instituțional, urmărind atât păstrarea valorilor materiale existente, cât și adaptarea spațiilor pentru desfășurarea optimă a activităților culturale, artistice, sociale, educative și administrative. Totuși, nu s-a reușit încă identificarea și amenajarea unui spațiu suficient și adecvat pentru derularea cursurilor de dans sau a altor activități care implică motricitate extinsă, fapt care a determinat diminuarea sau chiar sistarea temporară a unor cursuri din această categorie. Instituția are în vedere găsirea unor soluții viitoare pentru asigurarea unui spațiu corespunzător, care să permită reluarea acestor activități în condiții optime.

Un obiectiv strategic a fost un spațiu propriu, modernizarea spațiilor și dotărilor Casei de Cultură, pentru a oferi condiții optime de desfășurare a activităților culturale. S-a urmărit atragerea de fonduri suplimentare, prin proiecte, sponsorizări, parteneriate și accesarea de finanțări nerambursabile, pentru a susține dezvoltarea instituției și diversificarea ofertei culturale.

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

Directorul stabilește sarcinile de serviciu, conform fișei postului, pentru fiecare salariat în așa fel încât să contribuie cât mai eficient la buna organizare și desfășurare a activității instituției. Anual directorul evaluează, în baza unei fișe de evaluare standard activitatea fiecărui angajat acordând calificative de apreciere. În viziunea mea managerială, instituția delegării reprezintă un instrument esențial pentru asigurarea continuității și eficienței actului de conducere într-o instituție culturală, caracterizată prin dinamism, diversitate de activități și nevoia constantă de adaptabilitate. Delegarea unor atribuții către persoane-cheie din echipă, în mod transparent și conform cadrului legal, nu doar că permite gestionarea optimă a situațiilor neprevăzute sau a absențelor manageriale, dar contribuie activ la responsabilizarea personalului și la consolidarea unui climat de colaborare. Prin această abordare, actul managerial devine unul participativ, în care deciziile se iau în baza încrederii și a competenței, iar echipa este încurajată să se implice activ în derularea și dezvoltarea proiectelor

culturale. Astfel, delegarea nu este doar o soluție de moment, ci o strategie funcțională și coerentă pentru garantarea profesionalismului și a continuității în activitatea instituției.

D. Analiza situației economico-financiare a instituției:

Analiza financiară, pe baza datelor cuprinse în caietul de obiective:

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

1.1. bugetul de venituri (subvenții/alocații, surse atrase/venituri proprii);

Bugetul de venituri al Casei de Cultură pentru perioada 2023–2025 reflectă o finanțare preponderent publică, asigurată prin subvenții de la bugetul local, completată de venituri proprii și surse atrase, într-o proporție redusă, dar cu potențial de dezvoltare. Principala sursă de finanțare o reprezintă **subvențiile/alocațiile de la bugetul local**, care au asigurat în mod constant peste 95% din totalul veniturilor instituției.

Deși instituția realizează venituri proprii în fiecare an - provenite din încasările de taxe pentru cursurile organizate în cadrul instituției, din taxe de participare la concursuri și din vânzare bilete spectacole- acestea au o pondere redusă și nu pot susține funcționarea instituției în lipsa finanțării publice.

Nivelul scăzut al veniturilor proprii reflectă, pe de o parte, specificul activităților culturale cu caracter preponderent necomercial, iar pe de altă parte, necesitatea unor mecanisme suplimentare de diversificare a surselor de finanțare. Totodată, datele indică necesitatea consolidării veniturilor proprii și a surselor atrase, prin diversificarea activităților generatoare de venit, dezvoltarea parteneriatelor și atragerea de sponsorizări, obiectiv ce va fi avut în vedere în cadrul strategiei manageriale.

1.2. bugetul de cheltuieli (personal; bunuri și servicii din care: cheltuieli de întreținere, colaboratori; cheltuieli de capital);

Bugetul de cheltuieli al Casei de Cultură pentru perioada 2023–2025 a fost fundamentat în concordanță cu nivelul veniturilor aprobate și realizate, având ca obiectiv principal asigurarea desfășurării continue și de calitate a activităților cultural-artistice, educative și comunitare, precum și buna funcționare a instituției. Structura cheltuielilor reflectă specificul unei instituții de cultură, în care

ponderea majoritară este deținută de cheltuielile curente, în special cheltuielile de personal și cele cu bunuri și servicii, necesare organizării evenimentelor culturale.

Bugetul de cheltuieli al Casei de Cultură este construit pe principii de eficiență, legalitate și responsabilitate în utilizarea fondurilor publice, asigurând echilibrul între cheltuielile de funcționare și cele destinate activităților culturale. Prin această structură bugetară se creează premisele necesare pentru menținerea unui nivel ridicat al actului cultural, creșterea accesului publicului la evenimente culturale și consolidarea rolului Casei de Cultură în viața comunității locale.

Cheltuielile de personal reprezintă o componentă esențială a bugetului Casei de Cultură, asigurând salarizarea personalului de specialitate, administrativ și tehnic, necesar organizării și implementării activităților cultural-artistice. Creșterea progresivă a acestor cheltuieli este justificată de necesitatea menținerii unui personal calificat și de aplicarea prevederilor legale privind salarizarea în sectorul public.

Cheltuielile cu bunuri și servicii includ cheltuieli de întreținere și funcționare (utilități, reparații curente, materiale), servicii contractate, colaboratori artistici, servicii tehnice și de promovare, precum și cheltuieli aferente organizării manifestărilor culturale. Structura acestor cheltuieli demonstrează orientarea Casei de Cultură către susținerea activității culturale propriu-zise, în beneficiul comunității locale.

Cheltuielile de capital au fost 0% în 2025, fapt justificat prin caracterul operativ al instituției și concentrarea pe activitatea culturală continuă și relația directă cu publicul.

2. analiza comparativă a cheltuielilor (estimate și, după caz, realizate) în perioada/perioadele indicată/indicate în caietul de obiective, după caz, completate cu informații solicitate/obținute de la instituție este prezentată în Anexa 1

3. soluții și propuneri privind gradul de acoperire din surse atrase/venituri proprii a cheltuielilor instituției:

3.1. analiza veniturilor proprii realizate din activitatea de bază, specifică instituției (în funcție de tipurile de produse/servicii oferite de instituțiile de cultură - spectacole, expoziții, servicii infodocumentare etc.), pe categorii de produse/servicii, precum și pe categorii de bilete/tarife practicate: preț întreg/preț redus/bilet profesional/bilet onorific, abonamente, cu menționarea celorlalte

facilități practicate;

Din analiza activității din anul 2024 putem observa înregistrarea unei creșteri încurajatoare în dreptul contului de venituri proprii. În perioada 2023-2025, veniturile proprii ale instituției au fost modeste și insuficiente în raport cu cheltuielile totale, ceea ce menține o dependență majoră de bugetul local. Deși la început de drum, aceste inițiative indică un potențial real de dezvoltare pe termen lung, atât în sens economic, cât și în ceea ce privește oferta culturală adresată publicului.

3.2. analiza veniturilor proprii realizate din alte activități ale instituției;

Deși veniturile proprii rămân în continuare mici comparativ cu cheltuielile totale, această evoluție semnificativă indică un potențial real pentru dezvoltarea autonomiei economice și diversificarea ofertei culturale a instituției.

Analiza veniturilor proprii evidențiază necesitatea unei abordări manageriale proactive, orientate spre diversificare, eficiență și adaptare la nevoile comunității. Implementarea măsurilor propuse va conduce la consolidarea autonomiei financiare și la creșterea performanței instituției.
Măsuri și direcții de acțiune:

- dezvoltarea de programe culturale cu taxă (ateliere, cursuri, abonamente);
- realizarea de parteneriate public–private;
- promovare activă prin canale digitale și comunitare;
- corelarea realistă a prognozei bugetare cu capacitatea efectivă de realizare.

3.3 analiza veniturilor realizate din prestări de servicii culturale în cadrul parteneriatelor cu alte autorități publice locale;

Nu există date despre realizarea acestor activități.

4. soluții și propuneri privind gradul de creștere a surselor atrase/veniturilor proprii în totalul veniturilor:

Pentru creșterea veniturilor proprii propun următoarele acțiuni pe termen scurt:

- Valorificarea patrimoniului material prin acțiuni de administrare eficiente, parteneriate și colaborări eficiente;
- Valorificarea cursurilor care se desfășoară în prezent;
- Intensificarea evenimentelor culturale care să atragă componentă economică astfel încât

participarea mediului economic să aducă plus valoare contului de venituri proprii;

- Promovarea acțiunilor culturale.

4.1. analiza ponderii cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor;

2023: 65%

2024: 63%

2025: 68%

4.2. analiza ponderii cheltuielilor de capital din bugetul total;

2023: 0%

2024: 0%

2025: 0%

4.3. analiza gradului de acoperire a cheltuielilor cu salariile din subvenție/alocație;

Salariile sunt acoperite integral din subvenția de la bugetul local al municipiului Ploiești.

4.4. ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale, altele decât contractele individuale de muncă (drepturi de autor, drepturi conexe, contracte și convenții civile);

2023: 26,40%

2024: 27,12%

2025: 23,04%

4.5. cheltuieli pe beneficiar, din care:

a) din subvenție;

b) din venituri proprii.

Acest indicator reflectă eficiența utilizării resurselor financiare în raport cu numărul de beneficiari ai activităților culturale desfășurate de instituție și permite evaluarea impactului social al cheltuielilor publice.

Nu se poate face o delimitare clară între cheltuielile pe beneficiar din subvenție sau din venituri proprii, existând limitări legislative foarte clare pentru cheltuirea veniturilor proprii, doar pe anumite linii bugetare. Dar, per total în anii trecuți au fost cheltuieli pe beneficiar de aprox 825,50 lei / beneficiar în 2023, 326,03 lei / beneficiar în 2024 și 313,67 lei/ beneficiar în 2025.

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

1. Viziune pentru 2026–2030

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești își definește viziunea pentru perioada 2026–2030 ca una realistă, durabilă și profund ancorată în nevoile comunității. Viziunea nu este una de expansiune spectaculoasă sau de internaționalizare costisitoare, ci de consolidare, accesibilitate și relevanță culturală locală. În contextul resurselor financiare limitate, instituția își propune să valorifice la maxim potențialul uman, parteneriatele locale și resursele materiale existente, pentru a oferi un program cultural coerent, divers și accesibil tuturor categoriilor de public. Viziunea se bazează pe credința că cultura autentică și de impact se construiește mai ales prin continuitate, prin implicare comunitară și prin gestionarea inteligentă a resurselor, nu prin bugete mari.

Noutățile strategice și proiectele noi propuse pentru această perioadă nu sunt radicale, ci reprezintă o evoluție naturală și adaptativă a misiunii instituției. Ele vin să răspundă unor nevoi contemporane (precum incluziunea socială, digitalizarea accesibilă și educația non-formală) și să completeze oferta culturală existentă cu formate inovatoare, dar realizabile în condițiile actuale. În esență, viziunea urmărește să păstreze tot ce funcționează bine și să adauge ceea ce este necesar și posibil.

Se dorește deplasarea accentului de la „extindere” la „consolidare și eficiență”. O abordarea bazată pe sustenabilitate financiară și optimizarea resurselor devine un pilon central al viziunii.

Introducerea unor programe structurate de incluziune socială

Incluziunea a fost abordată prin proiecte punctuale (ex: Festivalul „Noi Împreună”). Se va institui Programul „Arta Incluziunii” ca linie strategică permanentă, cu ateliere regulate, parteneriate stabilite cu asociații de profil și un cadru metodologic clar pentru activitățile dedicate persoanelor cu dizabilități și grupurilor vulnerabile.

Se va dezvolta un program educațional local prin artă grafică. Programul „Artă Grafică și Bandă Desenată - Istorie ploieștene” aduce un format creativ, atractiv pentru tineri (benzi desenate) și cu potențial educativ ridicat pentru școli. Festivalul de Benzi Desenate Ploiești devine un nou eveniment anual orientat spre copii, adolescenți și familii.

Concursul Național de Reviste Școlare „Atitudini” recunoaște și stimulează efortul colectiv, jurnalismul elevilor și proiectele editoriale ale școlilor, oferind o nouă arenă de afirmare pentru tineri.

Apartenența la rețele europene este o deschidere strategică, nu costisitoare. Colaborările internaționale au fost în trecut ocazionale (proiecte Erasmus+). Din 2026 Casa de Cultură este membră în rețeaua Culture Action Europe, o alegere strategică pentru a fi conectat la fluxurile culturale europene, pentru a accesa resurse de informare și formare și pentru a găsi parteneriate de costuri reduse. Este un pas spre o vizibilitate europeană fără investiții mari.

Conferința Națională a Caselor de Cultură reprezintă un schimb de experiență la nivel național. Schimbul de bune practici s-a făcut în trecut în mod neformal sau la nivel local. Inițierea unei Conferințe Naționale Anuale plasează Casa de Cultură Ploiești ca un actor care contribuie la dezvoltarea sectorului în întreaga țară și câștigă recunoaștere profesională.

Programul dedicat seniorilor marchează recunoașterea unei categorii importante de public. Seniorii au fost publicul tradițional al unor evenimente. Programul cultural-educativ pentru seniori devine un pilon separat, cu ofertă regulată (cursuri, club, festival de romane), recunoscând rolul social și cultural al persoanelor vârstnice.

