

RAPORT DE ACTIVITATE PRIVIND MANAGEMENTUL CASEI DE CULTURĂ A MUNICIPIULUI TIMIȘOARA

pentru perioada 01.01.2025-31.12.2025

Manager: Camelia Fetița

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

Raportul de activitate depus pentru evaluarea finală va face referire la activitățile, proiectele și programele derulate în perioada 01.01.2025-31.12.2025.

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

- A.** Evoluția instituției în raport cu mediul în care își desfășoară activitatea
- B.** Evoluția profesională a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia
- C.** Organizarea, funcționarea instituției și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare, pentru mai buna funcționare, după caz
- D.** Evoluția situației economico-financiare a instituției
- E.** Sinteza programelor și a planului de acțiune pentru îndeplinirea obligațiilor asumate prin proiectul de management
- F.** Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției, cu o estimare a resurselor financiare ce ar trebui alocate de către autoritate și a veniturilor instituției, ce pot fi atrase din alte surse

A.
EVOLUȚIA INSTITUȚIEI ÎN RAPORT CU MEDIUL
ÎN CARE ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITATEA

1.

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

Direcția propusă în prezentul mandat de management a fost de a contura un rol reprezentativ pentru CCMT în peisajul cultural timișorean, prin orientarea activității Casei de Cultură spre dezvoltarea câtorva direcții principale, descrise în detaliu la capitolul B.1.:

- a) Continuarea misiunii de educație culturală prin dezvoltarea programului EDUPOL
- b) Constituirea unei stagiuni a Casei de Cultură
- c) Promovarea folclorului autentic și a valorilor tradiționale
- d) Activarea comunitară în cartiere
- e) Susținerea artiștilor locali și sprijinirea activităților culturale de tip amator
- f) Adaptarea permanentă a Agendei culturale a orașului, în funcție de principalele obiective culturale durabile ale unui spațiu urban modern, cosmopolit

Dezvoltarea celor șase direcții principale enumerate mai sus depinde, în mod inevitabil, de identificarea și încheierea sau prelungirea, în 2025, a următoarelor parteneriate strategice:

a) Continuarea misiunii de educație culturală prin dezvoltarea programului EDUPOL și constituirea unei stagiuni a Casei de Cultură; promovarea producțiilor proprii ale Casei de Cultură

- Școala Gimnazială Nr. 24
- Școala Gimnazială Nr. 27
- Școala Gimnazială Nr. 30
- Școala Gimnazială Nr. 19 „Avram Iancu”
- Liceul Teoretic „William Shakespeare”
- Liceul Teoretic „Grigore Moisil”
- Liceul Teoretic Special „Iris”
- Liceul de Artă „Ion Vidu”
- Colegiul Național Bănățean
- Colegiul Național „C.D. Loga”
- Liceul Teoretic „Nikolaus Lenau”
- Asociația Editorilor din România
- Asociația Organizația Studenților Basarabeni din Timișoara
- Asociația Bastion-Várbástya
- Asociația „Generație Tânără România”
- Direcția de Asistență Socială a Municipiului Timișoara
- Asociația pentru Sprijinirea Copiilor
- Asociația „Teatru pentru Tine”
- Teatrul de Vest Reșița
- Asociația „Compania Culturală Constantin”, Drobeta-Turnu Severin
- Casa de Cultură „Traian Grozăvescu”, Lugoj
- Centar Narodne Umetnosti, Serbia

b) Promovarea folclorului autentic și a valorilor tradiționale bănățene, inclusiv pe cele ale minorităților din Banat

În misiunea sa de promovare a folclorului autentic – românesc și al minorităților etnice bănățene – CCMT colaborează cu numeroase instituții și structuri non-profit:

- Centrul de Cultură și Artă al Județului Timiș
- Asociația „Pusta Banatului”
- Asociația „Pro Datina”

- Ansamblul „Timișul Șăgean”
- Primăria Comunei Cenei, Ansamblul „Mlădițele Ceneiului”
- Casa de Cultură Giroc, Ansamblul „Ghiocelul”
- Primăria Dudeștii Vechi
- Asociația „Dacia Capta”
- Uniunea Sârbilor din România
- Societatea Makedon-Armână
- Asociația Comunitară pentru Banat
- Comunitatea Evreilor
- Forumul Democrat al Germanilor din Banat
- Uniunea Bulgară din Banat
- Uniunea Ucrainenilor din România (Filiala Timiș)
- Asociația Centrul de Resurse pentru Regenerare Urbană
- Comunitatea slovacă din Butin
- Asociația culturală „Belî Begrem”
- Asociația Banat Link
- Uniunea Armenilor din România – Sucursala Timișoara
- Comunitatea Cehă Timișoara
- Liceul „Bartók Béla”, Ansamblul folcloric „Eszterlanc”
- Asociația Culturală „Eszterlanc”
- Asociația Meșteșugarilor Romi

c) Activarea comunitară în cartiere

- Asociația „Cetățean de Traian”
- Școlile din cartiere, din „rețeaua” EDUPOL
- Ecoop Fabric
- Parohia „Pogorârea Sfântului Duh”, zona Dacia
- Parohia „Pogorârea Sfântului Duh”, zona Freidorf
- Parohia „Sfântul Arhidiacon Ștefan”, zona Calea Martirilor (Biserica Martirilor)

d) Susținerea artiștilor locali și sprijinirea activităților culturale de tip amator, în cadrul evenimentelor instituției (programul artistic, „căsuța creativă” și „căsuța faptelor bune”, la Târgul de Crăciun, Târgul de Paște și evenimentele din cartiere)

- Incubatorul de Artă
- Asociația „Carmina Dacica”
- Asociația „Primul Achord”
- Asociația „Artistul de mâine”
- Asociația „Anne, mica balerină”
- Asociația „Avram Iancu”
- Liceul Teoretic „Vlad Țepeș”
- British School Timișoara
- Liceul Wendy Kids
- Liceul Teoretic „Babel ”
- Liceul Waldorf
- Facultatea de Muzică și Teatru, Universitatea de Vest Timișoara
- Liga Studenților din Facultatea de Electronică și Telecomunicații
- Grupul de dans modern „Mini-Mini Reflex ”
- Grupul de dans „Alydance”
- Fodor Andreea Denisa Coregraf PFA
- SC Be Your Best Music SRL
- Grupul de dans „Active Dance Studio”
- Școala de dans Cromatik Art
- ACS Top Dance

- Grupul de dans „Tip-Top Club”
- Școala „Ramona Ghimpu”
- Grupul de dans „B Dance Squad”
- Corala „Harmonia Christi”
- MRB School
- ACDS Magnum VRD
- Școala de Muzică „Elias Meici” Timișoara
- Grupul de dans „Dinamic Dance”
- Trupa „Yvonne”
- SC Cipsol Delivery SRL
- Bajkó Attila PFA
- Bololoi Carmen PFA
- Gabor Gabriela PFA
- Ghineț Bîzu Oana PFA
- Markus Biro Julia ÎI
- SC Seeds of Kenosis Design SRL
- SC Tafrica Crafts SRL
- Florian Daniel ÎI
- SC Digital Travel Guide SRL
- Amalia Georgiana PFA
- SC Hobby Art SRL
- SC Momo’s Crochet SRL
- Delescu Ioana PFA
- Cerbu Mihaela PFA
- SC D&D Art SRL

e) Adaptarea permanentă a Agendei culturale a orașului, în funcție de principalele obiective culturale durabile ale unui spațiu urban modern, cosmopolit

Aceste evenimente implică încheierea următoarelor subcategorii de parteneriate:

1. Parteneriate în vederea organizării și desfășurării în condiții de siguranță a evenimentelor de pe Agenda culturală a CCMT, precum și a ceremoniilor oficiale de Ziua Europei, Ziua Timișoarei, 1 Decembrie etc.

- Instituția Prefectului Județul Timiș
- Consiliul Județean Timiș
- Comenduirea Garnizoanei Timișoara
- Brigada 18 Cercetare Supraveghere „Decebal”
- Inspectoratul pentru Situații de Urgență „Banat” al Județului Timiș
- Poliția de Frontieră Română – Inspectoratul Teritorial Timișoara
- Inspectoratul Județean de Jandarmi „General Moise Groza” din Timișoara
- Inspectoratul de Poliție Județean Timiș
- Formațiunea de intervenție SALVO
- Unitatea Militară 01218 Timișoara

2. Parteneriate cu instituții

- Centrul de Proiecte Timișoara
- Opera Națională Română din Timișoara
- Filarmonica „Banatul”
- Inspectoratul Școlar Județean Timiș
- Teatrul pentru Copii și Tineret „Merlin”
- Arhiepiscopia Ortodoxă Română a Timișoarei

3. *Parteneriate cu structuri/societăți independente*

- Asociația Județeană de Atletism Timiș
- Asociația Internațională a Polițiștilor – Regiunea 2 Frontieră Timișoara
- Asociația Club Sportiv „Campioni pentru viitor”
- Asociația „Junior Chamber International” Timișoara
- Club Sportiv Municipal Timișoara
- Asociația CED România – Centrul de Excelență prin Diversitate
- Asociația pentru sprijinirea copiilor și tinerilor ambliopi și nevăzători, ASCTAN „Iris”
- Asociația de Dezvoltare Intracomunitară Deșeuri Timiș
- Direcția Județeană pentru Sport și Tineret Timiș
- ASC Alergotură
- Asociația „Ansamblul Timișul”
- Societatea de Transport Public Timișoara

4. *Parteneriate pentru organizarea evenimentelor cu componentă umanitară sau destinate unor categorii sociale specifice*

- Asociația Culturală a Seniorilor din Municipiul Timișoara
- Asociația „Rotaract Club Timișoara Opera”
- Asociația Filantropică Ortodoxă „Sfântul Dimitrie”, Giroc
- Direcția de Asistență Socială a Municipiului Timișoara
- Universitatea de Medicină și Farmacie „Victor Babeș” Timișoara („Zilele bolilor rare”)
- Administrația pentru Sănătate și Educație, Primăria Timișoara
- Asociația „Oncohelp”
- Penitenciarul Timișoara

5. *Parteneriate în vederea comemorării Revoluției din Decembrie 1989 (asociații și fundații de revoluționari)*

- Asociația „A.L.T.A.R. 1989”
- Asociația „17 Decembrie, a Răniților și Familiilor Îndoliate în Revoluția din Decembrie 1989”
- Societatea Timișoara

Parteneriate de imagine, semnate în vederea promovării reciproce:

- TVR Timișoara
- Radio România Timișoara
- Radio România Reșița
- Librăriile Cărturești
- Aeroportul „Traian Vuia”

Criteriile, procedura și metoda prin care o organizație poate intra într-un parteneriat cu CCMT sunt definite clar pe site-ul instituției:

1. Identificarea unor beneficii bilaterale, astfel încât parteneriatul să determine reducerea cheltuielilor curente

Iată, cu titlu de exemplu, câteva parteneriate încheiate în anul 2025, care au implicat sprijinul reciproc:

- Asociația Absolvenților din Timișoara (UPT)
- Fundația Universitatea de Vest Timișoara
- Organizația Kolping
- Fundația Excelsior Alumni
- Asociația Prietenii Geneticii
- Asociația Maxwell
- Walkirie Box Gym SRL – Smartfit

- Led Wallpaper SRL
- Procar Timișoara SA
- Nokia Networks SRL
- Mokum Caffè SRL
- SC Poltergeist SRL (Euroinstal)
- SC Lutelier SRL
- Codru Festival SRL
- MP Riverside Group SRL
- Adma Team Pro SRL
- Universitatea de Științele Vieții „Regele Mihai” din Timișoara
- Universitatea Politehnica Timișoara

2. Sprijinirea efortului constant al CCMT de a-și îndeplini mai bine misiunea și de a-și pune în valoare viziunea, prin dezvoltarea celor șapte direcții strategice:

Continuarea misiunii de educație culturală în cadrul programului EDUPOL

Exemple de proiecte de educație culturală, încadrabile în ariile tematice ale programului EDUPOL: LIR'ART (activitatea Galeriei Rotonda); MUSICALL și LIRA ON STAGE (teatru și muzică destinate publicului larg, cu o vădită componentă de educație culturală: „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator” ș.a.); LIRA BOOKS (evenimente destinate promovării lecturii: lansări și prezentări de carte, teatru-lectură și ateliere de lectură, pentru toate categoriile de public); LIRA FILM (proiecții de filme documentare, discuții pe marginea acestora cu regizori, actori, realizare de scurtmetraje despre personalități locale sau pe teme „de foc” ale societății contemporane: bullying, consumul de droguri, autismul digital etc.).