De asemenea, se continuă

- Festivalurile de tradiție („Ion Luca Caragiale”, „Castanilor”, „Nichita Stănescu”) ce rămân coloana vertebrală a calendarului cultural, cu accent pe calitate și participare public.
- Taberele de creație („Dan Platon”, „Ion Stratan”) continuă ca spații vitale pentru formarea și afirmarea artiștilor și scriitorilor, eventual extinse prin parteneriate naționale.
- Revista „Atitudini” și cenaclul literar mențin rolul esențial în promovarea creației literare locale și a dialogului cultural.
- Ansamblurile folclorice și corala („Prahova”, „Paul Constantinescu”) continuă să fie ambasadore ale patrimoniului cultural imaterial.
- Proiectele educaționale („Aproape de...”, Ziua Lecturii) rămân fundamentale pentru relația cu școlile și pentru educația prin cultură.

- Editarea și achiziția de cărți continuă, cu tiraje realizabile, pentru a sprijini scriitorii și a premia tinerii talentați.

Viziunea pentru următorii cinci ani este echilibrată și pragmatică. Ea nu renunță la identitatea și la reușitele trecute, ci le așează pe o bază mai stabilă și mai eficientă. În același timp, introduce inovații necesare pentru a răspunde semnalelor societății contemporane: nevoia de incluziune, atractivitatea formelor vizuale pentru tineri, importanța rețelelor de colaborare și valoarea educației intergeneraționale.

Noul nu este spectaculos, ci strategic și adaptativ. Scopul final este ca, în 2030, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” să fie percepută nu doar ca un ospățator al evenimentelor culturale, ci ca un centru viu, relevant și resilient al vieții comunitare ploieștene, care știe să facă mult cu puțin și să inspire prin angajament și creativitate.

2. Misiune pentru 2026–2030

Misiunea Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești rămâne ancorată în valorile fundamentale de promovare a accesului egal la cultură, educație și dezvoltare personală pentru toți membrii comunității. În perioada 2026–2030, această misiune va fi împlinită printr-o abordare mai pragmatică, mai concentrată și mai profund legată de identitatea locală, adaptată la realitățile bugetare dar și la noile nevoi sociale.

Misiunea instituției este de a fi un centru cultural viu, accesibil și relevant pentru Ploiești, care:

- Păstrează și promovează patrimoniul cultural local și național prin programe consacrate (festivaluri, tabere de creație, ansambluri folclorice, editare de carte), asigurând continuitatea tradițiilor și valorilor artistice românești.
- Educă și formează publicul de toate vârstele prin programe educaționale integrate („Aproape de...”, ateliere, concursuri școlare), contribuind la dezvoltarea spiritului critic, a creativității și a conexiunii cu cultura.
- Asigură incluziunea socială și accesul la cultură pentru toate categoriile vulnerabile prin proiecte structurate și durabile dedicate persoanelor cu dizabilități, seniorilor, tinerilor din medii defavorizate și altor grupuri marginalizate.

- Stimulează creația contemporană și inovația culturală prin sprijinirea artiștilor locali, explorarea de noi forme de exprimare (benzi desenate, jurnalism școlar) și integrarea unor elemente de digitalizare accesibilă.
- Construiește comunitate și coeziune socială prin evenimente care să faciliteze dialogul intergenerațional, parteneriatele locale și implicarea civică.
- Gestionează resursele cu responsabilitate și creativitate, optimizând activitățile existente, căutând parteneriate și finanțări alternative și valorificând potențialul uman al voluntarilor și colaboratorilor.

Valorile noi aduse de proiectele și direcțiile strategice 2026–2030:

În spiritul misiunii, noile inițiative vin să consolideze și să adâncească angajamentul instituției față de comunitate, aducând în prim-plan câteva valori și dimensiuni noi:

- Valoarea educației prin arte vizuale și jurnalism creativ: Prin Programul „Artă Grafică și Bandă Desenată” și Concursul Național de Reviste Școlare „Atitudini”, misiunea se extinde către educarea tinerilor prin forme moderne și atractive, care combină istoria locală, creativitatea și spiritul de echipă. Aceste proiecte aduc o dimensiune practică și aplicativă a educației culturale, direct în școli și în spațiul public.
- Valoarea incluziunii ca program continuu, nu doar eveniment: Programul „Arta Incluziunii” și Festivalul anual „Noi Împreună” transformă incluziunea socială dintr-un subiect ocazional într-un piloz permanent al activității instituției. Misiunea capătă astfel o dimensiune socială mai profundă, angajându-se nu doar să invite, ci să integreze și să ofere un sprijin durabil grupurilor vulnerabile.
- Valoarea conectării la rețelele de cunoaștere și schimb european: Prin membrăria în rețeaua Culture Action Europe și participarea selectivă la proiecte Erasmus+, misiunea își extinde orizontul dincolo de granițele locale, căutând îmbogățirea practicilor culturale prin schimb de experiență și acces la resurse europene. Aceasta aduce o dimensiune de învățare continuă și adaptare la standarde europene, fără a pierde din specificul local.
- Valoarea recunoașterii și valorificării etapelor vieții: Programul dedicat seniorilor (cursuri, club, festival de romanțe) și extinderea programelor pentru tineri recunosc

că nevoile culturale diferă în funcție de vârstă. Misiunea devine astfel multigenerațională într-un mod structurat, oferind răspunsuri concrete atât pentru tinerețe, cât și pentru vârsta a treia.

➤ Valoarea leadership-ului în sectorul cultural local și național: Organizarea Conferinței Naționale a Caselor de Cultură din 2026 poziționează instituția nu doar ca beneficiar, ci și ca furnizor de cunoaștere și catalyst al dezvoltării sectorială. Misiunea capătă o dimensiune de responsabilitate profesională și de contribuție la creșterea calității managementului cultural în România.

Misiunea Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” în următorii cinci ani este una de continuitate inteligentă și de adâncire a angajamentului. Ea nu se schimbă în esență, ci se îmbogățește cu noi dimensiuni de acțiune și responsabilitate. Instituția își reafirmă rolul de furnizor esențial de cultură și educație pentru Ploiești, dar își asumă și rolul de mediator social, de educator modern prin forme noi și de punct de legătură între comunitatea locală și lumea mai largă a cunoașterii și a oportunităților culturale.

3. Obiectivele generale ale Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești pentru perioada 2026–2030 au fost formulate astfel încât să răspundă atât misiunii instituției, cât și nevoilor reale ale comunității, în contextul evoluției sociale, economice și culturale. Aceste obiective au stat la baza tuturor programelor, proiectelor și acțiunilor desfășurate și au urmărit să asigure dezvoltarea durabilă, modernizarea și consolidarea rolului instituției ca principal centru cultural al orașului și al regiunii.

1. Asigurarea accesului egal la cultură, informare și educație permanentă

Casa de Cultură și-a propus să ofere tuturor cetățenilor, indiferent de vârstă, statut social, etnie, religie sau apartenență politică, șansa de a participa la viața culturală a comunității. Acest obiectiv a vizat eliminarea barierelor de acces, promovarea diversității și respectului față de identitatea fiecărui individ, precum și crearea unui cadru cultural deschis, incluziv și valoros pentru societate.

2. Organizarea și diversificarea activităților culturale de anvergură

Instituția a urmărit să devină principalul organizator de evenimente culturale locale, regionale și naționale, prin dezvoltarea unui calendar bogat de manifestări: festivaluri, concursuri, tabere de creație, expoziții, ateliere, spectacole, conferințe și proiecte educaționale. Diversificarea ofertei

culturale, atât cantitativ, cât și calitativ, a avut ca scop atragerea unui public cât mai numeros și variat, stimularea creativității și promovarea valorilor autentice.

3. Consolidarea rolului de centru de educație permanentă și formare continuă

Casa de Cultură a urmărit să devină un spațiu de învățare pe tot parcursul vieții, prin organizarea de cursuri, ateliere, seminarii și activități educative pentru toate categoriile de vârstă. S-a pus accent pe dezvoltarea personală, profesională și artistică a participanților, pe promovarea educației nonformale și pe colaborarea cu instituții de învățământ, ONG-uri și parteneri culturali.

4. Promovarea și valorificarea patrimoniului cultural local și național

Un obiectiv esențial a fost conservarea, promovarea și punerea în valoare a tradițiilor, obiceiurilor, artei populare și patrimoniului imaterial al comunității. Prin proiecte dedicate, Casa de Cultură a susținut activitatea formațiilor artistice de amatori, a promovat meșteșugurile, folclorul, literatura și arta plastică, contribuind la păstrarea identității culturale locale și la transmiterea valorilor către noile generații.

5. Dezvoltarea parteneriatelor și colaborărilor strategice

Instituția și-a propus să consolideze și să extindă rețeaua de parteneriate cu instituții de cultură, învățământ, autorități locale, ONG-uri, fundații, asociații culturale și instituții profesionale de spectacol, atât la nivel local, cât și național și internațional. Acest obiectiv a vizat creșterea impactului proiectelor, schimbul de bune practici, atragerea de resurse și crearea unor sinergii benefice pentru comunitate.

6. Modernizarea infrastructurii și atragerea de noi surse de finanțare

Un obiectiv strategic a fost un spațiu propriu, modernizarea spațiilor și dotărilor Casei de Cultură, pentru a oferi condiții optime de desfășurare a activităților culturale. S-a urmărit atragerea de fonduri suplimentare, prin proiecte, sponsorizări, parteneriate și accesarea de finanțări nerambursabile, pentru a susține dezvoltarea instituției și diversificarea ofertei culturale.

7. Promovarea imaginii instituției și creșterea vizibilității în comunitate

Casa de Cultură și-a propus să consolideze imaginea și rolul său în cadrul comunității, prin politici de comunicare și publicitate eficiente, campanii de promovare, prezență activă în mediul online și implicarea directă a publicului în viața culturală. S-a urmărit ca instituția să fie percepută ca un

centru al vieții spirituale și culturale din Ploiești, un spațiu deschis dialogului, inovației și participării active.

8. Susținerea editării și difuzării de publicații culturale

Un alt obiectiv general a fost editarea și promovarea de cărți, reviste, pliante, cataloage și alte materiale cu caracter cultural, pentru a stimula lectura, informarea și accesul la resurse culturale de calitate.

9. Sprijinirea și promovarea formațiilor artistice de amatori

Casa de Cultură a urmărit să susțină activitatea și dezvoltarea formațiilor artistice de amatori, să le ofere oportunități de afirmare și să le promoveze în cadrul manifestărilor organizate, contribuind astfel la descoperirea și lansarea de noi talente.

10. Creșterea capacității administrative și eficientizarea managementului

Instituția și-a propus să îmbunătățească permanent parametrii de planificare, organizare și control al activității, să investească în formarea profesională a personalului și să implementeze un management modern, transparent și orientat spre rezultate.

Prin aceste obiective generale, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești a urmărit să devină un model de bune practici în domeniul cultural, să răspundă nevoilor comunității și să contribuie la dezvoltarea armonioasă a societății locale și regionale.

4. Strategia culturală pentru 2026–2030

Strategia culturală a Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” pentru perioada 2026–2030 se construiește pe fundația consolidată în anii anteriori, adaptându-se la un context financiar, dar menținând ferm angajamentul față de comunitate, inovare și accesibilitate. Scopul strategic principal este de a transforma instituția dintr-un centru cultural activ într-un centru cultural rezilient, profund ancorat în comunitate și capabil să generează valoare culturală durabilă, indiferent de resursele financiare disponibil.

Strategia se axează pe patru piloni principali, care vor ghida toate activitățile și investițiile (de timp, efort și resurse minore) în următorii cinci ani:

1. Pilonul I: Consolidarea Și Adâncirea Comunitară

Scop: Să consolidăm relația cu toate categoriile de public și să devenim adevărata „casă”

culturală a oricărui ploieștean.

Acțiuni strategice:

- Menținerea și îmbunătățirea festivalurilor tradiționale („Ion Luca Caragiale”, „Castanilor”, „Nichita Stănescu”) ca evenimente de comunitate, cu accent pe participare și accesibilitate.
- Transformarea Programului „Arta Incluziunii” și a Festivalului „Noi Împreună” în programe structurate anuale, cu activități regulate (lunare/săptămânale) pentru persoane cu dizabilități și alte grupuri vulnerabile.
- Dezvoltarea programului pentru seniori (club, cursuri, festival de romane) și conectarea acestuia cu proiectele pentru tineri (ex: ateliere comune, povestiri intergeneraționale).
- Asigurarea că toate evenimentele majore au componente gratuite și că materialele de promovare sunt clare și accesibile.

2. Pilonul II: Inovație Educațională Și Creație Locală

Scop: Să educăm și să formăm publicul prezent și viitor prin metode moderne și să sprijinim creatorii locali.

Acțiuni strategice:

- Implementarea completă a Programului „Artă Grafică și Bandă Desenată – Istorie ploieștene”, cu realizarea volumelor și organizarea Festivalului de Benzi Desenate ca eveniment educativ principal pentru copii și familii.
- Stabilirea Concursului Național de Reviste Școlare „Atitudini” ca un reper editorial pentru școli, oferind ateliere de mentorat și o platformă online de publicare.
- Continuarea susținerii pentru artiști și scriitori ploieșteni prin expoziții, lansări de carte în cadrul evenimentelor existente și promovare activă.
- Crearea unei ”bănci de resurse culturale” online gratuite (foto, video, materiale educaționale derivate din proiectele casei) pentru elevi și profesori.