Dezvoltarea stagiunii Casei de Cultură

Definită drept instituție de spectacole și concerte conform OUG 21/2007, CCMT are obligația de a dezvolta o stagiune anuală proprie, „cu un repertoriu format din producții artistice diferite și producții noi”, pentru realizarea cărora instituția se află într-un proces permanent de identificare a unor parteneri adecvați. În anul 2025 au fost realizate două producții noi, care au fost introduse în repertoriul Casei de Cultură (programul de educație culturală și prin cultură EDUPOL):

„Teatru-n patru” și „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”.

Punerea în scenă a acestora a determinat încheierea de parteneriate cu: Asociația „Teatru pentru Tine”, Teatrul pentru Copii și Tineret „Merlin”, Asociația „Compania Culturală Constantin” din Drobeta-Turnu Severin, Casa de Cultură „Traian Grozăvescu” Lugoj, Centar Narodne Umetnosti (Serbia), Școala Gimnazială Nr. 19 „Avram Iancu”, TVR Timișoara și Radio România Reșița.

Promovarea folclorului autentic și a valorilor tradiționale

Proiecte menite să stârnească interesul pentru folclor în rândul unor categorii noi de public sau proiecte de amploare, care implică Ansamblul „Timișul” (Festivalul Inimilor, spectacolele „Folclor de Mărțișor” și „Azi, la noi, cântă tot natul” ș.a.).

Activarea comunitară în cartiere

Principalul obiectiv al evenimentelor din cartiere – Povești din vecini, rugile de cartier sau componente ale proiectelor de pe Agenda culturală (Festivalul Inimilor, Târgul de Crăciun, Cireșar, Ziua Europei etc.) – este de a coagula comunitatea locală. Acest demers se concretizează prin implicarea concretă în evenimente – ca parteneri – a școlilor, a bisericilor, a asociațiilor sau, ca sponsori, a magazinelor sau a micilor afaceri de cartier.

Susținerea artiștilor locali și sprijinirea activităților culturale de tip amator

Galeria Rotonda și Sala Lira sunt spații care aparțin, în primul rând, comunității: artiștilor timișoreni amatori, tinerilor care au nevoie de un „spațiu de lansare”, instituțiilor de învățământ care doresc să își prezinte anumite proiecte și care devin, implicit, partenerii Casei de Cultură (cu titlu de exemplu: Școala Gimnazială Nr. 27 – ajutor în organizarea unui concurs de Kendama; Liceul

Teoretic Special „Iris” – ajutor în organizarea unui concurs de talente al elevilor cu deficiențe de vedere și alte tipuri de dizabilități; Facultatea de Arte și Design, UVT – ajutor în organizarea unei expoziții dedicate Revoluției; artiștii amatori Maia Medinschi, Mariana Pitar și Adina Wasicsek – ajutor în organizarea primei expoziții; Nada Stojić – ajutor în organizarea unei expoziții a elevilor de la mai multe școli timișorene etc.).

Atingerea principalelor obiective culturale durabile ale unui spațiu urban modern

Găsirea unui echilibru între evenimente de notorietate, care aduc la Timișoara nume cunoscute ale culturii europene (evenimentul aniversar „Ioan Holender 90”), spectacole pentru publicul larg (show-ul acvatic al companiei franceze „Ilotopie”), spectacole cu caracter folcloric, dar și evenimente în cartiere, în cadrul programului EX-CENTRICA.

Creșterea gradului de accesibilitate, pentru seniori și pentru categoriile defavorizate de public (nevăzători, hipoacuzici sau persoane cu dizabilități intelectuale sau motorii etc.)

Ca și în anii precedenți, CCMT s-a remarcat și în 2025 prin proiecte organizate în parteneriat cu Direcția de Asistență Socială (Ziua Seniorilor, activitățile destinate seniorilor în cadrul evenimentelor din cartiere sau vizite ale Ansamblului „Timișul” în centrele de seniori) și cu Liceul Teoretic Special „Iris”, care a organizat, în Sala Lira, un concurs național de talente pentru tineri cu deficiențe de vedere și cu alte tipuri de dizabilități.

PARTENERIATE INTERNAȚIONALE

Cooperarea internațională a CCMT și, implicit, parteneriatele internaționale în care este implicată instituția sunt, în mare parte, prilejuate de Ansamblul „Timișul” și de prezența sa în proiecte internaționale. Acestea se materializează atât în proiecte comune, cât și într-o mai bună înțelegere reciprocă a culturii, a tradițiilor, a valorilor culturale autentice, de cele două părți.

Anul 2025 a fost propice dezvoltării parteneriatelor internaționale, nu doar pentru organizarea de evenimente, ci mai ales pentru realizarea de proiecte comune, inclusiv cele care pot reprezenta oportunități pentru dezvoltarea capacității instituționale și formarea profesională a angajaților.

Astfel, în anul 2025 au fost încheiate următoarele parteneriate internaționale:

ANSAMBLUL NAȚIONAL ACADEMIC DE DANSURI POPULARE „JOC”, Chișinău, Republica Moldova

Parteneriat încheiat în vederea organizării de spectacole comune ale ansamblurilor „Joc” și „Timișul”.

CASA DE CULTURĂ „3 OCTOMBRIE” Satu Nou, Serbia

A facilitat prezența Ansamblului „Timișul” la Satu Nou, la evenimentul organizat cu ocazia marcării a 260 de ani de la înființarea localității Satu Nou, desfășurat în data de 03.10.2025.

AMBASADA ROMÂNIEI ÎN REPUBLICA SOCIALISTĂ VIETNAM

Participarea Ansamblului „Timișul”, în perioada 20.05.2025-25.05.2025, la aniversarea a 70 de ani de relații diplomatice între România și Vietnam (parteneriat cu Ambasada României în Republica Socialistă Vietnam).

PRIMĂRIA ORAȘULUI GRAZ, Austria

A prilejuit prezența Ansamblului „Timișul” la Graz, în cadrul Zilelor Orașului Graz – „Aufsteiern Festival”, desfășurat în perioada 12.09.2025-14.09.2025.

2.

Analiză SWOT (analiza mediului intern și extern, puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări)

Înființată în anul 1968, CCMT nu este doar cea mai longevivă instituție culturală de masă din Timișoara, ci și cel mai important operator cultural din spațiul public al Municipality, un important centru de excelență pentru cultura de amatori, cu un rol strategic în dinamica culturală urbană.

În acest context, este indubitabil faptul că instituția dispune de câteva avantaje competitive și operaționale, relevante pentru dezvoltarea pe termen mediu și lung a poziției sale de operator cultural esențial în viața comunității timișorene, atât în plan general, cât și „tintit”, al evenimentelor organizate.

PUNCTE TARI ALE INSTITUȚIEI (GENERAL)

Dincolo de experiență, vizibilitate, înțelegerea profundă a fenomenului cultural în contextul urban timișorean etc., cele mai importante atuuri ale CCMT sunt :

- **adresabilitatea largă: cca 2.985.130 beneficiari**
- **rentabilitatea: cu un buget total de 17.357.368 lei și 150 de evenimente în 2025, media corespunzătoare organizării integrale a unui eveniment (de la remunerarea artiștilor și a angajaților, până la consumabile) este de 115,715.7 lei, sumă imposibil de obținut de către orice organizator privat de evenimente.**

1. Capacitate organizațională și operațională

- Expertiză confirmată în organizarea și managementul unor evenimente culturale de mare amploare, în spațiul public
- Eficiență operațională ridicată, reflectată în ritmul susținut al activităților culturale și în capacitatea echipei de a gestiona simultan multiple proiecte

2. Vizibilitate și reputație culturală

- Expunere publică permanentă prin activitățile curente din zona centrală și din cartiere
- Expunere și bună reputație internațională
- Creșterea gradului de cunoaștere publică a sediului CCMT, prin organizarea de evenimente variate, dintre care unele în parteneriat, ceea ce prilejuiește participarea unui public diferit de publicul obișnuit al CCMT

3. Infrastructură culturală modernizată

- Sală de spectacole reamenajată în perioada 2022–2023, care asigură condiții optime pentru spectacole și producții artistice
- Hol principal reconfigurat în 2021 ca galerie de artă și spațiu multifuncțional pentru recitaluri, expoziții și evenimente mici
- Teatrul de Vară din Parcul Rozelor pus la punct, în urma furtunii din 2017, amenajare toaletă la cabine și cabine renovate
- Potențial de generare de venituri proprii, prin închirierea spațiilor

4. Resurse materiale și logistice

- Patrimoniu instituțional diversificat prin achiziția decorului stradal utilizat la evenimentele emblematicale ale Municipality (Festivalul Inimilor, Târgul de Crăciun, Târgul de Paște)

5. Relații instituționale și colaborări

- Colaborare eficientă cu anumite direcții și compartimente ale PMT, facilitând implementarea coerentă a proiectelor culturale
- Colaborare eficientă cu alte instituții ale statului și cu instituțiile culturale locale

6. Recunoaștere și deschidere în mediul comunitar și privat

- Notorietate crescută, ca urmare a prezenței constante în spațiul public
- Deschidere a mediului privat către implicarea în proiecte culturale prin mecanisme de sponsorizare

7. Rol strategic în dinamizarea vieții culturale locale

- Tradiție de peste cinci decenii în organizarea de evenimente culturale în cartierele Timișoarei, CCMT fiind singura instituție cu activitate constantă și continuă în aceste zone
- Program cultural diversificat și adaptat nevoilor comunității
- Rol strategic, în calitate de singură instituție pentru cultura de masă din oraș, înființată în conformitate cu prevederile OUG 21/2007

8. Poziționare geografică avantajoasă

- Sediul situat în proximitatea centrului orașului, asigurând accesibilitate pentru public și vizibilitate sporită pentru evenimentele organizate

PUNCTE SLABE ALE INSTITUȚIEI (GENERAL)

1. Capacitate organizațională și operațională

- Echipă administrativă subdimensionată, în raport cu volumul și complexitatea programelor culturale derulate

2. Vizibilitate și reputație culturală

- Persistența confuziilor în rândul publicului privind diferențele dintre CCMT și alte instituții culturale ale municipiului (ex.: Centrul de Cultură și Artă al Județului Timiș, Centrul de Proiecte)

3. Infrastructură culturală modernizată

- Lipsa unui spațiu suplimentar de repetiții sau activități conexe, ceea ce reduce eficiența utilizării Sălii Lira
- Imposibilitatea utilizării punctelor termice (aflate în administrarea Colterm), ca spații alternative pentru depozitare sau activități culturale
- Dotări insuficiente ale parcurilor din cartiere și ale Parcului Central, pentru organizarea de evenimente (infrastructură tehnică, mobilitate, utilități)
- Spații de stocare insuficiente, ceea ce, în contextul indisponibilității Primăriei de a propune soluții, impune închirierea de spații private

4. Resurse materiale și logistice

- Patrimoniu insuficient de costume, la Ansamblul „Timișul”
- Blocaje administrative legate de garajele din curtea comună, care împiedică realizarea unor investiții logistice esențiale (ieșire secundară Sala Lira)
- Subfinanțarea Agendei culturale a CCMT, raportat la „pretențiile” unui oraș ca Timișoara

5. Relații instituționale și colaborări

- Lipsa unei Strategii culturale actualizate la nivelul Municipality, ceea ce afectează claritatea direcțiilor de colaborare și coordonare instituțională pe termen mediu și lung
- Informare insuficientă privind atribuțiile unor departamente și structuri din subordinea Primăriei, ceea ce îngreunează coordonarea activităților și procesele operaționale

6. Recunoaștere și deschidere în mediul comunitar și privat

- Dificultăți în atragerea de sponsorizări, pe fondul scăderii disponibilității mediului privat de a susține evenimente culturale locale
- Lipsa unui Regulament asumat prin HCL de Primăria Timișoara, de promovare a imaginii sponsorilor în cadrul evenimentelor, ceea ce afectează relația cu sponsorii și reduce oportunitățile de atragere de venituri conexe

7. Rol strategic în dinamizarea vieții culturale locale

- Resurse limitate pentru extinderea activităților în cartiere
- Implicare redusă a tinerilor în activități de voluntariat

PUNCTE TARI ALE INSTITUȚIEI (EVENIMENTE)

1. Capacitate organizațională și operațională

- Echipe ETNOPOL și EDUPOL dispuse să se implice în organizarea de evenimente, să învețe
- Tinerii din Ansamblul „Timișul”, care se implică voluntar în anumite evenimente ale instituției

- Calitatea de actori a doi dintre membrii echipei tehnice, ceea ce crește disponibilitatea acestora în cadrul anumitor proiecte și sporește gradul de creativitate, mai ales în crearea producțiilor noi; de asemenea, acest aspect contribuie la reducerea costurilor de amenajare și logistică de scenă

2. Vizibilitate și reputație culturală

- Expunere publică permanentă prin activitățile curente și prin proiectul-fanion al instituției, Ansamblul „Timișul”
- Reputație internațională consolidată de Ansamblul „Timișul” (57 de ani) și de Festivalul Inimilor (34 de ani), singurul festival din România sub patronaj UNESCO
- Participare constantă a Ansamblului „Timișul” la festivaluri internaționale de prestigiu, care contribuie la creșterea vizibilității externe a instituției

3. Infrastructură culturală modernizată

- Permanentă grijă în estetica evenimentelor

4. Resurse materiale și logistice

- Patrimoniu instituțional diversificat prin achiziția de decor stradal utilizat la evenimentele emblematice ale municipiului (Târgul de Crăciun, Târgul de Paște, Festivalul Inimilor ș.a.)
- Reinterpretarea acestora în contexte diferite, în vederea rentabilizării costurilor (castel cu fluturi, primăvara / fără, iarna; convertirea „bilelor-steag” de la Ziua Europei, în globuri, la Târgul de Crăciun ș.a.)