3. Pilonul III: Rețele, Parteneriate Și Sustenabilitate

Scop: Să construim o bază de sustenabilitate prin parteneriate inteligente și gestionarea eficientă a resurselor.

Acțiuni strategice:

- Dezvoltarea unei rețele solide cu case de cultură, biblioteci și școli din Prahova și județe vecine pentru schimb de expoziții, spectacole și resurse umane (ex: voluntari, experți).

- Utilizarea calității de membru în Culture Action Europe pentru acces la informații, training-uri gratuite și potențiale parteneriate de proiecte cu fonduri asigurate. Participarea selectivă la proiecte Erasmus+ doar cu finanțare garantată.

- Organizarea Conferinței Naționale a Caselor de Cultură începând cu 2026, poziționându-ne ca furnizori de know-how și facilitatori de dialog în sector.

- Atragerea activă de sponsorizări mici locale, introducerea unor taxe simbolice pentru anumite ateliere specializate, și aplicarea constantă la granturi mici și accesibile (locale, naționale, europene).

4. Pilonul IV: Vizibilitate, Comunicare Și Identitate

Scop: Să consolidăm o identitate culturală clară, modernă și recognoscibilă pentru instituție și să comunicăm eficient cu comunitatea.

Acțiuni strategice:

- Crearea și aplicarea unui ghid vizual simplu pentru toate materialele (afise, online, publicații) care să reflecte identitatea deschisă și contemporană a Casei de Cultură.

- Concentrarea eforturilor pe 1-2 canale sociale principale (ex: Facebook, Instagram) cu conținut regulat și de calitate (anunțuri, imagini din evenimente, materiale educative scurte). Transmiterea live online a evenimentelor cheie.

- Consolidarea relațiilor cu ziarele, posturile de radio și portalurile online locale pentru promovare reciprocă și acoperire a evenimentelor.

- Implementarea unor mecanisme simple de colectare a feedback-ului de la public (formulare online scurte, discuții la evenimente) pentru a ajusta anual oferta culturală.

Obiective strategice transversale (2026–2030)

Privind ansamblul perioadei, strategia culturală va urmări permanent:

1. Consolidarea statutului de centru cultural esențial și de încredere al municipiului Ploiești.
2. Creșterea gradului de implicare a comunității în viața culturală, atât ca public, cât și ca voluntari sau colaboratori.
3. Îmbunătățirea accesibilității și relevanței ofertei culturale pentru toate vârstele și categoriile

sociale.

4. Dezvoltarea unui model de gestionare culturală eficientă și replicabilă, bazat pe resurse limitate dar gestionate cu creativitate.

5. Intensificarea impactului educațional al activităților, cu rezultate măsurabile în rândul tinerilor.

6. Creșterea capacității instituției de a atrage și valorifica parteneriate care aduc resurse și valoare adăugată.

7. Construirea unei identități digitale clare și profesioniste care să amplifice mesajul cultural.

Strategia 2026–2030 este una de consolidare inteligentă. Ea nu visează la extinderi spectaculoase, ci la adâncirea rădăcinilor în comunitate și la creșterea rezilienței instituției. Scopul final este ca, în 2030, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” să fie mai puternică, mai iubită și mai relevantă ca niciodată pentru Ploiești, demonstrând că valoarea culturală autentică se construiește mai mult prin angajament și ingeniozitate decât prin bugete mari.

5. Strategia de marketing a Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” pentru perioada 2026–2030 se concentrează pe promovarea inteligentă, eficientă și profund ancorată în comunitate a întregii oferte culturale, vechi și noi. Având în vedere resursele financiare limitate, accentul se pune pe creativitate, parteneriate și utilizarea strategică a canalelor digitale gratuite sau accesibile. Scopul principal este de a menține și consolida o relație puternică cu publicul existent, de a atrage noi segmente de beneficiari și de a construi o imagine unitară a instituției ca un spațiu cultural deschis, dinamic și esențial pentru viața orașului.

Principii de bază ale strategiei de marketing (2026–2030):

1. Realism și sustenabilitate: Toate acțiunile de promovare vor fi evaluate prin prisma cost-beneficiu. Se vor prioriza instrumente gratuite sau foarte ieftine.

2. Publicul în centru: Mesajele și canalele de comunicare vor fi adaptate nevoilor, intereselor și comportamentelor diferitelor segmente de public (tineri, adulți, seniori, persoane cu dizabilități).

3. **Narațiune unitară, mesaje multiple:** Toate activitățile (vechi și noi) vor fi încadrate într-o narațiune coerentă despre Casa de Cultură ca motor al vieții culturale și sociale ploieștene. În același timp, fiecare proiect va avea mesaje specifice, țintite.

4. **Parteneriatul ca amplificator:** Colaborările cu școli, ONG-uri, mass-media locală și companii mici vor fi utilizate pentru a multiplica mesajul și a reduce costurile de promovare.

5. **Digital first, dar nu digital only:** Promovarea online va fi principalul canal, dar nu se va neglija complet afișajul în locații cheie (primării, biblioteci) și comunicarea directă (fluturași în școli).

Planul de marketing – Acțiuni concrete (2026–2030):

A. Pentru toate programele (fundament):

• **Branding vizual unitar:** Crearea și aplicarea unui set simplu de șabloane grafice (pentru afișe, postări pe social media, documente) care să asigure recunoașterea instantanee a materialelor Casei de Cultură.

• **Calendarul cultural online centralizat:** Menținerea și actualizarea constantă a unui calendar unic, accesibil pe site și pe Facebook, care să includă TOATE activitățile (de la festivaluri mari la ateliere mici).

• **Promovare prin parteneri:** Distribuirea sistematică a informațiilor despre evenimente către toți partenerii instituționali (școli, biblioteci, ONG-uri, alte instituții culturale) pentru a le disemina în propriile lor rețele.

B. Pentru programele tradiționale (ex: Festivalul „Ion Luca Caragiale”, Tabăra „Dan Platon”):

• **Strategia:** „Valoare și tradiție”. Se vor sublinia aniversările, tradiția și calitatea participanților.

• **Acțiuni:**

➤ Campanii de anunț cu o lună înainte, bazate pe „Save the date” digital și pe reluarea imaginilor din edițiile anterioare (#ThrowbackThursday).

➤ Realizarea de interviuri scurte sau prezentări video cu participanți/anteriori laureați, distribuite pe social media.

- Colaborări cu presa locală pentru articole de prezentare a ediției.

C. Pentru noile programe (ex: Benzi Desenate, Atitudini, Arta Incluziunii):

•Strategia: „Noutate și comunitate”. **Se va evidenția** caracterul inovator, educativ și de grup al acestor proiecte.

•Acțiuni specifice:

- Pentru „Benzi Desenate – Istorii ploieștene”:
 - Lansare publică a fiecărui volum, cu expoziție de planșe originale și întâlnire cu autorul/artistul.
 - Campanie în școli: Distribuirea de pliante și organizarea de prezentări interactive în sălile de clasă.
 - Crearea de conținut digital atractiv: postări cu personaje din benzile desenate, quiz-uri pe istorie locală.
- Pentru Concursul „Atitudini” (reviste școlare):
 - Campanie de înscrieri agresivă în mediul online educațional (grupuri de profesori, platforme școlare).
 - Promovarea revistelor premiate prin expoziții digitale pe site și printr-o secțiune dedicată pe site.
 - Oferirea de diplome și vizibilitate online drept premii principale.
- Pentru Programul „Arta Incluziunii” și Festivalul „Noi Împreună”:
 - Mesaje centrate pe emoție, realizare și comunitate.
 - Realizarea și distribuirea de materiale video scurte care prezintă procesul creativ și reacțiile participanților.
 - Parteneriate strategice de promovare cu asociațiile și organizațiile de profil din zonă.

D. Pentru publicul țintă specific:

•Tineri (elevi, studenți): Promovare intensă pe Instagram și TikTok prin content scurt, dinamic (reels, stories), colaborări cu micro-influenceri locali (ex: elevi implicați în proiecte).

- **Adulți și familii:** Promovare pe Facebook și prin newsletter-ul local (dacă există), accent pe programe familiale (Festivalul de Benzi Desenate, Târgul de Crăciun).

- **Seniori:** Comunicare prin canale directe (afișe în centrele pentru seniori, colaborări cu casele de cultură ale sindicatelor), și prin Facebook (unde mulți seniori sunt activi).

- **Persoane cu dizabilități și asociațiile acestora:** Comunicare directă, personalizată, prin canalele asociațiilor partenere și prin mesaje clare despre accesibilitate.

E. Instrumente și canale prioritare:

1. **Website-ul instituției:** Va fi optimizat pentru informare clară, calendar actualizat și arhivă a evenimentelor trecute.

2. **Rețele sociale (Facebook, Instagram):** Canale principale pentru conversație, anunțuri și crearea de comunitate. Conținut regulat (minim 3-4 postări/săptămână).

3. **Email Marketing:** Crearea unei liste de mailing pentru parteneri și publicul fidel (prin înscrieri la evenimente) pentru trimiterea de newslettere săptămânale.

4. **Mass-media locală:** Relații permanente cu ziare, radio și TV locale pentru comunicate de presă și reportaje.

5. **Afișaj strategic:** Afișarea selectivă a posterelor în locații cu trafic mare și accesibile (hală, bibliotecă, primărie).

F. Măsurarea rezultatelor:

- **Indicatori simpli:** Număr de participanți la evenimente, creșterea urmăritorilor pe social media, numărul de vizualizări/distribuirii pentru postările cheie, feedback direct de la public.

- **Evaluare periodică:** Analiza lunară a activității online și ajustarea tacticilor de promovare în funcție de ce funcționează.

6,7. programele și proiectele propuse pentru întreaga perioadă de management

Vom proiecta și dezvolta programele și proiectele Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești și ale Universității Populare „Dimitrie Gusti” între 2026 și 2030, asigurând o evoluție coerentă și adaptată contextului social și cultural, păstrând tradiția, dar adăugând permanent elemente noi, relevante pentru comunitate. Mai jos este prezentată o planificare detaliată, atât pe

activități distincte, cât și ca dezvoltare unitară.

1. Literatură, educație și promovarea valorilor național

Vom menține și vom extinde proiectele dedicate literaturii și educației continue: concursul județean de recitări „Ca un Luceafăr am trecut prin lume” (dedicat Zilei Culturii Naționale și poetului Mihai Eminescu), proiectele „Aproape de Eminescu”, „Aproape de Caragiale”, „Aproape de Nichita”, „Lumea lui Creangă”, Ziua Națională a Lecturii, Caravana Poeziei, Festivalul Internațional de Poezie „Nichita Stănescu”, concursul „Sub aripa lui Nichita”, Târgul de carte „Ploieștiul citește”, editarea de cărți și reviste. Acestea vor fi completate prin participări la manifestări naționale, colaborări cu alte instituții și extinderea proiectelor sub umbrela „Aproape de valorile naționale”.

2. Programe de identificare și promovare a tinerelor talente

Vom organiza anual concursuri de poezie („Iulia Hasdeu”), proză scurtă și teatru („Ion Luca Caragiale”), ateliere de creație, cluburi de poezie și cenacluri literare („Atitudini”), precum și tabere de creație literară („Ion Stratan”). Tinerii descoperiți vor fi integrați în activități permanente, vor reprezenta instituția la concursuri naționale și vor beneficia de mentorat și promovare.

3. Programe pentru punerea în valoare a tradițiilor și obiceiurilor locale

Vom organiza manifestări folclorice de Dragobete, spectacole cu Ansamblul „Prahova” și „Prahova jr.”, festivaluri de folclor („Cunună de Cântec Românesc”, „E vremea colindelor”), tabere de folclor, gale ale dansului și cântecului popular, festivaluri de colinde, ateliere de creație handmade, târguri de artă stradală și evenimente dedicate sărbătorilor tradiționale. Vom pune accent pe colaborarea cu comunități etnice (ex: Festivalul Internațional „Alfabetul Conviețuirii”).

4. Programe de manifestări cultural-educative și artistice

Vom susține simpozioane, conferințe, mese rotunde, sesiuni de comunicări științifice, lansări de carte, expoziții tematice, manifestări tradiționale și omagiale (Ziua Unirii Principatelor, Ziua Europei, Ziua Copilului, Ziua Imnului Național, Ziua Persoanelor Vârstnice), cu tematici variate și invitați din diverse domenii. Universitatea Populară „Dimitrie Gusti” va susține prelegeri, ateliere, workshopuri și dezbateri la cererea școlilor și a comunității.

5. Programe de arte vizuale și creative

Vom dezvolta și extinde Tabăra Internațională de Creație Plastică „Dan Platon”, concursul de

artă plastică „Ploiești, orașul meu, oraș european”, concursul de fotografie și scurt metraj, ateliere de pictură, grafică, fotografie, workshopuri creative, expoziții de artă, Salonul Artelor de primăvară și toamnă, cu participare națională și internațională.

6. Programe de sculptură monumentală și urbană

Vom consolida Tabăra Internațională de Sculptură Monumentală Contemporană Ploiești ca un reper, organizând ediții internaționale, cu lucrări care vor transforma spații urbane în puncte de atracție și identitate locală.

6. Programe muzicale și artistice

Vom organiza Festivalul Castanilor – In memoriam Gabi Dobre (muzică folk), vom susține activitatea Grupului de muzică folk „Chitara Prahovei”, concerte corale cu Corala „Paul Constantinescu”, spectacole de muzică și dans, festivaluri de rock, gale ale tinerelor talente, festivaluri de muzică populară și concursuri de interpretare, asigurând o ofertă variată și atractivă pentru toate vârstele.

7. Programe pentru persoane cu dizabilități și incluziune social

Vom organiza Festivalul anual „Noi Împreună”, ateliere dedicate, activități de incluziune, colaborări cu ONG-uri și instituții sociale pentru a promova accesul egal la cultură și participarea activă a tuturor membrilor comunității.

8. Programe pentru tineret și dezvoltare personal

Vom participa la proiecte Erasmus+, vom organiza workshopuri, training-uri, campanii de educație civică și drepturile omului, activități artistice de/pentru tineret, cluburi tematice, colaborări cu structuri asociative de tineret, promovând tinerii talenți și implicarea lor în proiecte locale și naționale.

9. Programe de educație continuă și cursuri

Vom oferi cercuri și cursuri de pictură, desen, handmade, teatru, șah, dans modern și popular, muzică (canto, folk, corală), imprimare 3D, cluburi tematice (femei moderne, astrologie), atelierele lui Moș Crăciun, ateliere de Paște, adaptate permanent la cerințele beneficiarilor.

10. Programe de promovare, editare și achiziție de carte

Vom continua editarea de cărți, reviste, cataloage, antologii, achiziția de carte pentru premii și

biblioteci, promovarea lecturii prin târguri de carte, lansări și întâlniri cu autori, integrând aceste activități în toate proiectele majore.

11. Programe de colaborare națională și internațională

Vom iniția și vom susține spectacole, simpozioane, concursuri, expoziții, ateliere, excursii culturale, colaborări cu instituții din țară și străinătate, participări la proiecte europene, schimburi de experiență și promovarea imaginii orașului la nivel internațional.

Vom exemplifica:

I. Programul cultural „ATITUDINI” (2026–2030)

În perioada 2026–2030, Programul „Atitudini” se menține ca un pilon esențial al vieții literare ploieștene, într-o formulă consolidată, mai eficientă și mai conectată digital. Scopul general rămâne același: promovarea creației literare locale și naționale, formarea tinerilor autori și crearea unui spațiu de dialog literar intergenerațional. Totuși, abordarea se ajustează la realitățile financiare, păstrând esența tradiției și adăugând inovații de proces.

1. Revista „Atitudini”:

- Se menține apariția lunară, cu un tiraj realist de 200 de exemplare pe număr, asigurând distribuirea gratuită în biblioteci, școli, instituții culturale și către colaboratori.

- În continuare sub egida Uniunii Scriitorilor din România, revista va aduna articole, studii, cronici, interviuri și creații literare ale unor autori consacrați și debutanți. Se va introduce o secțiune tematică periodică dedicată unor subiecte de interes comunitar sau evenimente culturale majore ale Casei de Cultură.

- Fiecare număr va fi disponibil integral în format PDF pe site-ul instituției și pe o pagină dedicată pe Facebook. Se va explora și varianta unui newsletter lunar digital cu fragmente din revistă, pentru a ajunge la un public mai larg fără costuri de tipărire suplimentare.

- Se va căuta un echilibru între promovarea valorilor naționale și prezentarea unor teme contemporane, menținând prestigiul revistei în mediul literar.

2. Cenaclul literar „Atitudini” ca nucleu de formare și comunitate:

- Întâlnirile cenaclului vor continua în prima sâmbătă a fiecărei luni, la sediul instituției, reunind un grup constant de 15-25 de membri (elevi, studenți, tineri creatori și colaboratori).

- Se va implementa un program tematic anual pentru cenaclu (ex: un semestru dedicat poeziei, unul prozei; teme ca „scriitura autobiografică”, „literatura și orașul” etc.), cu sesiuni ghidate de scriitori sau profesori invitați.

- Creațiile cele mai valoroase din cenaclu vor fi publicate periodic în revista „Atitudini”, oferind tinerilor o primă platformă de afirmație.

- Unele întâlniri sau lecturi ale cenaclului vor fi transmise live online sau vor fi rezumate în postări video scurte, pentru a crește vizibilitatea și a atrage potențiali membri noi.

3. Gala Atitudini, evenimentul comunității literare:

- Gala va rămâne evenimentul de recunoaștere a contribuțiilor colaboratorilor, a membrilor cenaclului și a partenerilor revistei.

- Gala se va desfășura alternativ în spații interioare (ex: Centrul Cultural „Sf. Antim Ivireanu”) și în aer liber (Parcul Municipal Vest), pentru a combina solemnitatea cu accesibilitatea. Programul va include, pe lângă premiere, lecturi publice, momente muzicale și interviuri live cu oaspeți.

- Gala va fi promovată intens în perioada precedentă, atât pentru a onora participanții, cât și pentru a atrage public larg, consolidându-și statutul de tradiție culturală ploieșteană.

4. Integrare și sinergie cu alte programe ale Casei de Cultură:

- Legături strategice vor fi create între Programul „Atitudini” și alte proiecte:

- Cu Tabăra „Ion Stratan”: Poeții participanți la tabără vor fi invitați să susțină o întâlnire a cenaclului sau să publice în revistă.

- Cu proiectele educaționale („Aproape de...”): Se vor organiza numere sau secțiuni speciale ale revistei dedicate acestor proiecte.

- Cu programele noi (ex: Benzi Desenate): Se va explora publicarea unor povestiri sau comentarii literare în legătură cu temele istorice abordate în benzi.

5. Obiective specifice pentru 2026–2030:

- Menținerea apariției lunare a revistei pe întreaga perioadă.

- Creșterea numărului de urmăritori ai paginii online dedicate cu minimum 20% până în 2030.

- Publicarea a minimum 2 tineri autori descoperiți în cenaclu pe an în revistă.

•Organizarea a 5 Gale Atitudini de-a lungul perioadei, cu o medie de peste 150 de participanți la fiecare.

Programul „Atitudini” va evolua de la un proiect cultural tradițional la un hub literar integrat. El va rămâne fidel misiunii sale de promovare a literaturii de calitate, dar va deveni mai dinamic și mai conectat, atât la publicul tânăr prin cenaclu și online, cât și la celelalte eforturi culturale ale instituției. Este vorba despre o continuitate rafinată, care transformă prestigiul acumulat într-o resursă și mai valoroasă pentru comunitatea ploieșteană, demonstrând că literatura rămâne viu interesantă și relevantă.

II. Festivalul Național „I.L. Caragiale” (2026–2030)

În perioada 2026–2030, Festivalul Național „Ion Luca Caragiale” își consolidează și își extinde poziția de eveniment cultural de referință pentru teatrul de amatori și literatura tânără din România. Construit pe soliditatea și prestigiul acumulat în anii anteriori, festivalul se va dezvolta pe mai multe planuri: extinderea rețelei naționale, creșterea impactului educațional și editorial, și o modernizare strategică a prezentării și promovării.

Obiectivele generale pentru 2026–2030:

- Consolidarea festivalului ca principala platformă națională de descoperire și promovare a talentelor tinere în domeniul teatrului amator și al prozei scurte.
- Extinderea rețelei de participanți și parteneri la nivel național și regional, cu accentul pe includerea unor zone mai puțin reprezentate.
- Creșterea impactului educațional prin integrarea unor componente de formare și mentorat în structura festivalului.
- Amplificarea rezultatelor editoriale și digitale, transformând creațiile premiate în resurse educaționale durabile.
- Menținerea și întărirea conexiunii dintre festival, comunitatea locală și identitatea culturală a Ploieștiului.

Festivalul își păstrează nucleul consacrat, dar își diversifică oferta:

A. Secțiunea principală – Concursuri (Menținute și îmbunătățite):

Concursul Național de Teatru Amator „I.L. Caragiale”: Se va continua, cu accent pe diversitatea

genurilor (de la comedie la dramă) și a formelor de exprimare (teatru clasic, teatru fizic, teatru de text). Se va introduce o categorie specială pentru „cea mai bună interpretare într-un rol caragialian”.

Concursul Național de Proză Scurtă pentru Liceeni „I.L. Caragiale”: Rămâne pilă, cu teme anuale care să stimuleze reflecția asupra societății contemporane în spiritul ironic și critic al lui Caragiale.

B. Noi componente și activități (Adăugate pentru extindere):

„Dialoguri Caragialiene” – Dezbateri publice: În cadrul festivalului, se vor organiza mese rotunde sau dezbateri cu tema „Caragiale azi”, reunind critici literari, teatrologi, scriitori și tineri participanți pentru a discuta actualitatea operei și a spiritului caragialian.

Expoziție „Obiectul Caragialian” (începând cu 2026): O expoziție tematică (fizică și/sau virtuală) care să prezinte obiecte, costume, afișe sau fragmente de texte legate de montări ale lui Caragiale sau de participările la festivalul din anii trecuți.

C. Impact editorial și digital consolidat:

Arhivă digitală și streaming: Toate spectacolele finaliste ale concursului de teatru vor fi înregistrate profesional (dacă resursele permit) sau vor beneficia de un streaming live. Aceste materiale vor forma o arhivă digitală accesibilă pe site-ul festivalului, devenind o resursă educațională pentru elevi și profesori.

D. Parteneriate extinse și strategii de promovare:

Parteneriate cu festivaluri de teatru de amator din țară pentru schimb de experiență și recomandare reciprocă a participanților.

Colaborări consolidate cu Inspectoratele Școlare Județene pentru diseminarea informațiilor despre festival în toate liceele.

Strategie de promovare integrată: Folosirea intensivă a rețelelor sociale cu conținut din spatele scenelor (backstage), prezentări scurte ale trupelor, citate din textele înscrise. Promovare prin partenerii media locali și naționali specializați în cultură.

Obiective specifice măsurabile pentru 2026–2030:

- Creșterea numărului de trupe de teatru înscrise cu minimum 15% până în 2030.

- Extinderea la licee din minimum 10 de județe pentru concursul de proză scurtă până în 2030.
- Creșterea audienței online pentru evenimentele festivalului (streaming, postări) cu 10% pe an.

Festivalul Național „Ion Luca Caragiale” se va transforma dintr-un eveniment de concurs într-un veritabil ecosistem cultural dedicat spiritului caragialian și tinerilor creatori. Prin extinderea rețelei, introducerea componentelor educaționale (Caravana, Dialogurile) și consolidarea rezultatelor editoriale și digitale, festivalul va căpăta o amploare și o profunzime noi. El nu va mai fi doar o competiție, ci un proces de formare, dialog și creație care se desfășoară de-a lungul anului și se încheie cu săptămâna festivă. Astfel, își va consolida rolul esențial în formarea publicului viitor și în afirmarea Ploieștiului ca un centru vibrant pentru teatrul și literatura românească contemporană, păstrând vie flacăra ironică și profund umană a lui Ion Luca Caragiale pentru generațiile viitoare.

III. Festivalul Internațional de Poezie „Nichita Stănescu” (2026–2030)

În decursul perioadei strategice 2026–2030, Festivalul Internațional de Poezie „Nichita Stănescu” va rămâne un pilon esențial și constant al peisajului cultural ploieștean, consolidându-și poziția de rendez-vous anual dedicat celebrației cuvântului poetic și a patrimoniului literar național. Festivalul nu urmărește transformări radicale, ci se axează pe continuitatea organică a unei formule de succes, perfecționând procesele organizatorice și asigurând o prezență culturală de calitate, în condiții de gestionare prudentă a resurselor.

Structura festivalului va păstra componentele care și-au dovedit valoarea și relevanța în anii precedenți:

- „Caravana Poeziei”, manifestarea civică și interactivă din spațiul public, marcată de recitări și momente simbolice.
- „Aproape de Nichita”, programul educațional extins în școli, transformând unitățile de învățământ în laboratoare ale sensibilității poetice.
- Concursul „Sub aripa lui Nichita”, competiția de interpretare poetică pentru liceeni, oferind o scenă de afirmare tinerilor.

- Evenimente literare și lansări de carte, seri dedicate promovării creației contemporane și a rezultatelor editoriale ale instituției.
- Dezbateri și conferințe tematice, spații de reflecție asupra operei stănesciene și a locului poeziei în contemporaneitate.

O mențiune specială se acordă Concursului de debut literar „Nichita Stănescu”, instituit în 2025. Acesta reprezintă o componentă esențială a festivalului, menită să ofere un cadru real de afirmare pentru tinerii poeți aflați la început de drum. Concursul va continua să funcționeze ca un mecanism de descoperire și susținere a vocațiilor literare, cu premiul principal constând în editarea și publicarea volumului câștigător sub egida Casei de Cultură. Această inițiativă completează festivalul cu o dimensiune editorială concretă și de viitor, consolidând rolul instituției ca incubator al literaturii tinere.

Managementul festivalului se va baza pe parteneriate consolidate și pe experiența acumulată, optimizând fluxurile logistice și de comunicare. Se va acorda o atenție sporită promovării digitale și menținerii dialogului cu publicul. Colaborările instituționale cu biblioteci, licee și asociații culturale vor fi întreținute, asigurând o rețea solidă de susținere.