5. Relații instituționale și colaborări

- Colaborare eficientă cu anumite direcții și compartimente ale PMT, facilitând implementarea coerentă a proiectelor culturale
- Colaborare eficientă cu alte instituții ale statului și cu instituțiile culturale locale

6. Recunoaștere și deschidere în mediul comunitar și privat

- Fidelizarea unor sponsori, ca urmare a unor proiecte reușite, în decursul ultimilor patru ani (Continental, Comtim ș.a.)

7. Rol strategic în dinamizarea vieții culturale locale

- Implicarea constantă, cu precădere în evenimentele din cartiere („Povești din vecini”), dar și în evenimente de anvergură, precum Târgul de Paște sau Târgul de Crăciun, a artiștilor locali, inclusiv a celor stradali

8. Promovarea artiștilor locali în contexte create de CCMT

- Implicarea anumitor meșteșugari locali valoroși în cadrul unor deplasări peste hotare ale Ansamblului „Timișul”, așa cum au fost Alin Pater, Daniela Epure și Ciprian Merț, care au însoțit delegația timișoreană la New York

PUNCTE SLABE ALE INSTITUȚIEI (EVENIMENTE)

1. Capacitate organizațională și operațională

- Echipă mult subdimensionată numeric, ceea ce determină, pe de o parte, necesitatea muncii peste program, oboseala echipei existente, implicarea directorului, ca ajutor, în aproape toate evenimentele și acțiunile instituției, iar pe de altă parte, dificultăți în gestionarea programului de lucru și în recuperarea zilelor libere, ca urmare a muncii în afara orelor de program

2. Vizibilitate și reputație culturală

- Nu este cazul

3. Infrastructură culturală modernizată

- Finanțare insuficientă a Agendei culturale, care împiedică achiziția de bunuri și/sau servicii în pas cu tehnologia contemporană

4. Resurse materiale și logistice

- Investiție insuficientă în elemente de decor stradal, pentru un oraș ca Timișoara
- Uzura fizică și morală a anumitor piese de decor urban, ca urmare a reinterpretării lor repetate, în diferite anotimpuri și diferite spații

5. Relații instituționale și colaborări

- Lipsa unui Regulament de utilizare a spațiului public în cadrul evenimentelor asumat de Primăria Timișoara, ceea ce afectează direct buna organizare a evenimentelor

- Lipsa reciprocității în ceea ce privește relația cu orașele înfrățite și asumarea insuficientă a acestui aspect de către Municipality

6. Recunoaștere și deschidere în mediul comunitar și privat

- Lipsa unui Regulament de promovare a imaginii sponsorilor în cadrul evenimentelor asumat de Primăria Timișoara, ceea ce afectează direct buna organizare a evenimentelor

7. Rol strategic în dinamizarea vieții culturale locale

- Nu este cazul

8. Promovarea artiștilor locali în contexte create de CCMT

- Nu este cazul

OPORTUNITĂȚI

- Dinamica sectorului cultural și caracterul multicultural al Timișoarei, care favorizează dezvoltarea de programe diverse și consolidarea dialogului intercultural
- Activitatea culturală de tip amator desfășurată în cadrul CCMT, prin cursurile de dansuri populare și prin gestionarea activităților de artă stradală, oferind oportunități de extindere a publicului și de formare artistică
- Respectarea tradițiilor locale și a calendarului comunității, ceea ce oferă predictibilitate și stabilitate în planificarea și comunicarea evenimentelor instituției
- Interesul crescut al publicului senior pentru implicarea în viața comunității, aspect ce facilitează dezvoltarea de programe culturale dedicate acestei categorii de vârstă
- Statutul Timișoarei, de centru universitar, economic și de inovație, care generează un potențial ridicat de atragere a unor audiențe diferite și receptive la programe culturale variate
- Prezența semnificativă a populației studențești în oraș, care oferă oportunități de dezvoltare a unor programe culturale adresate tinerilor și de formare a unui public nou
- Orientarea administrației locale către modernizarea și creșterea performanței CCMT, precum și sprijinul instituțional acordat dezvoltării vieții culturale la nivel municipal

AMENINȚĂRI

- Incertitudine privind continuitatea unor proiecte, ca urmare a limitărilor bugetare
- Incertitudine privind continuitatea instituției, în ciuda experienței sale incontestabile și a valorii sale istorice, de 57 de ani
- Incapacitatea societății contemporane de a înțelege diferența incontestabilă dintre un organizator privat de evenimente și o instituție de tip CCMT
- Tendința națională, de subcontractare a organizatorilor privați, ceea ce ar determina, pentru Timișoara, reîntoarcerea la evenimente punctuale, „de tip electoral”, fără impact pozitiv, pe termen mediu și lung asupra comunității, în afară de creșterea numărului de „votanți mulțumiți” de câteva evenimente publice gratuite. În plus, argumentul care ar determina astfel de decizii, de natură financiară, nu este valid pentru Timișoara, unde este dovedit matematic că CCMT este o instituție publică „rentabilă”
- Imprevizibilitatea și instabilitatea cadrului legislativ național, accentuate de utilizarea frecventă a Ordonanțelor de Urgență, în detrimentul unei legislații coerente și predictibile, necesare planificării culturale pe termen mediu și lung
- Volatilitatea audiențelor culturale, determinată de îmbătrânirea publicului și de scăderea interesului pentru anumite arii culturale
- Scăderea implicării tinerilor în activități de voluntariat, atunci când nu este vorba despre evenimente de tip „festival”, care oferă anumite beneficii (acces gratuit, experiențe backstage etc.)
- Reducerea interesului pentru cultură, ca urmare a suprautilizării tehnologiei
- Scăderea nivelului cultural și de educație, ceea ce determină scăderea gradului de selectivitate a publicului, a numărului de „alegeri bune”, care susțin instituțiile de cultură locale, a interesului pentru cultura de calitate
- Creșterea constantă a costurilor serviciilor, proporțional cu creșterea ratei inflației, afectând bugetele proiectelor culturale

ANALIZA TOWS

Folosind toate elementele deja formulate (puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări), poate fi realizată o analiză, care include corelarea strategică a factorilor interni și externi.

Analiza TOWS evidențiază faptul că CCMT dispune de resurse solide (reputație, tradiție, vizibilitate, infrastructură) și operează într-un oraș cu potențial cultural indiscutabil, dar se confruntă cu limite structurale, logistice, administrative și legislative, care pot fi înlăturate prin parteneriate, digitalizare, atragerea tinerilor și consolidarea rolului strategic al instituției în calendarul cultural municipal.

1. STRATEGII SO (FOLOSIREA PUNCTELOR TARI PENTRU VALORIFICAREA OPORTUNITĂȚILOR)

Prin valorificarea punctelor sale tari și a oportunităților oferite de contextul urban, multicultural și instituțional al Timișoarei, CCMT are capacitatea de a-și consolida poziția de operator cultural public major, de a-și dezvolta publicul și de a contribui semnificativ la dezvoltarea durabilă a vieții culturale locale.

S01. Dezvoltarea de programe culturale diverse, adaptate contextului multicultural și urban

Puncte tari valorificate:

- expertiză confirmată în organizarea de evenimente complexe
- program cultural amplu, desfășurat în centru și cartiere
- vizibilitate publică ridicată

Oportunități valorificate:

- dinamica sectorului cultural local
- caracterul multicultural al Timișoarei

Direcție strategică:

CCMT utilizează capacitatea sa operațională și experiența acumulată pentru a dezvolta programe culturale diverse, interdisciplinare și interculturale, care să reflecte specificul orașului și să stimuleze dialogul între comunități, ceea ce consolidează rolul CCMT, ca platformă de coeziune culturală și socială.

S02. Extinderea bazei de public prin consolidarea activităților culturale de tip amator

Puncte tari valorificate:

- infrastructură culturală modernizată
- tradiție instituțională și notorietate
- experiență în gestionarea activităților recurente

Oportunități valorificate:

- existența cursurilor de dansuri populare
- activitățile de artă stradală
- interesul publicului pentru participare activă

Direcție strategică:

CCMT consolidează și extinde activitățile culturale de tip amator, utilizând infrastructura existentă (Sala Lira, Galeria Rotonda, Teatrul de Vară din Parcul Rozelor) pentru formare artistică, participare comunitară și descoperirea a noi categorii de public, contribuind, în același timp, la fidelizarea publicului existent și la crearea unei relații durabile între instituție și comunitate.

S03. Valorificarea calendarului comunitar și a tradițiilor locale pentru stabilitate și predictibilitate

Puncte tari valorificate:

- experiență îndelungată în organizarea evenimentelor tradiționale
- patrimoniu de decor stradal
- relații instituționale solide

Oportunități valorificate:

- respectarea tradițiilor locale
- predictibilitatea calendarului comunitar

Direcție strategică:

CCMT utilizează tradițiile locale și evenimentele recurente ca piloni ai programării culturale anuale, asigurând stabilitate, continuitate și claritate în comunicarea publică. Această abordare permite o planificare eficientă și consolidează încrederea publicului și a partenerilor instituționali.

S04. Dezvoltarea de programe culturale dedicate seniorilor și publicului matur

Puncte tari valorificate:

- accesibilitatea sediului
- experiența în organizarea de evenimente de proximitate
- notorietatea instituției în comunitate

Oportunități valorificate:

- interesul crescut al publicului senior pentru implicare comunitară

Direcție strategică:

CCMT dezvoltă programe culturale dedicate seniorilor (recitaluri, expoziții, ateliere, evenimente sociale cu componentă culturală), valorificând infrastructura existentă și relația de încredere cu comunitatea locală.

S05. Atragerea publicului tânăr și studențesc prin programe contemporane și participative

Puncte tari valorificate:

- vizibilitate publică
- reputație internațională
- capacitate de organizare a mai multor proiecte simultan

Oportunități valorificate:

- statutul Timișoarei de centru universitar și de inovație
- prezența unei populații studențești semnificative

Direcție strategică:

CCMT dezvoltă programe culturale adresate tinerilor și studenților, utilizând formate contemporane, interdisciplinare și participative (artă urbană, performance, evenimente tematice), cu scopul de a forma un public nou și de a asigura întinerirea audienței culturale.

S06. Consolidarea parteneriatelor instituționale și private pentru creșterea performanței

Puncte tari valorificate:

- relații instituționale funcționale
- deschiderea mediului privat către sponsorizare
- infrastructura modernizată, cu potențial de generare de venituri

Oportunități valorificate:

- sprijinul administrației locale pentru modernizarea CCMT
- interesul comunității și al mediului privat pentru proiecte culturale vizibile

Direcție strategică:

CCMT valorifică sprijinul administrației locale și deschiderea mediului privat pentru a dezvolta parteneriate strategice și proiecte comune, care să contribuie la creșterea performanței instituționale și la diversificarea surselor de finanțare.

S07. Valorificarea poziționării geografice și a infrastructurii pentru creșterea accesului la cultură

Puncte tari valorificate:

- sediu situat în proximitatea centrului
- infrastructură culturală modernizată
- experiență în activarea spațiilor publice

Oportunități valorificate:

- interesul crescut pentru evenimente urbane
- dinamica vieții culturale locale

Direcție strategică:

CCMT utilizează poziționarea sa strategică și infrastructura disponibilă pentru a intensifica oferta culturală accesibilă publicului larg, consolidând rolul instituției, de „nod” cultural urban și punct de referință în viața culturală a orașului.

2. STRATEGII ST (FOLOSIREA PUNCTELOR TARI PENTRU DIMINUAREA AMENINȚĂRILOR)

Prin valorificarea punctelor sale tari – expertiză, infrastructură, legitimitate instituțională și vizibilitate – CCMT își poate consolida poziția de actor cultural public esențial, capabil să contracareze tendințele de superficializare a culturii și să contribuie la continuitatea și relevanța actului cultural în Timișoara.