Pe parcursul celor cinci ani, festivalul se va dezvolta organic, în ritmul comunității. El nu va căuta expansiuni forțate, ci va consolida o prezență culturală autentică, profund înrădăcinată în identitatea locală. Prin aceasta, Festivalul Internațional de Poezie „Nichita Stănescu” își va menține rolul esențial de custode al memoriei poetice a orașului, de catalyst pentru educația artistică a tinerilor și de spațiu de reîntâlnire anuală a comunității cu frumusețea și profunzimea cuvântului scris. Astfel, el va rămâne nu doar un eveniment, ci un veritabil ritm cultural al Ploieștiului, așteptat și valorificat de către toți cei pentru care poezia lui Nichita Stănescu reprezintă o patrie spirituală.

IV. Universitatea Populară „Dimitrie Gusti” din Ploiești (2026–2030)

Universitatea Populară „Dimitrie Gusti” din Ploiești, o instituție cu o tradiție de peste șase decenii de educație nonformală, își continuă misiunea esențială în perioada 2026–2030, ca un centru vital pentru dezvoltarea personală, învățarea continuă și dialogul comunitar. În ciuda unei creșteri spectaculoase a numărului de cursanți în anii 2022–2024, abordarea pentru următorii cinci ani se va axa pe stabilizare, consolidare a calității și o adaptare constantă a ofertei la nevoile reale și în schimbare ale publicului.

Strategia va fi una de raționalizare și relevanță. Nu se urmărește o creștere cantitativă forțată, ci menținerea unui nivel de participare sustenabil, care să permită o interacțiune de calitate între colaboratori și cursanți. Oferta educațională va fi periodic reevaluată, păstrând disciplinele cu cerere consolidată (istorie, psihologie, literatură, sănătate) și introducând teme noi **doar acolo unde există o cerere clară identificată în comunitate și resursele umane pentru a le susține**.

Direcții de evoluție și noi colaborări

1. Pentru a rămâne relevantă, universitatea își va diversifica abordarea pentru a atrage publicul mai tânăr (18-35 ani) și adulții care își doresc reconversie sau dezvoltare profesională.

Noi tematici potențiale, în funcție de resurse și parteneri:

- Ateliere scurte de gestionare a identității online, securitate cibernetică de bază, instrumente digitale pentru creatori liberi (freelancers).
- Module introductive despre gestionarea bugetului, investiții mici, sau cum să inițiezi un proiect cultural-comunitar.
- Cursuri despre reducerea deșeurilor, grădinărit urban, consum responsabil.
- Se vor explora formate mai scurte (atelier de 4-6 săptămâni), seri tematice unice sau colaborări online hibride pentru a se potrivi programului mai aglomerat al acestui public.

2. Calitatea universității populare depinde direct de experții pe care îi atrage. Pentru perioada 2026–2030, se va acorda o atenție sporită:

- Pe lângă cadrele didactice și specialiștii tradiționali, se vor căuta colaborări cu antreprenori locali, artiști digitali, specialiști în resurse umane, consilieri de carieră și experți în domenii emergente.
- Se vor iniția colaborări cu companii locale pentru a oferi module practice (ex: comunicare în business, soft skills) și cu facultățile din Ploiești pentru a atrage studenți ca participanți sau ca lectori pentru ateliere pentru colegii lor.
- Se va stabili un proces simplu de identificare și implicare a noilor colaboratori, oferindu-le suport minimal (promovare, spațiu) pentru a-și partaja cunoștințele.

3. Integrarea și optimizarea structurilor existente: Cluburile și cercurile create (Clubul Femeilor Moderne „Diana”, Clubul de Astrologie, Cercul de Dans etc.) vor fi menținute și revitalizate prin:

➤ Clarificarea rolului: Fiecare club va avea un coordinator dedicat și un plan de activități semestrial.

➤ Legături între cluburi și cursuri: Se vor crea punți tematice. De exemplu, un club de dans poate găzdui o sesiune despre anatomia mișcării din cursul de sănătate, sau Clubul Femeilor Moderne poate organiza o dezbatere pornind de la o temă din psihologie.

4. Promovare și comunicare modernizată: Pentru a atrage noile generații, promovarea va trebui să evolueze.

➤ Prezență online activă: Pe lângă afișe, se va investi în conținut pentru ****rețelele sociale**** (scurt-metraje cu lectori, prezentări scurte ale cursurilor, interviuri cu foști cursanți).

➤ Parteneriate cu influenșeri locali: Colaborări cu persoane cu prezență online în comunitatea ploieșteană pentru a promova anumite cursuri.

➤ Promovare în mediile educaționale: Continuarea și intensificarea colaborării cu liceele și universitățile pentru a prezenta oferta studenților.

Universitatea Populară „Dimitrie Gusti” nu va mai căuta recorduri de participare, ci va deveni un centru mai agil, mai adaptativ și mai profund conectat la dinamica comunității**. Ea va rămâne un spațiu democratic de învățare pentru toate vârstele, dar va căuta modalități mai moderne de a atrage, a ține și a valorifica publicul tânăr și activ. Succesul se va măsura nu doar în numere, ci în ****relevanța continuă a ofertei, în forța rețelei sale de colaboratori și în capacitatea de a fi un adevărat reflector al nevoilor de cunoaștere și conexiune ale orașului Ploiești.**

V. Proiecte europene Erasmus+

Strategia pentru proiectele europene în perioada 2026–2030 se va concentra pe selecție, sustenabilitate și impact local maximizat. În urma experienței bogate acumulate în 2022–2025, Casa de Cultură va trece de la o fază de expansiune cantitativă a proiectelor la o fază de consolidare calitativă. Accentul se va muta de la atragerea oricărui proiect posibil către participarea la proiecte care se aliniază perfect cu misiunea instituțională și care aduc resurse esențiale pentru programele cheie existente sau pentru noi direcții strategice cu adevărat necesare.

Principii de bază:

1. Se vor aplica doar la proiecte Erasmus+ (Acțiunea KA1 - Mobilități, KA2 - Parteneriate de

cooperare) care răspund direct unor nevoi identificate în planul strategic al Casei de Cultură. Exemple:

- Pentru consolidarea programelor noi: Un proiect KA2 privind incluziunea prin artă pentru a sprijini Festivalul „Noi Împreună” și Programul „Arta Incluziunii”.
- Pentru digitalizare: Un proiect KA1 de formare a personalului în managementul platformelor culturale digitale sau crearea de conținut digital educațional.
- Pentru educația nonformală: Un proiect cu focus pe metodologii de lucru cu seniorii sau educație ecologică comunitară.

2. **Sustenabilitate și impact durabil:** Proiectele vor fi alese și construite astfel încât cunoștințele, rețelele și instrumentele create să rămână în uz după încheierea finanțării. Obiectivul nu este doar mobilitatea, ci crearea de resurse permanente pentru instituție (ex: un ghid metodologic, o platformă online, un set de ateliere testate).

3. **Parteneriate de calitate, nu cantitate:** Se va lucra cu un număr mai mic de parteneri europeni, dar cu care există o înțelegere clară și obiective comune. Se vor căuta parteneri din domeniul cultural, al educației nonformale sau al incluziunii sociale, cu experiență verificată.

4. **Integrare în activitățile curente:** Mobilitățile sau activitățile proiectelor vor fi planificate să completeze și să îmbogățească evenimente existente. De exemplu, o mobilitate de formare a voluntarilor va avea loc în perioada de pregătire a unui festival major.

Domenii tematice prioritare pentru aplicații:

- **Incluziune socială și culturală:** Sprijinirea profesională a programelor dedicate persoanelor cu dizabilități, migranților, tinerilor NEET.
- **Digitalizarea culturii și educației nonformale:** Dezvoltarea de competențe pentru personal și voluntari în domeniul promovării digitale, a arhivelor online, a instrumentelor de creație digitală accesibile.
- **Patrimoniu cultural imaterial și identitate locală:** Schimburi de bune practici privind promovarea folclorului, meșteșugurilor și istoriei locale pentru publicul tânăr.

Erasmus+ va rămâne un instrument strategic important, dar utilizat mult mai selectiv și inteligent. Scopul nu va mai fi doar accesarea de fonduri, ci valorificarea acestor fonduri pentru a transforma și consolida în mod durabil programele instituției. Prin această abordare, cooperarea

europăeană va deveni un adevărat motor de inovație și profesionalizare pentru Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale”, contribuind la atingerea obiectivelor sale fundamentale într-un cadru european.

VI Festivalul de Creație Literară „Ion Stratan”

În perioada 2026–2030, Tabăra de Creație Literară „Ion Stratan” își consolidează poziția ca eveniment literar de referință națională, într-o formulă extinsă, care combină tradiția cu o serie de inovații strategice. Construit pe succesul și prestigiul acumulat în primii cinci ani, proiectul se transformă dintr-o tabără cu ateliere într-un festival-scurtă-durata cu rezonanță editorială și premii literare. Obiectivul general rămâne promovarea poeziei contemporane, descoperirea tinerilor talente și punerea în valoare a operei poetului Ion Stratan, dar se adaugă o dimensiune de recunoaștere publică a excelenței literare și o amplificare a impactului educațional.

1. Reconfigurarea ca „Festival – Tabără de Creație” (începând cu ediția a VI-a din 2026):

•Extinderea duratei și a programului: Evenimentul se va desfășura pe o perioadă de 4-5 zile, transformându-se dintr-un workshop intensiv într-un mic festival literar. Programul va include, pe lângă atelierele tradiționale de creație rezervate poezilor selecționați, și activități publice deschise:

- Lecturi publice ale poezilor invitați într-un spațiu central al orașului.
- Dezbateri tematice despre tendințele poeziei contemporane, rolul poeziei în societate etc.
- Ateliere de introducere în scriere creativă pentru elevi și studenți.
- Lansarea publică a volumului colectiv rezultat din tabăra precedentă.

2. Consolidarea și instituționalizarea premiilor literare: Premiul „Opera Magna – Ion Stratan” (instituit în 2025) devine piatra de temelie a festivalului. Acesta va fi acordat anual unui poet consacrat, cu o operație semnificativă, propusă de un juriu format din critici literari și scriitori recunoscuți. Premiul va consta într-un trofeu simbolic, un discurs laudativ și promovarea operei câștigătoare în cadrul festivalului și în revista „Atitudini”.

3. Amplificarea parteneriatelor și rețelei naționale:

- Parteneriatul strategic cu Uniunea Scriitorilor din România se va consolida, extinzându-se la alte filiale regionale (ex: Cluj, Timișoara, Craiova) pentru o reprezentare națională cât mai largă.

➤ Se vor dezvolta acorduri de colaborare cu alte festivaluri literare similare din țară (ex: Festivalul de la Sighișoara, Festivalul „Lucian Blaga” din Sebeș) pentru schimb de participanți și experiență.

4. Extinderea impactului editorial și educațional:

➤ Publicarea volumului colectiv anual rămâne un obiectiv central. Acesta va deveni mai vizibil, cu un design editorial îmbunătățit și o distribuire mai agresivă în biblioteci universitare și librării de specialitate.

➤ Integrarea profundă a componentelor educaționale:

➤ Program de mentorat pre-tabără: Poeții seniori vor putea să îndrume, online, pe câțiva dintre tinerii poeți participanți înainte de eveniment.

➤ Întâlniri în școli extinse: În perioada festivalului, poeții vor susține întâlniri nu doar în licee, ci și în școli gimnaziale partenere, pentru a stimula interesul și de la o vârstă mai fragedă.

5. Strategie de promovare și vizibilitate extinsă:

➤ Evenimentul va beneficia de o campanie de promovare integrată, folosindu-se de rețeaua USR, a partenerilor media și a canalelor digitale ale Casei de Cultură.

➤ Se va încerca transmiterea online a unor momente cheie (premierea, o lectură publică) pentru a crește audiența virtuală.

➤ Festivalul va deveni un element esențial în narațiunea culturală a orașului Ploiești, fiind promovat ca unul dintre pilonii sezonului cultural toamna.

6. Obiective specifice pentru 2026–2030:

➤ Organizarea a **6** ediții consecutive ale Festivalului – Taberei de Creație Literară „Ion Stratan”.

➤ Atragerea unui număr mediu de 8-10 poeți invitați pe ediție, provenind din cel puțin 6 regiuni diferite ale țării.

➤ Publicarea 6 volume colective noi.

➤ Acordarea regulată a Premiului „Opera Magna”.

➤ Creșterea numărului de participanți indirecti (elevi, public la evenimente deschise) la peste 400 pe ediție până în 2030.

➤ Consolidarea festivalului ca eveniment care aduce vizitatori în oraș, contribuind la turismul cultural local.

Tabăra de Creație Literară „Ion Stratan” se transformă, în acești cinci ani, într-un punct culminant al calendarului cultural național. Prin extinderea sa la dimensiunea de festival, prin instituționalizarea premiilor și prin adâncirea impactului educațional, ea nu doar că menține tradiția de excelență, ci o amplifică considerabil. Proiectul devine astfel un magnet pentru talentul literar românesc, un laborator educațional pentru generațiile tinere și o sursă de prestigiu atât pentru orașul Ploiești, cât și pentru Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale”. Evoluția sa demonstrează că o inițiativă culturală locală, gestionată strategic, poate câștiga o relevanță națională semnificativă.

VII. Concursul de Artă Plastică „Ploiești, orașul meu, oraș european”

Concursul de Artă Plastică „Ploiești, orașul meu, oraș european” s-a impus deja ca un reper anual al vieții artistice ploieștene, promovând tinerii talente și valorificând patrimoniul vizual al orașului. În perioada 2026–2030, concursul va evolua de la o simplă competiție artistică către un program integrat, cu impact educațional și comunitar extins, incluzând o componentă editorială și o dimensiune festivă consolidată.

Se înființează Festivalul de Benzi Desenate „Ploieștiul Grafic”, o secțiune nouă, dedicată artei secvențiale, deschisă atât elevilor, cât și creatorilor independenți.

Se editarea volumului anual „Istoria ploieștene în benzi desenate”, o istorie în benzi desenate despre orașul Ploiești.

Strategia:

1. Transformarea în program anual integrat:
2. Extinderea tematicii și a parteneriatelor.
3. Consolidarea componentei educaționale:

➤ Înainte de concurs, se vor organiza ateliere de pregătire și mentoring pentru elevi, susținute de artiști plastici și desenatori locali.

➤ Se vor introduce premii speciale pentru abordări inovatoare (ex: tehnici mixte, arte digitale, reciclare artistică).

4. Creșterea vizibilității și a impactului comunitar:

➤ Expoziția finală va fi un eveniment amplu, desfășurat într-un spațiu public emblematic (ex: Parcul Municipal Vest, Halelor Centrale), completat de tururi ghidate pentru școli și prezentări live ale artiștilor.

➤ Volumul anual „Istorie ploieștene” va fi distribuit gratuit în școli, biblioteci și centre culturale.

Obiective specifice:

➤ Lansarea primei ediții a Festivalului de Benzi Desenate „Ploieștiul Grafic” și a volumului inaugural „Istorie ploieștene” (format hârtie).

➤ Organizarea unui simpozion educațional pentru profesori, cu tema „Cum predăm arta urbană?”. Lansarea unei platforme online cu arhiva digitală a tuturor lucrărilor premiate (2021–2029).

➤ 2030: Publicarea volumului integral „Istorie ploieștene”.

➤ Consolidarea programului ca eveniment cultural major al orașului. Evaluarea impactului prin studii de public și sondaje de satisfacție. Pregătirea pentru extinderea la nivel regional („Concursul de Artă Plastică al Județului Prahova”).

Impactul așteptat (2026–2030):

➤ Creșterea numărului de participanți de la 100–150 la 200–250 anual.

➤ Formarea unei comunități stabile de tineri creatori implicați în viața artistică locală.

➤ Consolidarea imaginii Ploieștiului ca oraș care investește în educația artistică și în patrimoniul vizual.

➤ Crearea unei arhive artistice unice (format fizic și digital) care să documenteze evoluția percepției asupra orașului.

➤ Atragerea de noi publicuri (împreună cu Festivalul de Benzi Desenate) și stimularea dialogului intergenerațional.

În perioada 2026–2030, Concursul de Artă Plastică „Ploiești, orașul meu, oraș european” va deveni un program cultural complet, care nu doar premiază excelența artistică, ci și educă, conectează și documentează spiritul vizual al orașului. Prin integrarea benzilor desenate, prin editarea de volume anuale și prin extinderea în comunitate, acesta va consolida poziția Casei de Cultură „Ion Luca

Caragiale” ca institutie centrală a artei vizuale ploieștene și va oferi tinerilor un spațiu de expresie și recunoaștere durabilă.

VIII. Program cultural-educativ pentru seniori „Clubul Seniori” (2026–2030)

Programul va fi construit treptat, pornind de la activități de bază și extinzându-se anual prin diversificarea ofertei, creșterea numărului de participanți și stabilirea de parteneriate solide. Dezvoltarea se va concentra pe trei dimensiuni: consolidarea activităților culturale, extinderea componentelor educaționale și terapeutice, și creșterea impactului comunitar.

Componente de dezvoltare progresivă:

1. Faza de inițiere (primii 2 ani): Concentrare pe activități de socializare și expresie artistică ușoară - canto comun, ateliere de meșteșuguri tradiționale, seri de romanțe și muzică.
2. Faza de diversificare (ani 3-4): Introducerea unor activități structurate - club de lectură, teatru de lectură, ateliere de scriere creativă, activități intergeneraționale regulate.
3. Faza de consolidare (ultimii 2 ani): Implementarea componentelor educaționale (tehnologie de bază, sănătate) și terapeutice (artă-terapie, muzică-terapie), crearea unui spațiu dedicat.

Elemente de expansiune anuala:

- Creșterea treptată a frecvenței activităților de la 1-2 la 3-4 pe săptămână
- Extinderea tematicilor abordate în ateliere
- Creșterea numărului de participanți de la un grup nucleu la o comunitate extinsă
- Dezvoltarea rețelei de parteneriate cu instituții locale
- Îmbunătățirea condițiilor și resurselor disponibile

Programul va trece de la o inițiativă pilot la un serviciu cultural-educativ stabil pentru seniori, integrat în oferta instituțională și recunoscut ca resursă valoroasă pentru comunitatea ploieșteană.

IX. Program incluziv pentru persoane cu dizabilități „Arta Incluziunii” (2026–2030)

Programul „Arta Incluziunii” va dezvolta un spațiu integrat, cu activități creative și educative adaptate persoanelor cu diverse tipuri de dizabilități. Vom prioritiza folosirea resurselor existente și parteneriatele solide cu asociațiile de specialitate, pentru a asigura sustenabilitate și impact real în comunitate.

Componente structurale ale programului:

1. Ateliere creative regulate:
 - Arte vizuale adaptate: pictură, modelaj, colaj cu materiale diverse
 - Muzică și explorare sonoră: cântat comun, percuție, recunoașterea instrumentelor
 - Arte senzoriale: activități tactile, olfactive și vizuale de stimulare
2. Evenimente anuale incluzive:
 - Spectacole co-creative: producții artistice realizate împreună cu artiști locali
 - Expoziții tematice: prezentare publică a creațiilor realizate în ateliere

Metodologie de lucru:

- Grupuri structurate pe tipuri de activități și nevoi specifice
- Prezența specialiștilor/asistenților
- Adaptarea activităților la capacitatea și ritmul fiecărui participant

Dezvoltare program:

- Anii 2026-2027: Implementarea atelierelor lunare și stabilirea grupului-pilot
- Anii 2028-2029: Organizarea primelor evenimente ca rezultat al acestor ateliere
- Anii 2030-2030: Consolidarea programului ca reper în oferta culturală locală incluzivă

Impact:

- Oferirea unui cadru stabil de activități pentru 40-50 de persoane cu dizabilități
- Organizarea a 2-3 evenimente anuale incluzive cu participare publică
- Creșterea gradului de recunoaștere socială a capacităților creative ale persoanelor cu dizabilități
- Constituirea unei colecții de lucrări realizate în cadrul programului

Programul „Arta Incluziunii” va valorifica potențialul creativ al persoanelor cu dizabilități, transformând Casa de Cultură într-un spațiu autentic de incluziune prin artă și educație. Prin activități adaptate și evenimente publice, vom contribui la schimbarea percepției comunității și la promovarea drepturilor culturale ale tuturor cetățenilor.

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

management.

Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești desfășoară o serie de activități, manifestări și evenimente ocazionale, menite să susțină misiunea instituției în societate, să promoveze cultura locală și națională, precum și dezvoltarea profesională și educativă a publicului. Activitățile instituției includ colaborări cu alte instituții de profil din Ploiești, din țară și din străinătate, participări la proiecte culturale internaționale, organizarea de cursuri de formare profesională pentru personalul propriu și pentru alte entități interesate, precum și implicarea în evenimente educative și culturale dedicate copiilor și elevilor.

Printre principalele activități desfășurate și planificate se numără:

- Colaborarea cu instituții culturale locale, naționale și internaționale pentru realizarea de proiecte comune, schimburi de experiență și evenimente artistice.
- Organizarea de cursuri și workshop-uri de formare profesională în domenii diverse, inclusiv arte spectacolului, management cultural, resurse umane, contabilitate și achiziții publice, consiliere etică și control managerial intern.
- Participarea la concursuri și evenimente educative în țară, de tipul concursurilor pentru copii și elevi, precum competiții de artă plastică, creație literară, recitare și dans.
- Alte activități culturale și educative organizate la solicitarea Primăriei Municipiului Ploiești și a Consiliului Local Ploiești, inclusiv expoziții, spectacole, manifestări comemorative sau sociale, precum și proiecte dedicate comunității locale.

Pentru anul 2025, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” și-a propus să continue și să extindă aceste activități, adaptându-le la nevoile comunității și prioritățile municipiului, cu accent pe:

- Intensificarea colaborărilor cu instituții culturale din străinătate și participarea la proiecte internaționale, inclusiv mobilități și schimburi de bune practici.
- Organizarea de cursuri de perfecționare profesională pentru personalul instituției, inclusiv prin programe Erasmus și programe derulate în colaborare cu Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală.
- Dezvoltarea de programe educative și artistice pentru tineri și copii, incluzând concursuri, ateliere de creație și spectacole tematice.

•Sprijinirea și punerea la dispoziție a spațiilor Casei de Cultură pentru organizații și grupuri culturale sau sociale care solicită desfășurarea de activități conform obiectivelor instituției.

Prin aceste activități, Casa de Cultură își consolidează rolul de instituție culturală de referință în municipiu, contribuind la dezvoltarea educativ-culturală a comunității și la creșterea vizibilității instituției pe plan local, național și internațional.

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.

1. Proiectul de buget de venituri și cheltuieli pe perioada managementului este prezentat în Anexa 2

2. Numărul estimat al beneficiarilor pentru perioada managementului:

În perioada 2021 –2025, numărul de beneficiari a crescut cu un procent de creștere progresiv în fiecare an, urmărind o creștere sensibilă, și datorită numărului mare de proiecte culturale. În anul 2026 propun o creștere a numărului de beneficiari după cum urmează:

- direcți 8400

- indirecti 17500

3. Programul minimal estimat pentru perioada de management aprobată este prezentat în Anexa 3

Concluzii

Proiectul de management pentru perioada 2026–2030 al Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești reprezintă o sinteză matură a experienței manageriale, a analizei riguroase a contextului socio-cultural și a unei viziuni realiste privind dezvoltarea durabilă a instituției. Documentul propune un model de conducere culturală echilibrat, orientat spre eficiență, stabilitate și relevanță comunitară, având la bază principiile bunei guvernante, ale transparenței și ale responsabilității față de resursele publice.

Strategia managerială pentru intervalul 2026–2030 este construită pe continuitatea programelor culturale validate de public și de parteneri, pe consolidarea identității instituționale și pe adaptarea permanentă la dinamica socială, educațională și economică a municipiului Ploiești. Proiectul valorifică în mod coerent rezultatele obținute în perioada anterioară, demonstrând că instituția a evoluat de la un rol preponderent organizatoric la unul de coordonator cultural, generator de rețele, inițiator de proiecte educaționale și promotor activ al incluziunii sociale.

Într-un context marcat de constrângeri bugetare, competiție culturală crescută și schimbări profunde în comportamentul de consum cultural, proiectul propune o abordare pragmatică, bazată pe optimizarea resurselor existente, pe dezvoltarea parteneriatelor interinstituționale și pe atragerea de surse alternative de finanțare. Accentul se mută de la expansiunea cantitativă la consolidarea calitativă a actului cultural, de la evenimentul izolat la programul coerent și de la publicul spectator la publicul participant.

Un element central al proiectului îl constituie orientarea constantă către comunitate. Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” este definită, în viziunea managerială propusă, ca un spațiu deschis, accesibil și incluziv, în care cultura devine instrument de educație, coeziune socială și dezvoltare personală. Programele dedicate copiilor, tinerilor, seniorilor și persoanelor cu dizabilități nu sunt tratate ca inițiative punctuale, ci ca direcții strategice permanente, integrate într-o politică culturală coerentă și responsabilă.

Totodată, proiectul reafirmă rolul instituției în promovarea patrimoniului cultural local și național, prin menținerea și dezvoltarea festivalurilor de tradiție, a taberelor de creație, a activităților

editoriale și a formațiilor artistice. Acestea constituie elemente de identitate culturală pentru municipiul Ploiești și contribuie la consolidarea imaginii orașului în plan regional și național. Prin continuitate, profesionalism și adaptare, aceste programe vor rămâne repere stabile în viața culturală a comunității.

Dimensiunea managerială a proiectului este susținută de o viziune clară asupra organizării interne, a utilizării delegării ca instrument de eficientizare a procesului decizional și a dezvoltării resursei umane. Investiția în competențele personalului, în formarea profesională continuă și în responsabilizarea echipei reprezintă garanții ale stabilității și performanței instituționale pe termen lung.

Prin implementarea acestui proiect de management, Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești își propune să își consolideze poziția de reper cultural local și regional, să își îndeplinească misiunea publică în mod eficient și să răspundă așteptărilor comunității într-un mod profesionist și adaptat realităților contemporane.