ST1. Consolidarea rolului instituțional al CCMT ca operator cultural public indispensabil

Puncte tari valorificate:

- capacitatea organizațională și operațională ridicată
- rolul strategic și unic al CCMT ca instituție pentru cultura de masă, înființată conform OUG 21/2007
- tradiția de peste 50 de ani

Amenințări contracarate:

- incertitudinea privind continuitatea instituției
- preferința pentru organizatori privați de evenimente punctuale

Direcție strategică:

CCMT își utilizează expertiza în organizarea de evenimente complexe, recurente și cu impact comunitar, pentru a demonstra diferența structurală dintre o instituție publică de cultură și un organizator privat de evenimente. Accentul va fi pus pe proiecte culturale cu continuitate, desfășurate în spațiul public, care să producă efecte pe termen mediu și lung asupra coeziunii sociale, educației culturale și accesului la cultură.

ST2. Creșterea predictibilității și sustenabilității programelor culturale prin eficiență operațională și infrastructură proprie

Puncte tari valorificate:

- eficiența operațională ridicată
- infrastructura culturală modernizată (sală de spectacole, galerie de artă, Teatrul de Vară)
- potențialul de generare de venituri proprii

Amenințări contracarate:

- limitările bugetare
- creșterea costurilor operaționale și logistice
- instabilitatea cadrului legislativ

Direcție strategică:

CCMT își utilizează infrastructura pentru a reduce dependența de spații externe și pentru a-și crește gradul de autonomie financiară din venituri proprii (închirieri, coproducții, parteneriate). Eficiența operațională și capacitatea de a gestiona simultan mai multe proiecte vor fi folosite pentru a menține un ritm constant al activităților culturale, chiar în condiții de presiune bugetară sau legislativă.

ST3. Consolidarea vizibilității publice și a reputației pentru contracararea scăderii interesului pentru cultură

Puncte tari valorificate:

- expunerea publică constantă în centru și cartiere
- reputația bună la nivel local și internațional
- poziționarea geografică avantajoasă a sediului

Amenințări contracarate:

- reducerea interesului pentru cultură
- volatilitatea audiențelor
- scăderea nivelului cultural și educațional

Direcție strategică:

CCMT își valorifică prezența constantă în spațiul public și poziționarea centrală pentru a menține cultura vizibilă, accesibilă și integrată în viața cotidiană a orașului. Printr-o programare diversificată și adaptată publicului contemporan, instituția contracarează tendința de scădere a consumului cultural de calitate și contribuie la menținerea unui nivel minim de alfabetizare culturală urbană.

ST4. Dezvoltarea parteneriatelor instituționale și private pentru stabilitate și reziliență

Puncte tari valorificate:

- relații instituționale funcționale cu PMT și alte instituții publice
- deschiderea mediului privat către sponsorizare
- notorietatea instituției în comunitate

Amenințări contracarate:

- incertitudinea bugetară
- instabilitatea deciziilor politice
- riscul marginalizării instituției, în favoarea organizatorilor privați

Direcție strategică:

CCMT își consolidează parteneriatele existente și dezvoltă noi colaborări cu mediul privat și instituțional, poziționându-se ca partener de încredere pentru proiecte de interes public. Acest lucru permite diversificarea surselor de finanțare și reduce vulnerabilitatea instituției la fluctuațiile decizionale sau bugetare.

ST5. Întinerirea publicului și a resurselor umane prin adaptarea formelor culturale

Puncte tari valorificate:

- capacitatea de inovare în formate și spații culturale
- experiența în organizarea de evenimente complexe
- infrastructura flexibilă

Amenințări contracarate:

- îmbătrânirea publicului
- reducerea implicării tinerilor în voluntariat
- concurența tehnologiei și a divertismentului digital

Direcție strategică:

CCMT utilizează formate culturale contemporane, spații neconvenționale și evenimente cu componentă experiențială pentru a atrage public tânăr și pentru a stimula implicarea acestuia, inclusiv prin voluntariat cultural. Capacitatea instituției de a organiza evenimente de anvergură este folosită pentru a crea contexte atractive, relevante și adaptate noilor tipuri de consum cultural.

3. STRATEGII WO (REDUCEREA PUNCTELOR SLABE PRIN VALORIFICAREA OPORTUNITĂȚILOR)

Strategia WO propune o abordare activă, orientată spre dezvoltare graduală, prin care CCMT utilizează oportunitățile oferite de contextul urban, comunitar și instituțional pentru a reduce deficiențele interne și pentru a-și consolida capacitatea operațională, identitatea și relevanța culturală.

WO1. Extinderea capacității operaționale prin activarea resurselor comunitare și universitare

Puncte slabe vizate:

- echipă administrativă subdimensionată
- implicare redusă a tinerilor în voluntariat

Oportunități valorificate:

- statutul Timișoarei de centru universitar
- prezența unei populații studențești numeroase
- dinamica sectorului cultural local

Direcție strategică:

CCMT dezvoltă programe de practică și stagii adresate elevilor și studenților, în vederea formării profesionale, a compensării deficitului de personal și a formării unei noi generații de public și profesioniști culturali.

WO2. Clarificarea identității instituționale prin programare culturală distinctă și coerentă

Puncte slabe vizate:

- confuzia publică privind rolul CCMT, în raport cu alte instituții culturale

Oportunități valorificate:

- caracterul multicultural al orașului
- tradițiile locale și calendarul comunitar
- activitatea culturală de tip amator desfășurată în cadrul CCMT

Direcție strategică:

CCMT își utilizează specificul, de instituție pentru cultura de masă și de proximitate, pentru a-și consolida identitatea prin programe recurente, ancorate în tradițiile locale, multiculturalitate și participare comunitară. Coerența programării și vizibilitatea activităților contribuie la diferențierea clară față de structuri culturale independente sau private.

W03. Optimizarea infrastructurii existente prin diversificarea tipurilor de activități**Puncte slabe vizate:**

- lipsa spațiilor de repetiții și activități conexe
- dotări insuficiente ale parcurilor pentru evenimente

Oportunități valorificate:

- interesul crescut pentru activități culturale de tip amator
- sprijinul administrației locale pentru modernizarea CCMT

Direcție strategică:

În lipsa unor spații suplimentare dedicate, CCMT își utilizează infrastructura prin programarea de activități cu cerințe tehnice reduse (ateliere, repetiții, evenimente participative), optimizând utilizarea Sălii Lira și a spațiilor exterioare disponibile. Această abordare permite extinderea activităților fără investiții majore.

W04. Reconfigurarea relației cu mediul privat prin oferte culturale adaptate**Puncte slabe vizate:**

- dificultăți în atragerea sponsorilor
- lipsa unui regulament de promovare a sponsorilor

Oportunități valorificate:

- caracterul multicultural și vizibilitatea activităților CCMT
- interesul comunității pentru evenimente recurente și tradiționale

Direcție strategică:

CCMT dezvoltă propuneri de colaborare adaptate mediului privat (pachete de vizibilitate, evenimente dedicate comunității locale), valorificând stabilitatea calendarului cultural și profilul comunitar al evenimentelor, pentru a crește atractivitatea acestora pentru sponsori.

W05. Întinerirea publicului prin programe culturale dedicate adolescenților și studenților**Puncte slabe vizate:**

- implicarea redusă a tinerilor
- resursele limitate pentru extinderea activităților în cartiere

Oportunități valorificate:

- prezența populației studențești
- deschiderea publicului tânăr către formate culturale participative

Direcție strategică:

CCMT poate dezvolta programe culturale cu grad ridicat de participare (workshopuri, artă stradală, proiecte interdisciplinare), adresate tinerilor, utilizând infrastructura existentă și spațiile urbane disponibile, pentru a stimula implicarea acestora atât ca public, cât și ca resursă umană activă.

4. STRATEGII WT (REDUCEREA PUNCTELOR SLABE ȘI EVITAREA AMENINȚĂRILOR)

Strategia WT presupune o abordare prudentă, defensivă și realistă, axată pe reducerea vulnerabilităților interne și pe limitarea expunerii instituției la riscuri externe majore. Într-un context marcat de instabilitate bugetară, legislativă și socială, CCMT își poate asigura continuitatea și relevanța prin prioritizare, claritate instituțională și adaptare permanentă la constrângerile existente.

WT1. Prioritizarea programelor culturale pentru asigurarea continuității instituționale

Puncte slabe vizate:

- echipă administrativă subdimensionată
- subfinanțarea Agendei culturale
- resurse limitate pentru extinderea activităților în cartiere

Amenințări contracarate:

- incertitudinea bugetară
- riscul întreruperii proiectelor
- creșterea costurilor operaționale

Direcție strategică:

CCMT a adoptat deja o politică de prioritizare strictă a programelor, concentrând resursele limitate pe un număr limitat de proiecte strategice, cu impact comunitar demonstrabil. Cu toate acestea, reducerea activității instituției nu este posibilă în prezent, dacă se dorește îndeplinirea completă a misiunii și dezvoltarea tuturor componentelor care alcătuiesc programul minimal: Agenda culturală a orașului, care implică satisfacerea unui public pretențios, programul de educație culturală (EDUPOL), cel destinat dezvoltării Ansamblului „Timișul” (ETNOPOL) și cel care vizează viața culturală în cartiere (EX-CENTRICA).

WT2. Standardizarea procedurilor interne și clarificarea relațiilor interinstituționale

Puncte slabe vizate:

- informarea insuficientă privind atribuțiile structurilor din PMT
- blocajele administrative recurente

Amenințări contracarate:

- instabilitatea legislativă
- lipsa de sprijin coerent din partea autorităților

Direcție strategică:

În lipsa unei Strategii culturale municipale actualizate, CCMT s-a adaptat permanent, pentru a reduce dependența de interpretări administrative fluctuante și pentru a asigura funcționarea instituției în condiții de impredictibilitate.

WT3. Optimizarea utilizării infrastructurii existente și limitarea investițiilor cu risc ridicat

Puncte slabe vizate:

- lipsa spațiilor de repetiții și stocare
- dotările insuficiente ale parcurilor
- blocajele administrative privind garajele și punctele termice

Amenințări contracarate:

- creșterea costurilor logistice
- lipsa predictibilității investițiilor

Direcție strategică:

CCMT a adoptat o abordare prudentă din punct de vedere financiar, orientată spre optimizarea treptată a infrastructurii existente. Utilizarea Sălii Lira și a celorlalte spații este planificată astfel încât să maximizeze randamentul acestora, chiar dacă, din lipsă de spațiu pentru activitatea instituției, închirierea de spații (cu precădere Sala Lira) a fost limitată strict.

WT4. Clarificarea identității instituționale pentru reducerea vulnerabilității reputaționale

Puncte slabe vizate:

- confuzia publică privind rolul CCMT în raport cu alte instituții culturale

Amenințări contracarate:

- preferința pentru organizatori privați
- lipsa de înțelegere a rolului Casei de Cultură

Direcție strategică:

CCMT a comunicat constant, pe toate canalele pe care le are la dispoziție, rolul său, de instituție publică de cultură de masă, cu misiune permanentă și responsabilitate comunitară. Clarificarea identității instituționale este esențială pentru reducerea riscului de marginalizare în favoarea unor organizatori privați de evenimente punctuale.

WT5. Abordare defensivă în atragerea resurselor private și a voluntarilor

Puncte slabe vizate:

- dificultățile în atragerea de sponsorizări
- lipsa unui regulament de promovare a sponsorilor
- implicarea redusă a tinerilor în voluntariat

Amenințări contracarate:

- scăderea interesului mediului privat
- reducerea implicării tinerilor
- scăderea interesului general pentru cultură

Direcție strategică:

În lipsa unui cadru instituțional favorabil, CCMT a aplicat o strategie defensivă de menținere a relațiilor existente cu mediul privat și cu voluntarii, concentrându-se pe colaborări realiste, cu beneficii limitate, dar stabile. Implicarea voluntarilor a fost focalizată pe evenimentele cu capacitate mare de mobilizare, evitând dependența excesivă de resurse umane neplătite.

WT6. Adaptarea conținutului cultural la capacitatea reală de consum a publicului

Puncte slabe vizate:

- resursele limitate
- dificultățile de atragere a publicului tânăr

Amenințări contracarate:

- volatilitatea audiențelor
- scăderea nivelului cultural
- concurența tehnologiei și a divertismentului digital

Direcție strategică:

CCMT și-a calibrat oferta culturală în funcție de capacitatea reală de recepție a publicului, evitând supradimensionarea programelor sau abordările elitiste, care ar fi putut genera costuri ridicate și audiențe scăzute. Accentul a fost pus pe formate accesibile, cu potențial educativ gradual, menite să mențină un contact constant cu publicul.

3.

Evoluția imaginii existente

Măsurile luate pentru îmbunătățirea acesteia

CONTEXT GENERAL ȘI PREMISĂ DE ANALIZĂ

Evaluarea imaginii publice a Casei de Cultură a Municipiului Timișoara (CCMT) presupune o abordare contextuală și istorică, în strânsă legătură cu evoluția instituțională, de la înființare până în prezent. Orice demers de analiză strategică a imaginii trebuie să pornească de la o înțelegere aprofundată a misiunii culturale asumate și a etapelor parcurse în consolidarea acestei identități în spațiul public.

Astfel, în contextul în care percepția publică precede adesea conținutul efectiv al activității, CCMT a inițiat un proces complex de redefinire a imaginii instituționale, orientat spre coerență, accesibilitate și recunoaștere publică.

Abordarea actuală recunoaște faptul că imaginea nu mai este doar o consecință a activității, ci o componentă strategică a acesteia. Prin urmare, toate demersurile recente de comunicare publică, branding și parteneriat media vizează alinierea identității instituționale cu realitatea contemporană a orașului și cu așteptările publicului-țintă.

Casa de Cultură are o prezență culturală masivă, o rețea solidă de parteneriate și un capital simbolic puternic în comunitate. Pentru a susține acest statut în planul modern al comunicării și a asigura evoluția imaginii existente este esențială o tranziție strategică spre o comunicare omnichannel, bazată pe date, claritate de mesaj și continuitate.

Astfel, în cadrul strategiei „Go to market” realizată, în 2025, de SC Marketos SRL, a fost făcută o analiză SWOT a imaginii CCMT, din studiul căreia reiese clar că există un potențial ridicat de optimizare a impactului public, nu prin multiplicarea evenimentelor (ceea ce, oricum, ar fi dificil, din cauza subdimensionării echipei), ci prin maximizarea vizibilității și a calității relației cu publicul.

SCURTĂ ANALIZĂ SWOT A IMAGINII CCMT

Puncte tari

- Reputația culturală instituțională solidă în Timișoara
- Portofoliul bogat de evenimente (cca 150-180/an)
- Diversitatea de teme, publicuri și parteneri
- Colaborările cu comunități etnice, școli, ONG-uri

Puncte slabe

- Lipsa unui sistem unitar de promovare digitală
- Absența unei baze de date actualizate cu publicul
- Lipsa rutinei în colectarea și măsurarea datelor
- Vizibilitatea limitată în rândul publicului tânăr (18-25 de ani)

Oportunități

- Digitalizarea instituțională accelerată
- Accesul la fonduri pentru proiecte culturale
- Posibilitatea construirii unei comunități culturale active

Amenințări

- Suprapunerea evenimentelor în oraș
- Lipsa continuității în comunicare post-eveniment

Această analiză a fundamentat recomandările tactice, acțiunile prioritare și modul de alocare a resurselor în strategia propusă.

MĂSURI PENTRU ÎMBUNĂTĂȚIREA IMAGINII EXISTENTE

Pentru eficiență operațională și coerență în comunicare, fiecare eveniment – indiferent de amploare sau tipologie – a fost abordat conform unui model de „funnel cultural”, cu trei etape:

→ **Atragerea atenției (TOFU – Top of Funnel)**

Obiectiv: generarea de interes prin canale largi (social media, afișaj, parteneriate media, campanii plătite)

→ **Intensificarea interesului și interacțiune (MOFU – Middle of Funnel)**

Obiectiv: transformarea interesului pasiv în participare activă (vizite pe landing page, înscrieri, adăugare în calendar, comentarii, distribuire)

→ **Participare și retenție (BOFU – Bottom of Funnel)**

Obiectiv: participarea la eveniment, colectarea datelor de contact, feedback, abonare la comunicare recurentă

OMNICHANNEL CULTURAL

Strategia de îmbunătățire a imaginii existente a fost aplicată în regim „omnichannel”, cu integrare coerentă între:

→ **Digital (online):** Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Google Ads, landing pages, email marketing, platforme video

→ **Offline (fizic):** afișaj stradal, flyere, voluntari cu tablete, coduri QR, colaborări cu școli, centre culturale, transport public

→ **Parteneriate:** implicarea directă a altor instituții, asociații etnice, școli, licee, universități, biserici și ONG-uri culturale

Omnichannel-ul permite contactul cu publicul în toate punctele lui de atenție: în spațiul digital, în spațiul fizic și în rețelele comunitare deja existente.

Această metodologie este scalabilă și poate fi aplicată tuturor evenimentelor organizate de Casa de Cultură, indiferent de dimensiune, tematică sau locație, asigurând eficiență și impact în promovarea culturală publică.

IMAGINEA ACTUALĂ A INSTITUȚIEI ÎN COMUNITATE, RAPORTATĂ LA EVOLUȚIA INSTITUȚIEI

- CCMT este cea mai longevivă instituție culturală de masă din Timișoara, înființată în anul 1968, care și-a asumat de la început misiunea de promovare a culturii accesibile, adresându-se unui public larg și divers.
- CCMT a fost un centru de excelență pentru cultura de amatori, fiind o platformă de afirmare pentru multiple entități artistice: coruri, ansambluri, grupuri literare și artistice (ex. „Romul Ladea”, „Pavel Dan”, „Ridendo”), contribuind substanțial la formarea unei culturi urbane participative. De asemenea, repetițiile trupei „Phoenix” în Sala „Lira” confirmă relevanța istorică și simbolică a spațiilor instituției în formarea fenomenelor culturale importante la nivel național.
- Din 1997, CCMT devine operatorul Agendei culturale a Timișoarei, asumându-și un rol strategic în dinamica culturală urbană, prin planificarea, implementarea și monitorizarea evenimentelor culturale de interes local și național.
- În paralel cu această delegare de competențe, CCMT dobândește personalitate juridică, devenind instituție publică sub autoritatea Consiliului Local Timișoara, în conformitate cu HCL nr. 220/1997 și HG nr. 442/1994 – un moment esențial în reconfigurarea sa administrativă și strategică.
- Casa de Cultură a Municipiului Timișoara este una dintre cele mai vizibile și active instituții publice de cultură din vestul țării, cu o experiență consolidată în organizarea de evenimente, dar și în educația culturală, activarea comunitară sau valorificarea folclorului autentic. De-a lungul anilor, instituția a devenit un reper cultural al categoriilor de public, având capacitatea de a crea evenimente proprii, de a susține inițiative în parteneriat și de a acționa ca interfață culturală între administrația publică și societatea civilă.

IMAGINEA ACTUALĂ ÎN COMUNITATE

Imaginea Casei de Cultură în comunitatea timișoreană este puternic asociată cu:

- Evenimente de tradiție și identitate locală – festivaluri, manifestări oficiale, care aduc împreună publicul larg, autoritățile și actori culturali (Festivalul Inimilor, Ziua României etc.)
- Deschidere față de diversitatea etnică și culturală – prin proiecte precum MulticulTiM, Ziua Minorităților Etnice (sărbătorită, în fiecare an, pe 18 decembrie, pe scena Târgului de Crăciun) sau prin implicarea constantă a organizațiilor reprezentative ale comunităților minoritare în evenimentele Municipality (Cireșar, Ziua Europei, Ziua Timișoarei etc.)
- Acces gratuit și incluzivitate – majoritatea evenimentelor sunt cu acces liber, oferind o deschidere reală către categorii variate de public
- Prezență activă în spațiul public urban – prin evenimente desfășurate în piețe, parcuri, cartiere, instituția rămânând conectată la dinamica orașului

Totuși, din analiza punctelor de contact cu publicul, reies și câteva limite, mai ales în comunicarea digitală:

- Lipsa unui sistem standardizat de promovare pentru fiecare eveniment
- Vizibilitate digitală fragmentată (evenimentele nu au întotdeauna pagini proprii, descrieri detaliate sau campanii targetate)
- Utilizarea inconsistentă a canalelor de social media și a platformelor video
- Absența unor mecanisme de colectare a datelor (abonamente, înscrieri, feedback) care să permită relaționarea continuă cu publicul

DIRECȚII STRATEGICE ȘI ACȚIUNI CORECTIVE (2021–2025)

Din anul 2021, managementul instituției a orientat o parte semnificativă a eforturilor către optimizarea imaginii publice, prin profesionalizarea activităților de comunicare și promovare, consolidarea identității vizuale și creșterea prezenței instituției în spațiul public.

Astfel, în 2025, s-au făcut câțiva pași importanți în dezvoltarea imaginii existente, prin:

a) Diversificarea și profesionalizarea canalelor de comunicare:

- Actualizarea și optimizarea continuă a site-ului oficial: www.casadeculturatm.ro
- Consolidarea prezenței pe rețelele sociale: paginile oficiale de Facebook și Instagram ale instituției, ale Ansamblului „Timișul”, ale Târgului de Crăciun și ale Festivalului Inimilor; creșterea incidenței materialelor video pe aceste canale
- Publicarea newsletterului lunar, ca instrument de informare și fidelizare a publicului
- Distribuirea ziarului „Lira” în cafenele, clinici, universități, școli etc.; utilizarea lui și ca material-suport (caiet-program) în cadrul unor evenimente, cu precădere la Târgurile de Crăciun și de Paște
- Distribuirea lunară a broșurii comune a instituțiilor în oraș
- Utilizarea, pe afișe, a codurilor QR care duc la site sau la programul detaliat al evenimentului
- Utilizarea codurilor QR la evenimentele de anvergură (Târgul de Crăciun, pe căsuțe)
- Utilizarea cipurilor NFC, inserate în inimi din material textil, pentru direcționarea publicului la landing page-ul Festivalului Inimilor și, după Festivalul Inimilor, la site-ul CCMT
- Înscrierea online la evenimente precum Marea dictare urbană și Târgul de Crăciun, prin utilizarea platformei Google Forms
- Utilizarea a două grupuri de whatsapp EDUPOL, pentru comunicarea cu școlile gimnaziale, respectiv cu liceele din Timișoara
- Crearea și utilizarea, ca bază de date, a unui grup de whatsapp cu artiștii timișoreni amatori, participanți la Târgul de Crăciun sau Târgul de Paște
- Colaborarea cu influenceri timișoreni pentru diseminarea informațiilor (Best of TM, BoredInTM, Presspectiva, Foodisiak, Lost in TM, E fain la Timișoara)

b) Acțiuni de branding și marketing cultural

- Realizarea de materiale promoționale semi-perene (semne de carte, programe, calendare, evantaie etc.)
- Comandarea unei strategii „Go to market” și demararea implementării acesteia

c) Campanii de promovare outdoor și participare publică:

- Închirierea de spații publicitare în zone cu trafic ridicat (Iulius Mall, STPT – tramvaie)
- Prezența pe ecranele LED ale orașului, în contextul unor evenimente cu vizibilitate crescută, prin parteneriate strategice

d) Vectori instituționali de imagine

- Ansamblul „Timișul” – instrument esențial de promovare a imaginii instituției, prin participarea la proiectele CCMT și la evenimente externe cu impact național/internațional
- Brandul „LIRA”, dezvoltat prin proiecte-cadru (LIR’ART, LIRA ON STAGE, LIRA TEA TALKS, LIRA FILM), a contribuit la re poziționarea instituției ca actor cultural relevant și adaptat cerințelor publicului contemporan

4.**Măsurile luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari**

Cunoașterea beneficiarilor este un proces continuu, nu o acțiune punctuală. Instituțiile culturale eficiente își construiesc strategiile pornind de la date reale despre public, nu de la presupuneri.

De-a lungul ultimilor patru ani, Casa de Cultură a luat mai multe măsuri pentru a-și cunoaște mai bine categoriile de beneficiari și pentru a identifica, în funcție de acestea, direcții de acțiune adaptate.

1. Cercetare și colectare de date

- Studii sociologice realizate intern sau în parteneriat cu universități
- Analiza feedback-ului (formulare de feedback, „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”, colectate la finele reprezentațiilor și ședinței cu părinții „altfel”)

2. Analiza comportamentului publicului

- Monitorizarea participării la evenimente (tipuri de evenimente, ore, perioade)
- Analiza vânzărilor de bilete și a rezervărilor
- Urmărirea traficului online (site, social media, newslettere)
- Segmentarea publicului: public fidel, ocazional, potențial

3. Colaborări și parteneriate

- Parteneriate cu școli, universități, ONG-uri, comunități locale
- Colaborări cu instituții sociale pentru identificarea grupurilor vulnerabile
- Schimb de date și bune practici cu alte instituții culturale

4. Observarea publicului potențial

- Analiza non-participării (cine nu vine și de ce)
- Cercetări în comunitate (cartiere, grupuri etnice, tineri, seniori etc.)