Anexa 1

Nr. crt.	Programul/ Proiectul	Devizul estimat	Devizul realizat	Observatii, comentarii, concluzii
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Ziua Culturii Nationale, "Ca un luceafar am trecut prin lume", "Aproape de Eminescu", Aproape de Caragiale, Caravana Poeziei, Program Cultural Nichita Stanescu, Tg de carte Ploiestiul citeste, editare carte, catalog, Festivalul I.L. Caragiale, Concurs de poezie Iulia Hasdeu, Concurs de teatru amator	34050	31824,10	Programe literare și aniversare culturale: Program de anvergură care a consolidat identitatea culturală a orașului și a valorificat patrimoniul literar național. Resursele au fost utilizate eficient, cu economii realizate fără diminuarea calității. Pentru viitor, se recomandă consolidarea impactului educațional și creșterea vizibilității prin parteneriate și dezvoltarea componentelor editoriale.
2	Ploiestiul in culoare si imagine: Brancusi, aproape de infinit, "Ploiesti, orasul meu, oras european, Workshopuri, traininguri, serbarea zilelor tineretului, Concurs de film de scurt metraj si fotografie ptr tineri	13000	5746	Proiect orientat spre tineri, realizat cu un nivel redus de cheltuieli față de estimare, ceea ce reflectă o bună capacitate de adaptare și optimizare. Impactul obținut depășește nivelul investiției. Proiectul oferă premise solide pentru extindere și re poziționare ca program de referință în zona artelor vizuale și industriilor creative.
3	Proiect educational "ATELIERELE DE PASTE" Targ de arta stradala de Florii	11200	11108	Proiect bine integrat în viața comunității, cu vizibilitate publică ridicată și cheltuieli controlate. A demonstrat capacitatea instituției de a genera evenimente atractive cu raport favorabil cost–impact. Formatul poate fi consolidat ca eveniment anual de referință.
	Activitati Grup Vocal Folcloric "Prahova" si Ansamblul Folcloric "Prahova". Pregatirea si participarea			Program emblematic pentru promovarea identității culturale locale, cu impact național și internațional. Nivelul alocărilor reflectă

4	ansamblului "PH" si grupului vocal "PH" la diferite manif in Ploiesti, in tara si strainatate Tabara cantonament Ansamblul Folcloric PH, Gala dansului si cantecului popular, E vremea colindelor, Cununa de cantec romanesc	65000	60889	corect amploarea și importanța activităților. Activitățile au asigurat continuitatea și performanța artistică, fiind recomandată consolidarea investițiilor pentru creșterea competitivității și vizibilității externe.
5	Pregatirea si participarea coralei Paul Constantinescu la diferite manifestari artistice in tara si strainatate Organizarea unor manifestari de gen in mun Ploiesti	2800	2788	Activitate realizată cu costuri minime raportate la impact artistic. Resursele au fost utilizate eficient, menținând un nivel constant al calității. Există potențial de dezvoltare prin creșterea participării la evenimente de anvergură.
6	ZILELE ORASULUI PLOIESTI workshop handmade Atelierele de creatie plastica Tg de carte"Ploiestiiul citeste", Spectacol si ateliere ptr "Ziua copilului"	7000	6968	Evenimente cu impact comunitar major, care au consolidat rolul instituției în viața culturală a orașului. Bugetul a fost utilizat aproape integral, reflectând o planificare realistă și o bună capacitate de implementare. Se recomandă creșterea componentei artistice și educaționale.
7	Activitate grup muzical folk "Chitara Prahovei"	16000	15934	Manifestările susținute au înregistrat un succes deosebit la public, confirmat de interesul constant și de solicitările primite din partea unor instituții și entități private pentru susținerea de spectacole, ceea ce reflectă atractivitatea și notorietatea ridicată a programului, precum și recunoașterea valorii sale artistice.
				Program de importanță strategică pentru viața literară locală, cu buget care a permis dezvoltarea activităților editoriale și creative. A contribuit la consolidarea profilului intelectual al instituției și la

8	PROGRAMUL CULTURAL "ATITUDINI" (cenaclul, revista, serata) Gala Atitudini, editare carti, Antologia cenaclului Atitudini, excursii culturale, etc	100000	100000	<p>creșterea vizibilității acesteia în mediile literare și culturale.</p> <p>Revista și publicațiile realizate în cadrul programului sunt recunoscute și apreciate în mediul profesional, inclusiv la nivelul Uniunii Scriitorilor din România, fiind integrate în circuitul editorial național și beneficiind de înregistrare ISBN, ceea ce conferă legitimitate, vizibilitate și valoare de referință demersului editorial. Pentru viitor, se recomandă o orientare mai clară spre impact, vizibilitate și criterii de performanță.</p>
9	TABARA INTERNAȚIONALĂ DE CREATIE PLASTICĂ "DAN PLATON"	45500	44820	<p>Proiect cu valoare artistică și deschidere internațională, realizat cu o bună corelare între estimare și execuție. Reflectă o planificare riguroasă și reprezintă un vector important de imagine pentru instituție. Tabăra se desfășoară anual și reunește artiști plastici consacrați, din țară și din străinătate, care realizează lucrări inspirate din patrimoniul arhitectural, urban și cultural al municipiului Ploiești, ilustrând clădiri, parcuri, monumente și repere emblematiche ale orașului. Lucrările rezultate sunt expuse public și contribuie la constituirea și dezvoltarea unei pinacoteci a orașului Ploiești, cu rol important în promovarea identității culturale locale și în creșterea patrimoniului artistic al comunității.</p>
				<p>Program educațional cu impact comunitar, realizat cu economii semnificative. Diferența bugetară indică eficientizarea cheltuielilor și</p>

10	UNIVERSITATEA POPULARA "DIMITRIE GUSTI"	15000	12000	<p>crează premise pentru extinderea ofertei educaționale și creșterea atractivității pentru publicul adult. Totodată, programul se adresează și tinerilor, elevilor și studenților din unitățile de învățământ, prin activități educaționale complementare sistemului formal, desfășurate cu un buget redus, dar cu valoare formativă ridicată. Acestea includ programe speciale pentru „Școala altfel”, prevenirea delincvenței juvenile, educație sanitară, educație juridică și drepturile omului, precum și activități de orientare școlară și profesională. Prin această abordare, Universitatea Populară contribuie activ la dezvoltarea competențelor de viață, la creșterea gradului de informare și la formarea unei conduite civice responsabile în rândul tinerilor.</p>
11	TABARA DE SCULPTURA MONUMENTALA CONTEMPORANĂ PLOIESTI	-	-	<p>Proiect strategic neimplementat în perioada analizată, ceea ce evidențiază necesitatea unei reevaluări a priorităților și identificarea unor surse alternative de finanțare. Cu toate acestea, proiectul reprezintă în continuare o oportunitate importantă pentru dezvoltarea cultural-urbană, având în vedere că lucrările monumentale realizate și păstrate în patrimoniul municipalității, Parcul Municipal Vest, constituie un veritabil muzeu de artă monumentală la dispoziția comunității.</p>
				<p>Festivalul se remarcă prin identitate clară și impact cultural și emoțional deosebit. Cheltuielile au fost dimensionate corect,</p>

12	FESTIVALUL CASTANILOR - IN MEMORIAM GABI DOBRE concurs de muzica folk	67100	66970,60	susținând consolidarea evenimentului ca reper important în zona muzicii folk și contribuind la descoperirea și promovarea tinerilor pasionați de acest gen. Această activitate reprezintă un brand național, aflat la cea de-a 25-a ediție, continuând să inspire și să conecteze comunitatea iubitorilor de muzică folk.
13	TABARA DE CREATIE LITERARA „ION STRATAN”	23400	18232,97	Proiectul, aflat la a 5-a ediție, a fost realizat cu economii semnificative, demonstrând o bună optimizare a resurselor. Tabăra reunește tineri poeți din mai multe zone ale țării, iar diferența de buget creată permite extinderea activităților și creșterea atractivității evenimentului pentru publicul tânăr și specializat, consolidând astfel impactul cultural și valoric al acestei inițiative.
14	ATELIERELE LUI MOS CRACIUN	12000	11943	Proiectul se adresează elevilor de gimnaziu, care, sub îndrumarea unor specialiști în handmade, își dezvoltă creativitatea realizând propriile creații. Evenimentul are adresabilitate largă și un impact pozitiv asupra comunității, iar bugetul a fost utilizat eficient. Formatul propus poate fi consolidat ca un program anual dedicat tinerilor și familiilor, contribuind la promovarea educației creative și a implicării comunitare.
15	Cercuri/cursuri- pictura /Handmade /robotica/ sah/ codare / dans popular /chitara /oratorie	53800	53136	Program structural esențial, cu impact educațional major și adresabilitate diversă. Cheltuielile sunt corect corelate cu volumul activităților. Reprezintă un pilon strategic al

				ofertei educaționale și justifică dezvoltarea prioritară.
16	Festivalul anual dedicat persoanelor cu dizabilitati din Ploiesti "Noi impreuna"	45500	45441	Proiectul, aflat la cea de-a 3-a ediție, este un eveniment de incluziune socială unic la nivel național, care aduce împreună persoane cu diverse dizabilități din mai multe colțuri ale țării. Pe parcursul celor două zile de festival, participanții se implică activ în activități culturale și artistice, generând un impact major și vizibilitate pozitivă pentru instituție. Resursele au fost utilizate eficient, consolidând rolul instituției în promovarea accesului egal la cultură și în crearea unui mediu incluziv pentru toți membrii comunității.
17	COMEMORARI , OMAGIERI	1500	480	Activități realizate cu costuri minime și impact simbolic important. Demonstrează capacitatea de a valorifica resurse reduse pentru menținerea memoriei culturale locale.
18	Activitati in domeniul tineretului, Proiecte Erasmus, Actiunea Cheie 1 si Actiunea Cheie 2, workshopuri, training-uri, Ziua nationala si internationala a tineretului, seminarii, ateliere de formare, prelegeri/dezbateri, campanii de constientizare, Activitati comune cu structurile asociative de tineret din Ploiesti si din tara	15250	13908,01	Proiect cu potențial strategic ridicat, orientat spre internaționalizare și dezvoltarea competențelor tinerilor. Economii realizate indică o implementare prudentă, iar pentru viitor se recomandă extinderea volumului de activități și atragerea de finanțări externe.
19	Targ de Craciun	10000	8511	Eveniment cu impact comunitar semnificativ și vizibilitate publică ridicată, desfășurat pe parcursul întregii luni decembrie. Proiectul cuprinde spectacole, șezători și activități care promovează tradițiile de iarnă, oferind o

				experiență culturală completă pentru întreaga comunitate. Cheltuielile au fost sub nivelul estimat, reflectând eficientizarea resurselor și oferind posibilitatea dezvoltării calității artistice și a diversității programului în edițiile viitoare.
20	Festivalul Național de folclor "E vremea Colindelor"	10000	9922	Eveniment de tradiție, cu valoare identitară și impact cultural major, care contribuie la păstrarea și promovarea obiceiurilor și tradițiilor de iarnă. Spectacolul reunește artiști din diverse zone etnografice ale țării, susținând programe artistice ce includ colinde, datini și obiceiuri specifice sărbătorilor de iarnă. Bugetul a fost utilizat eficient, consolidând poziția festivalului în calendarul cultural național și asigurând continuitatea acestei manifestări ca reper important al patrimoniului cultural românesc.
21	Festival -Concurs Național de muzică populară "Cunună de Cântec Românesc"	29900	29864	Proiect de referință pentru promovarea folclorului autentic și descoperirea tinerilor interpreți de muzică tradițională, oferindu-le oportunități de afirmare artistică. Evenimentul, aflat la cea de-a VIII-a ediție, reunește muzică și costume populare din diverse zone etnografice, stimulând interesul publicului pentru tradițiile românești și reprezentând un instrument important pentru consolidarea imaginii instituției, justificând astfel menținerea și dezvoltarea sa.
	Diferite alte manifestări culturale și activități educaționale organizate pe plan național și internațional, alte			Capitol bugetar care a asigurat flexibilitate și capacitate de reacție la oportunități culturale. Diferența între estimat și realizat reflectă o

22	cheltuieli cu bunuri și servicii ivite pe parcursul anului care pot fi organizate independent de către Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale” sau în colaborare cu alte instituții din țară și străinătate.	109750	75125,34	priorizare responsabilă și o orientare constantă spre eficiență și impact.
----	---	--------	----------	--

Anexa 2

JUDEȚUL: PRAHOVA				
Unitatea administrativ - teritorială : MUNICIPIUL PLOIESTI				
Instituția publică: CASA DE CULTURA "I.L. CARAGIALE"				
PROPUNERI B U G E T				
PE TITLURI DE CHELTUIELI, ARTICOLE ȘI ALINEATE, PE ANUL 2026				
				mii lei
DENUMIREA INDICATORILOR	Cod indicator	BUGET 2025	EEXECUTIE 31.12.2025	PROPUNERI BUGET 2026
Venituri proprii	33.17.00	75.00	32.96	40.00
Donatii si sponsorizari	37.01.00	10.00	10.00	0.00
Subventii pentru institutii publice	43.09.00	#####	#####	3.027.40
Subventii pentru sectiunea de dezvoltare	43.19.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL VENITURI - din care:		#####	#####	#####
Veniturile sectiunii de functionare		#####	#####	3.067.40
Veniturile sectiunii de dezvoltare		0.00	0.00	0.00
TOTAL CHELTUIELI (SECTIUNEA DE FUNCTIONARE+SECTIUNEA DE DEZVOLTARE)		#####	#####	3.067.40
SECTIUNEA DE FUNCTIONARE (cod		#####	#####	3.067.40
CHELTUIELI CURENTE (cod 10+20+30+40+50+501	10.01	#####	#####	3.067.40
TITLUL I CHELTUIELI DE PERSONAL (cod 10.01	10.01	#####	#####	1.750.00
Cheltuieli salariale in bani (cod 10.01.01 la 10.01.01.01)	10.01.01	#####	#####	1.696.00
Salarii de baza	10.01.01	1.540.00	1.479.80	1.613.00
Spor conditii vatamatoare	10.01.05	9.50	8.35	18.00
Indemnizatie de hrana	10.01.17	53.00	50.30	65.00
Cheltuieli salariale in natura (cod 10.02.01 la 10.02.01.01)	10.02	8.00	8.00	12.00
Tichete de vacanta	10.02.06	8.00	8.00	12.00
Contributii (cod 10.03.01 la 10.03.06)	10.03	36.00	32.73	42.00
Contributie asiguratorie de munca	10.03.07	36.00	32.73	42.00
TITLUL II BUNURI SI SERVICII (cod 20.01 la	20	910.40	712.59	1.317.40
Bunuri si servicii (cod 20.01.01 la 20.01.09+20.01.01)	20.01	820.60	643.46	1.203.50
Furnituri de birou	20.01.01	5.50	5.50	7.50
Materiale pentru curatenie	20.01.02	3.00	3.00	3.70
Incalzit, iluminat si forta motrica	20.01.03	95.00	86.41	135.00
Apa, canal si salubritate	20.01.04	1.50	0.46	1.30
Carburanti si lubrifianti	20.01.05	4.00	3.76	8.00
Piese de schimb	20.01.06	0.00	0.00	0.00
Transport	20.01.07	26.50	17.46	26.00
Posta, telecomunicatii, radio, tv, internet	20.01.08	11.60	9.84	14.00
Materiale si prestari de servicii cu caracter functional	20.01.09	616.55	479.42	918.00
Alte bunuri si servicii pentru intretinere si functionare	20.01.30	56.95	37.61	90.00
Reparatii curente	20.02	0.00	0.00	0.00
Hrana (cod 20.03.01+20.03.02)	20.03	0.00	0.00	0.00
Hrana pentru oameni	20.03.01			
Hrana pentru animale	20.03.02			
Medicamente si materiale sanitare (cod 20.04.01	20.04	0.00	0.00	0.00

Bunuri de natura obiectelor de inventar (cod 20.05)	20.05	0.00	0.00	10.50
Uniforme si echipament	20.05.01			
Lenjerie si accesorii de pat	20.05.03			
Alte obiecte de inventar	20.05.30	0.00	0.00	10.50
Deplasari, detasari, transferari (cod 20.06.01+20.06.02)	20.06	0.00	0.00	0.00
Deplasari interne, detașări, transferări	20.06.01	0.00	0.00	0.00
Deplasari în străinătate	20.06.02	0.00	0.00	0.00
Materiale de laborator	20.09			
Cercetare-dezvoltare	20.10			
Carti, publicatii si materiale documentare	20.11	12.00	11.79	15.00
Consultanta si expertiza	20.12	38.10	33.90	34.20
Preșare profesionala	20.13	0.00	0.00	1.50
Protectia muncii	20.14	8.10	4.69	8.30
Alte cheltuieli (cod 20.30.01 la 20.30.04+20.30.06)	20.30	31.60	18.75	44.40
Reclama si publicitate	20.30.01	20.00	8.17	24.40
Protocol si reprezentare	20.30.02	7.50	6.59	1.00
Prime de asigurare non-viata	20.30.03	0.90	0.84	1.50
Chirii	20.30.04	0.00	0.00	12.50
Prestari servicii pentru transmiterea drepturilor	20.30.06			
Fondul Presedintelui/Fondul conducatorului institutiei	20.30.07			
Executarea silita a creantelor bugetare	20.30.09			
Alte cheltuieli cu bunuri si servicii	20.30.30	3.20	3.15	5.00
SECȚIUNEA DE DEZVOLTARE (cod 51+55+56+70+84)		0.00	0.00	0.00
CHELTUIELI DE CAPITAL (cod 71+72+75)	70	0.00	0.00	0.00
TITLUL XII ACTIVE NEFINANCIARE (cod 71.01)	71	0.00	0.00	0.00
Active fixe (cod 71.01.01 la 71.01.03+71.01.30)	71.01	0.00	0.00	0.00
Mobilier, aparatura birotica, alte active corporale	71.01.03	0.00	0.00	0.00
Alte active fixe	71.01.30	0.00		0.00
Stocuri (cod 71.02.01)	71.02	0.00		0.00
Rezerve de stat și de mobilizare	71.02.01			

Anexa 3

Programul minimal estimat pentru perioada de management aprobată

NR. CRT	Programe și proiecte culturale	Perioada	Loc de desfășurare a manifestărilor	Propuneri buget proiecte 2026
0	1	2	3	4
1	Literatura prin proiecte și educație continuă 1.1. Ziua Culturii Naționale - evocarea poetului Mihai Eminescu- Concursul județean de recitări „Ca un Luceafăr am trecut prin lume” 1.2. Proiect educațional „Aproape de Eminescu”, participări la alte manifestări în țară, alte colaborări cu instituții și asociații de cultură 1.3. Proiect educațional „Aproape de Caragiale” 1.4. Ziua Națională a Lecturii 1.5. Proiect educațional „Lumea lui Creangă” 1.6. Ziua Internațională a Poeziei - „Caravana Poeziei” 1.7. Program cultural „Nichita Stănescu”- Festivalul Internațional de Poezie „Nichita Stănescu” (editare carte), Concursul județean de recitare „Sub aripa lui Nichita”, Concurs de debut literar 1.8. Proiect educațional „Aproape de Nichita” 1.9. Târg de carte „Ploieștiul citește”, Editare carte, catalog, Alte acțiuni culturale 1.10. Festivalul Național „I. L. Caragiale” - Concurs național de proză scurtă 1.11. Concurs național de teatru amator 1.12. Concursul Național de Poezie „Julia Hasdeu” 1.13. Excursii culturale	ianuarie- decembrie	Ploiești	40.000
2	Ploieștiul în culoare și imagine 2.1. Proiect educațional „Brâncuși aproape de infinit” 2.2. Concurs pictură - grafică „Ploiești, orașul meu, oraș european” 2.3. Artă Grafică și Bandă Desenată / „Istoriile ploieștene în benzi desenate 2.4. Concurs de Film de Scurt metraj și Fotografie pentru tineri 2.5. Alte activități/ ateliere/concursuri/workshop-uri corelate cu domeniul artelor creative: imagine/culoare/fotografie/pictură etc.	februarie- decembrie	Ploiești/ alte localități specifice activității	100.000
3	Proiect educațional Atelierele de Paște Târg de artă stradală de Florii	aprilie	Ploiești	10.000
4	Activitate Ansamblul Folcloric „Prahova” 4.1. Pregătirea și participarea Ansamblului și Grupului Vocal; „Prahova” la diferite manifestări în municipiul Ploiești, în țară și în străinătate; 4.2. Festival internațional de folclor/ Tabără-Ansamblul Folcloric Prahova; 4.3. Gala Dansului și Cântecului Popular Românesc;	pe tot parcursul anului	Ploiești sau alte localități din țară și din străinătate	60.000
5	Pregătirea și participarea Coralei Paul Constantinescu a Casei de Cultură „Ion Luca Caragiale” a Municipiului Ploiești la diferite manifestări artistice în țară și străinătate; Organizarea unor manifestări de gen în Municipiul Ploiești	pe tot parcursul anului	Ploiești sau alte localități din țară și din străinătate	8.000
6	Zilele Orașului Ploiești 1. Workshop handmade 2. Ateliere de creație Plastică 3. Targ de carte „Ploieștiul citește” 4. Spectacol Muzical tinere talente	pe tot parcursul anului	Ploiești	8.500
7	Activitate Grup muzică folk „Chitara Prahovei”& invitații săi	pe tot parcursul anului	Ploiești sau alte localități din țară	19.164
8	Programul cultural „ATITUDINI” (Cenaclul Atitudini, Revista Atitudini, Serata Atitudini) 1. Gala Atitudini; Spectacole de muzică și poezie, Participarea la ateliere; 2. Excursii culturale, Editare cărți: Antologia Cenaclului Atitudini 2024 și alte cărți. 3. Achiziție cărți 4. Concurs național de reviste școlare	ianuarie- decembrie	Ploiești	120.000

9	Tabăra Internațională de Creație Plastică „Dan Platon”	iunie	Ploiești sau alte localități din țară	50.000
10	Universitatea Populară „Dimitrie Gusti” (Organizarea de simpozioane, colocvii, prelegeri, conferințe etc.)	pe tot parcursul anului	Ploiești	16.650
11	Tabăra Internațională de Sculptură Monumentală PLOIEȘTI 2026		Ploiești	3.000
12	„Festivalul Castanilor” - Concurs național de interpretare a muzicii folk	octombrie/ noiembrie	Ploiești	65.000
13	Festivalul de Literatură „Ion Stratan” Tabără de creație și dialog poetic Workshopuri de scriere creativă Conferințe literare	octombrie	Ploiești	39.964
14	Atelierele lui Moș Crăciun	decembrie	Ploiești	21.943
15	Cercuri/ cursuri - Pictură și desen / Handmade/ Teatru-actorie / Șah/ Codare/ Robotica/Dans modern/ Dans popular/ Muzică (canto populară, folk, corală etc.) / Curs imprimare 3D, / Scriere creativa pentru copii/ Oratorie,etc.	pe tot parcursul anului	Ploiești	94.256
16	Festival anual dedicat persoanelor cu dizabilități din Ploiești „Noi Împreună” Ziua internațională a persoanelor cu dizabilitati -3 Decembrie	iunie decembrie	Ploiești	55.000
17	Comemorări, omagieri	pe tot parcursul anului	Ploiești	1.000
18	Activități în domeniul tineretului 18.1 Participare la proiecte Erasmus+, Acțiunea Cheie 1 și Acțiunea Cheie 2 18.2 Workshopuri, training-uri, Ziua Națională a Tineretului/Ziua Internațională a Tineretului, seminarii, ateliere de formare, prelegeri/dezbateri, campanii de conștientizare, educație civică, drepturile omului etc 18.3 Activități commune cu structurile asociative de tineret din Ploiești și din țară. 18.4. Activități artistice de/pentru tineret (muzică folk, dans contemporan, artă teatrală etc.) 18.5. Tinere talente	pe parcursul întregului an	Ploiești/ alte localități specifice activității	15.000
19	Târg de Crăciun	decembrie	Ploiești	18.511
20	Festivalul Național de folclor "E vremea Colindelor"	decembrie	Ploiești	29.922
21	Festival -Concurs Național de muzică populară "Cunună de Cântec Românesc"	mai - iunie	Ploiești	40.000
22	Program cultural-educativ pentru seniori – activități artistice, educaționale și recreative destinate persoanelor de vârstă a treia” curs de canto , teatru și handmade, activități pentru sanătate, percuție/ Festivalul de Romante, activitati Club seniori, etc	pe tot parcursul anului	Ploiești	35.000
23	Program destinat persoanelor cu dizabilități, intitulat „Arta Incluziunii – activități creative și educative pentru persoane cu dizabilități (handmade, creație artistică, canto/percuție și activități senzoriale, concursuri, spectacole)	pe tot parcursul anului	Ploiești	30.000
24	Diferite alte manifestări culturale și activități educaționale organizate pe plan național și internațional(spectacole pe plan local sau în străinătate, simpozioane, concerte, concursuri, expoziții, ateliere de lucru, excursii culturale, achiziționare de cărți, editare carte, susținerea elevilor și studenților talentați, Clubul femeilor moderne "Diana", Club Astrologie, Sf. Petru și Pavel etc), alte cheltuieli cu bunuri și servicii ivite pe parcursul anului care pot fi organizate independent de către Casa de Cultură „Ion Luca Caragiale" sau în colaborare cu alte instituții din țară și străinătate.	pe tot parcursul anului	Ploiești/ alte localități specifice activității	121.693
TOTAL BUGET ESTIMAT				1.002.603



Casa de Cultură
San Luca Caragiale
A Municipiului Ploiești



Primăria
Municipiului
Ploiești

și



Casa de Cultură
San Luca Caragiale
A Municipiului Ploiești

organizează

**ACTIVITĂȚI în cadrul
Programului cultural-educativ
pentru seniori –
activități artistice,
educaționale și recreative destinate
persoanelor de vârstă a treia**

**Relații și înscrieri:
secretariat@casadecultura.ro
0724.78.68.21**



Casa de Cultură
Ion Luca Caragiale
A Municipiului Ploiești



și



organizează

**CURSURI
În cadrul
Programului
„Arta Incluziunii”,
dedicat persoanelor
cu dizabilități**

**Relații și înscrieri:
secretariat@casadecultura.ro
0724.78.68.21**



Casa de Cultură
Ion Luca Caragiale
A Municipiului Ploiești



Primăria
Municipiului
Ploiești

LANSARE

voluM de benzi desenate



DORIN STĂNESCU

BOGDAN BUTURUGĂ

ȘTEFAN BUTURUGĂ

OCTAV UNGUREANU

ALEXANDRU CIUBOTARU

Istoriile Ploieștiului

ÎN BENZI DESENATE



Primăria
Municipiului
Ploiești

PLOIEȘTI 2025



30 Ianuarie
ora 11:30

•Sala Nichita Stănescu•
Biblioteca Județeană "Nicolae Iorga"
Ploiești