5. Utilizarea instrumentelor digitale

- Monitorizarea comentariilor și interacțiunilor online

6. Evaluare continuă

- Evaluarea impactului activităților culturale
- Adaptarea programelor în funcție de rezultate

De asemenea, strategia Go To Market, realizată în 2025, include și o cercetare asupra categoriilor de public, a adaptării tonului comunicării și a mesajelor pe fiecare segment de public, a fidelizării și a retenției publicului existent.

Aceasta este publicată pe site-ul Casei de Cultură: <https://www.casadeculturatm.ro/studii-si-cercetari/>.

5. Grupurile-țintă ale activităților instituției

Casa de Cultură a Municipiului Timișoara organizează anual un volum extins și variat de evenimente care implică o gamă largă de publicuri, cu așteptări, motivații și comportamente culturale diferite, evidențiate și detaliate în tabelele de mai jos:

SEGMENTAREA PUBLICULUI – GRUPURI-ȚINTĂ PRIORITARE

NR.	SEGMENT PRINCIPAL	CATEGORIE DE VÂRSTĂ	CARACTERISTICI	COMPORTAMENTE CULTURALE	CANALE EFICIENTE
1	Tineri (14-25 ani)	elevi de gimnaziu liceeni studenți	-receptivi la experiențe moderne, creativitate, exprimare artistică -deschiși la implicare ca voluntari	participare ocazională, motivați de apartenență, provocări, recompense simbolice	-TikTok -Instagram -YouTube -influenceri locali -QR code
2	Adulți tineri (25-35 ani)	profesioniști urbani părinți tineri	interes crescut pentru evenimente sociale, educative pentru copii, experiențe în aer liber	-participare planificată, motivați de utilitate (copii, comunitate) -valorizează brandingul	-Facebook -grupuri de părinți -newsletter -site-uri locale
3	Adulți activi (35-45 ani)	părinți stabili profesional, cariere consolidate	grup consistent în participare, apreciază evenimentele de calitate, program bine organizat, logistică clară	participare repetată, caută siguranță, diversitate, accesibilitate	-Facebook -afișaj urban -recomandări directe -platforme de știri
4	Adulți maturi (45-60 ani)	părinți cu copii mari, independenți (independență financiară, timp personal)	-segment valoros, dar subactivat -deschiși la cultură, tradiție, concerte de calitate	-participă frecvent la evenimente gratuite, se informează și offline -sunt public loial	-afișaj -Facebook -email -site web -rețea informală
5	Persoane singure (30-65 ani)	-solitari urbani -divorțați -văduvi -pensionari activi	-caută evenimente cu componentă socială, conectare, siguranță emoțională -răspund la comunicări emoționale și la evenimente recurente	-participare discretă, dar constantă -poate deveni nucleu de fidelizare	-newsletter -afișe -recomandări -grupuri comunitare
6	Seniori (+60 ani)	-pensionari activi -membri de asociații	apetent pentru folclor, patriotism, evenimente religioase, comemorative, tradiționale	participare consecventă, consumator de evenimente gratuite	-ziare -afișe -radio local -biserici -grupuri seniori
7	Comunități etnice și minorități	rețele formale și informale (romi, maghiari, sârbi, bulgari, nemți etc.)	implicate activ în evenimente tematice, festivaluri multiculturale, spectacole proprii	participare masivă la evenimente proprii, interes pentru vizibilitate și recunoaștere	-lideri comunitari -ONG-uri -canale proprii -colaborări directe

PERSOANE SINGURE – FOCUS STRATEGIC

Persoanele singure reprezintă un segment cultural adesea ignorat, dar cu potențial ridicat de loializare și participare constantă. Motivația lor principală este socializarea indirectă, sentimentul de apartenență și încrederea într-un cadru sigur și structurat.

Acestea ar putea fi reactivate prin următoarele categorii evenimente:

- Evenimente tematice recurente (jazz, seri de lectură, proiecții de film, ateliere creative)
- Conținut empatic, prietenos, însoțit de mesaje care transmit: „vino și tu, chiar dacă vii singur”
- Posibilități de interacțiune discretă (feedback, voturi, activări participative)
- Landing page-uri sau newslettere personalizate, cu calendar cultural lunar

GAP-URI ÎN ADRESAREA PUBLICULUI

Deși Casa de Cultură a Municipiului Timișoara acoperă un spectru larg de evenimente și categorii sociale, analiza actuală a modului în care sunt comunicate aceste activități arată câteva lacune structurale și funcționale în relaționarea cu anumite segmente de public.

1. Publicul tânăr (14–25 de ani) este slab activat digital

- **Observație:** campaniile actuale nu folosesc canalele preferate de tineri: TikTok, Instagram Reels, provocări video, podcasturi sau colaborări cu influenceri.
- **Consecință:** Acest public nu se simte vizat și nu asociază Casa de Cultură cu spații de exprimare, interacțiune sau participare creativă.
- **Soluție:** Crearea unor reels-uri realizate de un videograf tânăr din comunitate, care au ajuns, în 2025, la 2.564.191 de oameni; reinterpretarea podcastului „Lira Tea Talks” în spațiul amenajat special pentru acest tip de activitate și cu invitați tineri.

2. Adulții între 45 și 60 de ani nu sunt comunicați distinct

- **Observație:** Această categorie este tratată generic, deși are timp disponibil, stabilitate financiară și apetit crescut pentru evenimente de calitate.
- **Consecință:** Se pierde oportunitatea de a transforma acest segment în nucleu de public fidel, cu participare regulată.
- **Soluție:** Evenimente tip „after-work”, „joia culturală”, seri tematice și campanii dedicate acestei grupe cu mesaje de tip: „Redescoperă orașul prin cultură”.

3. Comunitățile etnice funcționează în paralel, nu integrat

- **Observație:** Comunitățile romă, maghiară, sârbă, germană ucraineană ș.a. sunt implicate în evenimente proprii, dar nu există o strategie comună de promovare unificată.
- **Consecință:** Se creează „bule” culturale fără contact real între ele sau cu publicul general.
- **Soluție:** Integrarea acestora în campanii generale (ex: calendar multicultural), promovarea bilingvă/trilingvă și folosirea liderilor comunitari ca ambascadori ai proiectelor.
2025 a marcat un început, în acest sens, Casa de Cultură găzduind mai multe întâlniri cu comunitățile minorităților etnice și cu compartimentul de specialitate din cadrul Primăriei Timișoara, cu precădere în vederea organizării festivalului MulticulTiM, dar și pentru a intensifica legătura deja existentă cu acestea

4. Seniorii activi nu sunt parte din rețele digitale

- **Observație:** Deși participă în mod constant la evenimente, nu există o formă prin care aceștia să fie informați digital (email, WhatsApp, calendar personalizat).
- **Consecință:** Depind de afișe fizice și de rețele tradiționale (biserici, centre de zi), ceea ce limitează frecvența și actualitatea mesajelor.
- **Soluție:** Programe dedicate de informare simplificată (ex: „Ce evenimente avem săptămâna aceasta?”), materiale printate, de calitate, cu calendar lunar și includerea acestora în campaniile radio sau TV locale.

5. Lipsa colectării și utilizării datelor despre public

- **Observație:** Nu se colectează date despre participanți (nume, email, preferințe), iar feedbackul este rar solicitat.
- **Consecință:** Nu se pot realiza campanii de remarketing, newslettere personalizate sau segmentări pe interese și participare anterioară.
- **Soluție:** Introducerea formularelor de înscriere online, tombole cu abonare la calendarul cultural, feedback digital, după fiecare eveniment. În 2025 au fost utilizate codurilor QR la evenimentele de anvergură (Târgul de Crăciun, pe căsuțe) și pe afișe, care duc la site sau la programul detaliat al evenimentului ; cipuri NFC, inserate în inimi din material textil, pentru direcționarea publicului la landing page-ul Festivalului Inimilor și, după Festivalul Inimilor, la site-ul CCMT etc.).

6. Mesajele sunt rareori personalizate sau diferențiate

- **Observație:** Comunicările sunt generaliste, fără adaptare pe grup-țintă, context sau platformă.
- **Consecință:** Publicul nu se simte reprezentat în mesaj și impactul emoțional este slab.
- **Soluție:** Implementarea de „micro-mesaje” – adică adaptări ale aceleiași campanii în funcție de public: familii, tineri, seniori, grupuri etnice, public educat etc.

6.

Profilul beneficiarului actual

Pe baza analizei evenimentelor organizate în anul 2024, a categoriilor recurente de public prezent, a parteneriatelor educaționale și comunitare și a comportamentului observabil în participarea offline și online, a fost realizată o diagnoză a profilului beneficiarului actual. Aceasta nu este un portret singular, ci un model operațional, ce sintetizează trăsăturile dominante ale celor care interacționează constant cu evenimentele instituției.

BENEFICIAR GENERALIZAT – PROFIL DOMINANT

Gen	Femei și bărbați în proporții echilibrate, cu o ușoară predominanță feminină în evenimente educative și comunitare
Vârstă medie	35–55 de ani
Statut familial	Căsătoriți sau în relații stabile (60–65%), dar o pondere în creștere a persoanelor singure, văduve sau divorțate (35–40%)
Venit	Mediu – majoritatea provin din clase sociale stabile, cu preocupări culturale constante, dar sensibile la costuri
Nivel de educație	Mediu spre ridicat – liceu, studii superioare, înclinație către valori educaționale și formare continuă
Comportament cultural	Participare preponderentă la evenimente gratuite, în spații accesibile (piețe, parcuri, săli cunoscute); motivați de utilitate, apartenență comunitară și tradiție
Mod de informare	Facebook, afișe fizice, recomandări directe. Puține persoane accesează direct site-ul instituției, iar vizibilitatea, prin Google sau alte motoare de căutare, este slabă
Grad de fidelitate	Participare frecventă, dar cu dificultăți în urmărirea calendarului complet de evenimente. Nu există un mecanism formal de reținere sau loializare

Pe lângă profilul dominant, se disting următoarele tipologii recurente de beneficiari:

Părintele activ (30-45 ani)	Vine cu copiii la evenimente educative, ateliere sau spectacole în aer liber. Este atent la detalii logistice, accesibilitate și claritate în program.
------------------------------------	--

Seniorul fidel (+60 ani)	Public prezent constant la parade, sărbători naționale, concerte de folclor sau muzică clasică. Se informează prin afișe, biserică, rețele personale.
Tânărul interesat, dar neimplicat (18-25 ani)	Vizibil în public doar când este activat prin școală, voluntariat sau evenimente. Răspunde slab la afișaj clasic.
Vizitatorul întâmplător (public general, 35-60 ani)	Participă ocazional, în funcție de locație, program sau recomandări. Nu este fidel, dar poate deveni, dacă este invitat constant.
Membrul unei comunități etnice	Vine la evenimente proprii (MulticulTiM, Ziua Minorităților), dar are potențial mare de a fi integrat în campanii comune.

COMPORTAMENTE-CHEIE OBSERVATE

Participare reactivă	Majoritatea publicului vine la evenimente doar dacă este informat cu 3-5 zile înainte, preferabil printr-un canal familiar.
Orientare spre program, nu spre brand	Publicul vine „la concert”, „la paradă”, nu „la Casa de Cultură” – semn că instituția nu este încă percepută ca un brand cultural activ.
Interacțiune slabă digital	Lipsa de follow, comentarii, abonare la canale sau platforme. Interesul se manifestă aproape exclusiv în offline.
Absorbție bună de conținut	Dacă mesajul ajunge la timp, clar și în format atractiv, rata de participare este ridicată, mai ales la evenimente de tradiție.

În afară de tipurile de profil conturate mai sus, am continuat analiza „la firul ierbii”, a nevoilor publicului timișorean, în materie de activități culturale și de educație prin cultură. În urma contactului direct, „de la om la om”, la evenimentele pe care le organizăm, în vederea formării viitorilor consumatori de cultură de calitate, și a dezvoltării culturale sustenabile a orașului, am concluzionat că, în perioada ianuarie-decembrie 2025 au fost organizate acțiuni pentru următoarele categorii de public:

Vârsta

1. copii și adolescenți care participă în cadrul programului școlar: activitățile programului EDUPOL („Patricia și distractorii”, „Teatru-n patru” ș.a.) sau ale altor proiecte („Vis de libertate”, Circuit 89)
2. adulți (inclusiv adolescenți), care participă la activități pe cont propriu (evenimente de pe Agenda culturală a Casei de Cultură)
3. familii: producții proprii ale CCMT („Teatru-n patru”, „Patricia și distractorii” ș.a.), evenimente din cartiere („Povești din vecini”)
4. seniori: Ziua persoanelor vârstnice, Ruga Timișoarei, rugile din Freidorf și Calea Martirilor

Poziția geografică urbană

1. public localizat în cartiere, care se deplasează în centru puțin sau foarte puțin: Calea Lipovei (Parcul Edison), Freidorf (Parcul Petőfi Sándor), Calea Martirilor (Parcul Adolescenței) ș.a.
2. public din cartiere, dar care se deplasează adesea și în centru: zona Bd.
3. Cetății, Dacia ș.a.
4. public din zona centrală: Cetate

Gradul de instruire

1. public fără studii: evenimente bazate pe prezența muzicii și a dansurilor populare (rugi, mai cu seamă rugile din cartiere)
2. public cu studii medii: evenimente bazate pe folclor: Folclor de Mărțișor, Festivalul Inimilor ș.a.
3. public cu studii superioare: „Azi, la noi, cântă tot natul”, „Oratoriul bizantin de Paști”, evenimente cu invitați speciali (Alexandra Ungureanu, Narcisa Suciu) ș.a.

Configurație etnică

1. public românesc și public de alte etnii
2. public preponderent de alte etnii (MulticulTiM)

B.

**EVOLUȚIA PROFESIONALĂ A INSTITUȚIEI ȘI PROPUNERI
PRIVIND ÎMBUNĂȚIREA ACESTEIA**

1.

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

ADAPTAREA LA POLITICILE CULTURALE NAȚIONALE

Politicile culturale naționale pentru 2025, în România, s-au concentrat pe priorități stabilite de Ministerul Culturii, cu accent pe digitalizare, patrimoniu, sectorul creativ (film, muzică, teatru) și, cel mai probabil, pregătirea și implementarea unor noi linii de finanțare prin PNRR și fonduri europene, toate sub umbrela unui posibil „Plan Național de Acțiune” vizând o cultură mai accesibilă, inovatoare și competitivă.

În același context, Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală (INCFC) a lansat, în noiembrie 2025, „Barometrul de Consum Cultural 2024. Dinamicile tipurilor de consum cultural și rolul educației culturale”, arată nevoia pentru o politică culturală națională, care să justifice statutul culturii în societatea românească, confirmat și de Institutul Român pentru Evaluare și Strategie (IRES).

Concluzia acestei cercetări este că problema nu este dezinteresul românilor față de cultură, ci faptul că accesul la oferta culturală este inegal și, în multe comunități, aproape inexistent.

„Când 67% dintre familiile cu copii nu ajung niciodată la o activitate de educație culturală, nu vorbim doar despre statistici, ci despre un drept fundamental, care nu este respectat, despre problema educației culturale. Dacă vrem să reducem prăpastia dintre cei care au și cei care nu au acces la evenimente culturale și să reconstruim încrederea în instituțiile de cultură, avem nevoie de politici publice coerente, asumate împreună cu Educația și cu autoritățile locale, nu de soluții conjuncturale sau de evenimente pasagere, unele discutabile calitativ. Cultura înseamnă continuitate, educație și participare, iar acest Barometru este pentru noi atât un semnal de alarmă, cât și un instrument serios de lucru, care elimină metaforele din discuțiile noastre și vine cu claritatea cifrelor.” (Ministrul Culturii, András István Demeter)

Chiar dacă, în 2025, Timișoara nu a publicat o strategie culturală nouă, adoptată oficial pentru perioada curentă, Primăria și instituțiile culturale subordonate continuă să asigure sustenabilitatea și moștenirea titlului de Capitală Culturală Europeană. Astfel, activitatea CCMT se bazează pe viziunea pe termen lung, stabilită la începutul mandatului de management, când direcția propusă a fost de a contura un rol reprezentativ pentru instituție în peisajul cultural timișorean, cu o identitate definită de un program cu obiective clare, în care să fie valorificate echipa instituției și rețeaua vastă de parteneri.

Ținând cont de cele enunțate mai sus și în deplin acord cu declarația Ministrului Culturii, activitatea Casei de Cultură a fost orientată spre acțiuni coerente, cu efect benefic și constant asupra creșterii gradului de educație al comunității, evitându-se total evenimentele pasagere, având drept unic efect creșterea masei de „viitori votanți mulțumiți”. Astfel, au fost dezvoltate următoarele direcții principale:

a) Continuarea misiunii de educație culturală prin dezvoltarea programului EDUPOL

Aceasta implică organizarea de activități de educație culturală, pe diverse arii tematice: arte vizuale, în cadrul LIR'ART (activitatea Galeriei Rotonda); teatru și musical, prin MUSIC^{ALL} și LIRA ON STAGE (organizarea de spectacole de teatru pentru publicul tânăr); carte, prin LIRA BOOKS (Bookfest, lansări, prezentări de carte, teatru-lectură și ateliere de lectură, întâlniri cu scriitori români cunoscuți, pentru toate categoriile de public); comunicare, printr-un newsletter și ziarul „Lira”, care ajunge lunar la 3.000-5.000 de persoane. Tot în cadrul programului EDUPOL a fost organizată „Marea dictare urbană”, un eveniment extraordinar, care a transformat Piața Libertății într-o mare sală de clasă, în numele limbii române, scrise corect.

b) Constituirea unei stagiuni a Casei de Cultură

2025 a prilejuit, pe de o parte, prezentarea producțiilor realizate în anii anteriori: „Harap-Alb”, „Vis de libertate”, „Iovan Iorgovan” și „Călător printre stele”. Pe de altă parte, stagiunea Casei de Cultură „s-a îmbogățit” cu două producții noi, în regia lui Cristian Brătoiu: „Teatru-n patru” (istoria teatrului pentru liceeni) și „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”, un proiect destinat publicului de 7-12 ani, realizat cu cofinanțarea Administrației Fondului Cultural Național.

c) Promovarea folclorului autentic și a valorilor tradiționale

Ansamblul „Timișul” este un garant al calității și al continuității – atât în proiecte cu caracter pur folcloric, cât și în cele care aduc împreună genuri muzicale și arii culturale tematice diverse, menite să diversifice categoriile de public și să stârnească interesul pentru folclor în rândul unor categorii socioprofesionale noi. Anul 2025 a adus, așadar, o expunere foarte intensă a Ansamblului „Timișul”, la toate evenimentele importante ale orașului și la cele internaționale, detaliate la capitolul E, al prezentului raport.

d) Activarea comunitară în cartiere

Activarea cartierelor a fost realizată cu mult timp în urmă, în jurul centrelor culturale de cartier din Fratelina, din Calea Lipovei și, ulterior, din Mehala și din Ronaț. Căminele culturale de cartier erau, în trecut, foarte active: în Mehala a activat o fanfară germană, coordonată de frații Sahn, în Freidorf existau grupuri de dansuri germane și maghiare ș.a.

În prezent, mai există câteva dintre clădirile acestor centre – cea din Calea Lipovei, care găzduiește Centrul pentru vârstnici „Mihail și Gavril” și cea de pe strada Horea, în care funcționează casa parohială atașată bisericii din Mehala.

Încetată de fosta administrație, activarea culturală comunitară în cartiere a fost reluată de Casa de Cultură, în timpul prezentului mandat de management. Astfel, CCMT a revenit de mai multe ori, pe parcursul anului 2025, în cartierele Timișoarei, cu proiecte precum Străzi pentru comunitate (zona Cetății), rugile de cartier (Calea Martirilor și Freidorf) și Povești din vecini (Parcul Pădurice, Parcul Dacia și Scuarul Thomas Edison, în cadrul programului EX-CENTRICA), dar și cu componente ale altor evenimente de pe Agenda culturală (Festivalul Inimilor, Târgul de Crăciun, Ziua Europei etc.).

e) Susținerea artiștilor locali și sprijinirea activităților culturale de tip amator

Galeria Rotonda a fost, în continuare, deschisă artiștilor timișoreni și operatorilor culturali parteneri: artiști timișoreni amatori, tineri care au avut nevoie de un „spațiu de lansare”, instituții de învățământ care și-au prezentat anumite proiecte etc. Activitățile organizate în acest spațiu al CCMT sunt detaliate la capitolul E al prezentului raport (secțiunea ETNOPOL).

2.

Orientarea activității profesionale către beneficiari

CONTEXT EUROPEAN

În Europa de Vest, activitatea caselor de cultură s-a transformat, dintr-un model de „difuzare culturală” (în care instituția decide ce consumă publicul), într-un model de „democrație culturală”, centrat pe participare activă și co-creare.

Pentru a ameliora constant gradul de orientare a activității instituțiilor statului către beneficiari, în Franța, de pildă, accentul este pus pe accesibilitate, prin inițiative precum:

- **Pass Culture** – o inițiativă a statului francez, prin care tinerii primesc o sumă de bani, sub formă de credit digital, pentru a fi cheltuită exclusiv pe activități și produse culturale: bilete la cinema, teatru, concerte sau festivaluri, achiziția de cărți, cursuri de artă și ateliere creative. Lansat la nivel național în 2021, programul a fost restructurat semnificativ în martie 2025, din motive bugetare. Pass Culture are și o componentă finanțată prin școli, care permite profesorilor să organizeze participarea la evenimente culturale pentru clasele de elevi.
- **Descentralizarea (Maisons des Jeunes et de la Culture / Case ale Tineretului și Culturii)** Acestea funcționează ca hub-uri de proximitate, unde activitatea este dictată de nevoile sociale ale cartierului, combinând arta cu educația civică.
- **Studii de referință:** Ministerul Culturii din Franța publică periodic un studiu intitulat „Pratiques culturelles des Français” („Practici culturale ale francezilor”), care analizează evoluția consumului cultural, pentru a adapta oferta instituțiilor la noile medii digitale și la diversitatea teritorială.

Ediția din 2025 a acestui studiu constată ascensiunea prezenței digitale (ecranele au devenit principalul mod de acces la cultură), declinul practicilor „clasice” (se observă tendința de scădere a frecvenței formelor culturale tradiționale – teatru, concerte de muzică clasică, operă), persistența fracturilor sociale (în ciuda democratizării, prin intermediul digitalului și al unor mecanisme precum Pass Culture, originea socială rămâne un factor determinant) și „întinerirea” conținuturilor (industriile culturale – Manga, jocuri video, seriale – ocupă un loc central, modificând însăși definiția a ceea ce este considerat „legitim” din punct de vedere cultural).

În același timp, Germania a dezvoltat conceptul de *Soziokultur*, unde centrele culturale funcționează ca platforme pentru dialog intercultural, bazându-se pe două principii fundamentale: participarea (dreptul beneficiarului de a decide programul instituțiilor de cultură) și educația culturală.

CONTEXT NAȚIONAL

Conform OUG 118/2006 privind înființarea, organizarea și desfășurarea activității așezămintelor culturale, activitatea Casei de Cultură a Municipiului Timișoara (CCMT) trebuie să se orienteze către beneficiari prin:

Garantarea accesului și a participării

Conform legii, misiunea principală a Casei de Cultură este „democratizarea culturii, prin servicii culturale de proximitate, orientarea activităților dinspre centru către cartiere (descentralizare) și prin asigurarea diversității (programele trebuie să reflecte nevoile tuturor grupurilor sociale, inclusiv minorități etnice, seniori, tineri)”.

Astfel, dacă Opera și Filarmonica ies foarte rar în spațiul public, activitatea lor desfășurându-se cu precădere în sălile proprii, iar produsul cultural propus de teatre nefiind, de cele mai multe ori, adaptat spațiului public, creșterea unui public selectiv, informat, nu este posibilă decât cu ajutorul Casei de Cultură, deoarece:

- nefiind o instituție „de nișă”, aceasta are o adresabilitate largă și livrează cultură de calitate tuturor, fiind singura instituție culturală a orașului dedicată în mod real publicului larg și singura în măsură să ridice nivelul de educație culturală al comunității
- CCMT nu este doar un „furnizor de spectacole”, ci și un „facilitator de experiențe culturale în comunitate”, punând accent pe omniprezența sa în spațiul public, pe calitatea conținutului cultural propus, pe caracterul educativ al acestuia și pe integrarea acestui conținut într-un demers amplu, bazat pe un proiect pe termen lung, imposibil de realizat într-un cadru privat, neinstituțional

Producția culturală și educația permanentă

Instituția nu este doar un organizator, ci un producător de cultură vie. Aceasta include:

- susținerea industriilor creative locale, prin punerea la dispoziție, pentru artiștii locali, a Sălii Lira, a Galeriei Rotonda sau chiar a scenei evenimentelor organizate de CCMT (Târgurile de Crăciun și Paște, evenimentele din cartiere etc.)
- menținerea și dezvoltarea ansamblurilor, ca formă de educație non-formală pentru beneficiari. Desigur, Ansamblul „Timișul” este un pilon important, în jurul căruia se coagulează acest tip de educație prin artă, însă, în anul 2025, Casa de Cultură s-a implicat și în alte inițiative de susținere a ansamblurilor locale, prin implicarea acestora în evenimentele orașului și prin sprijinirea, pe alocuri, a activității acestora (corala „Carmina Dacica”, corala „Sabin Drăgoi” etc.)
- educația prin artă, prin programul de educație culturală EDUPOL și producții noi, menite să crească nivelul cultural al publicului larg: „Teatru-n patru”, „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”

Planificarea participativă

Conform studiilor care au fundamentat Strategia culturală a orașului, orientarea către beneficiari presupune consultarea publicului (programele trebuie să fie rezultatul unui dialog cu comunitatea, nu numai decizii administrative) și evaluarea impactului (raportarea unor indicatori de performanță nu doar cantitativi, ca număr de spectatori, ci și calitativi, privind gradul de satisfacție și coeziune socială generat). În acest sens, în 2025 a fost esențială prezentarea publică a studiilor realizate cu acest scop, în

cadrul evenimentului „Cultura, încotro?”, care a pus la dispoziția operatorilor culturali locali date și informații despre proiecte culturale gestionate de CCMT, cu impact la nivelul întregii comunități.

Digitalizarea și transparența

Interacțiunea cu beneficiarii este facilitată prin platforme digitale – site-urile www.casadeculturatm.ro, www.festivalulinimilor.ro (creat în 2025), în vederea accesului facil la informații despre evenimentele instituției, despre anumite reglementări și regulamente (târguri, concursuri, audii pentru arta stradală etc.) sau despre înscrierea la cursurile de dans ale Ansamblului „Timișul”.

Transparența finanțării

Beneficiarii CCMT au permanent acces la modul în care Municipality susține cultura locală prin Casa de Cultură, care pune constant la dispoziția publicului informații în presa locală sau la cerere, în baza Legii 544/2001, privind liberul acces la informațiile de interes public, stabilind dreptul oricărei persoane de a avea acces neîngrădit la informațiile deținute de autoritățile și instituțiile publice.

3.

Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse

În 2025, principalele direcții de acțiune ale CCMT s-au bazat pe:

a) Dezvoltarea de noi programe artistice și consolidarea celor existente

Pe de o parte, a fost continuată recuperarea celor peste 20 de ani de absență a activității culturale proprii, în care unica direcție vizibilă a fost finanțarea de proiecte realizate de terți, pe Agenda culturală și pe lista finanțărilor nerambursabile. Pe de altă parte, 2025 a fost un an al inovării activității instituției prin introducerea de elemente noi în majoritatea proiectelor și programelor, evidențiate la capitolul E, punctele 6 și 7, ale prezentului raport.

b) Inovarea și modernizarea activității CCMT

Inovarea și modernizarea activității CCMT a constat, în 2025, în creșterea accesibilității activității instituției, prin:

- utilizarea codurilor QR pe afișe, care duc la site sau la programul detaliat al evenimentului
- utilizarea codurilor QR la evenimentele de anvergură (Târgul de Crăciun, pe căsuțe)
- utilizarea cipurilor NFC, inserate în inimi din material textil, pentru direcționarea publicului la landing page-ul Festivalului Inimilor și, după Festivalul Inimilor, la site-ul CCMT
- înscrierea online la evenimente precum Marea dictare urbană și Târgul de Crăciun, prin utilizarea platformei Google Forms
- utilizarea de grupuri tematice whatsapp (două grupuri EDUPOL, pentru comunicarea cu școlile, respectiv cu liceele din Timișoara; crearea și utilizarea unui grup whatsapp cu artiștii timișoreni amatori, participanți la Târgul de Crăciun sau Târgul de Paște etc.)

c) Atragerea de noi audiențe și dezvoltarea celor existente

Casa de Cultură devine, pe zi ce trece, un reper, un operator cultural din ce în ce mai recunoscut pentru calitatea produselor sale culturale și, în consecință, căutat, frecventat de categorii noi de public și refrecventat de publicul devenit fidel, mereu în căutare de experiențe culturale excelente și accesibile, în același timp.

d) Susținerea formării continue a personalului administrativ și artistic

Membrii Ansamblului „Timișul” trebuie să aibă o filosofie a dedicării și a practicii continue, dar și a deprinderii versatilității, atunci când este vorba despre reinterpretația folclorului, în contexte creative adecvate. De aceea, am optat atât pentru asocieri muzicale inedite, generatoare de provocări: implicări în spectacole („Harap-Alb”, „Iovan Iorgovan”), asocieri cu trupe din alte spectre muzicale (Bajaga i Instruktori, Zdob și Zdub, Elena Gheorghe & Band etc.).

e) Consolidarea și extinderea relațiilor internaționale ale instituției

Prin activitatea sa, Casa de Cultură are, ca principală preocupare, publicul local, însă relațiile internaționale trebuie, la rândul lor, create și dezvoltate. Acest lucru se realizează mai ales prin activitatea Ansamblului „Timișul”, care ajută la crearea de punți cu instituții și colaboratori de dincolo de hotare. Parteneriatele internaționale încheiate în 2025 sunt descrise la pagina 9, a prezentului raport.

Și în 2025, activitatea instituției noastre a ținut cont de criteriile fundamentale definite anterior, pentru a armoniza așteptările publicului cu principalele obiective ale unei paradigme culturale urbane contemporane:

CALITATE & ACCESIBILITATE

- Adaptarea unor conținuturi culturale de calitate la nivelul de receptare al publicului larg: concerte de muzică clasică în spațiul public, în interpretarea orchestrelor și a formațiilor de cameră locale sau invitate, în cadrul evenimentelor organizate de CCMT: Târgul de Crăciun, Târgul de Paște, Cireșar etc.
- Îmbunătățirea paradigmei culturale urbane timișorene prin adaptarea permanentă a regulamentelor cu impact în spațiul public (comerț stradal, artă stradală etc.), bazându-ne pe experiențe concrete, din cadrul evenimentelor.

DIVERSITATE & REPREZENTATIVITATE

- Alcătuirea programelor culturale prezentate în spațiul public astfel încât acestea să fie reprezentative pentru categorii cât mai diverse de beneficiari, în funcție de vârstă, sex, etnie, nivel de educație, apartenență socială ș.a.

CONTINUITATE

- Asigurarea continuității pentru proiectele cu tradiție confirmată (Festivalul Inimilor), pentru cele desființate de administrația anterioară, însă dovedite benefice pentru comunitățile din cartiere (rugile și celelalte evenimente de cartier)
- Asigurarea continuității pentru spectacolele realizate în primii ani de mandat, care fac parte din repertoriul Casei de Cultură: „Harap-Alb”, „Iovan Iorgovan”, „Vis de libertate”, „Călător printre stele”, „Minunile Sfântului Iosif cel Nou de la Partoș”, „Ana Lugojana”, „Colaj Eminescu”, prezentate la evenimentele orașului
- Prezentarea repetată, în vederea asigurării continuității, pentru producțiile realizate în 2025: „Teatru-n patru” și „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”)

CREATIVITATE

Grija de a înnoi permanent paradigma evenimentelor existente, prin introducerea unor elemente noi – acțiuni menite să acceseze categorii noi de public: Marea dictare urbană, în cadrul EDUPOL, reinterpretarea evenimentului dedicat minorităților etnice sub brandul MulticulTiM, amenajarea unei plaje urbane și a unei activări de tip „Radio Vacanța” la Cireșar, asocierea orchestrei Ansamblului „Timișul” cu trupe de notorietate, precum Zdob și Zdub etc.

ESTETICĂ

Continuarea schimbării în bine a cadrului în care se desfășoară evenimentele organizate în spațiul public, prin achiziționarea de infrastructură (decorațiuni, corturi, mese etc.) și prin implicarea unor specialiști: regizori de culise, scenografi, peisagiști.

C.

**ORGANIZAREA, FUNCȚIONAREA INSTITUȚIEI ȘI PROPUNERI DE
RESTRUCTURARE ȘI/SAU DE REORGANIZARE, PENTRU MAI BUNA
FUNCȚIONARE, DUPĂ CAZ**

1.

Măsurile de organizare internă

INSTRUMENTE DE MANAGEMENT, REGLEMENTARE ȘI ORGANIZARE INTERNĂ

Măsurile de organizare internă ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara (CCMT) au fost reglementate, în 2025, prin:

- **ROF (Regulamentul de Organizare și Funcționare)**, care este instrumentul principal de management, aprobat de Consiliul Local, oferind angajaților o viziune comună asupra structurii și responsabilităților instituției. De asemenea, ROF vizează eficiența administrativă, transparența și orientarea către comunitate.
- **ROI (Regulamentul de Organizare Internă)**, menit să asigure buna funcționare administrativă și disciplinară a instituției. Conform legislației muncii (Codul Muncii) și normelor interne, obiectivele acestui document sunt definirea clară a obligațiilor angajaților, a programului de lucru și a normelor de conduită profesională; stabilirea modului de comunicare și subordonare între cele 34 de posturi din organigramă; gestionarea timpului de lucru și adaptarea la specificul activității instituției, care implică adesea muncă în weekend sau în afara orelor standard de birou; definirea procedurilor pentru cercetarea disciplinară și a sancțiunilor aplicabile în cazul nerespectării regulilor interne; stabilirea măsurilor generale pentru protecția angajaților și a publicului care frecventează spațiile Casei de Cultură; stabilirea unor reguli privind protejarea patrimoniului instituției – echipamente, infrastructură de eveniment, costume populare etc.
- **Regulamente specifice pentru evenimente sau anumite componente ale activității instituției**
CCMT emite regulamente detaliate pentru fiecare componentă a activității sale în care acestea sunt necesare (activitatea Ansamblului „Timișul”, activitatea comercială la anumite evenimente, arta stradală sau organizarea unor concursuri ca Festivalul-concurs „Luca Novac”, Marea dictare urbană, Circuit 89 etc.).

COORDONATE DE ORGANIZARE INTERNĂ A INSTITUȚIEI

Structura organizatorică

- conform statului de funcții valabil în 2025, instituția funcționează cu o organigramă ce cuprinde 34 de posturi contractuale, dintre care 2 posturi de conducere și 32 de execuție.
- conducerea este asigurată de un Director, care își desfășoară activitatea pe baza unui contract de management
- organizarea este împărțită pe compartimente specializate
- funcțiile din cadrul Casei de Cultură a Municipiului Timișoara sunt prevăzute în Legea cadru privind salarizarea personalului plătit din fonduri publice nr. 153/2017 anexa III – Familia ocupațională „Cultură”, capitolul I, punctul II – Alte instituții de spectacole sau concerte și în anexa VIII – cap. II, B, punctul I, b), Familia ocupațională „Administrație”

Structura organizatorică a Casei de Cultură a Municipiului Timișoara cuprinde următoarele structuri și compartimente:

- Conducere (director/manager)
- Contabil-șef
- Centrul folcloric ETNOPOL, cu Compartimentul Muzică populară și Compartimentul Dansuri populare
- Compartimentul Organizare evenimente și proiecte culturale
- Compartimentul de educație culturală EDUPOL
- Compartimentul Financiar-contabil

- Compartimentul Juridic-Resurse umane
- Compartimentul Administrativ-tehnic

Acestora li se alătură Consiliul administrativ (cu rol deliberativ) și Consiliul artistic (cu rol consultativ).

Finanțare și transparență

Activitatea CCMT este finanțată prin subvenții de la bugetul local al Municipiului Timișoara, venituri proprii, sponsorizări și donații. Utilizarea sumelor alocate este supusă normelor de transparență, datele fiind raportate public.

Infrastructură culturală

Organizarea internă include gestionarea spațiilor proprii – Sala Lira, Galeria Rotonda și Parcul Rozelor, care sunt puse la dispoziția comunității.

2.

Propuneri privind modificarea reglementărilor interne

Modificarea reglementărilor interne ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara este necesară pentru a răspunde dinamicii culturale actuale, pentru a consolida relația cu publicul și pentru a crește impactul activităților culturale la nivel local.

Toate regulamentele care fac referire la organizarea internă a instituției sunt permanent actualizate, cu precădere în funcție de anumite experiențe concrete. Astfel, în 2025 au fost adaptate:

- Regulamentul intern al Ansamblului „Timișul”
- Procedura internă privind circuitul documentelor, în vederea fluidificării fluxului documentelor și al efectuării plăților
- Procedura internă de selecție a artiștilor colaboratori la evenimentele instituției

De asemenea, în 2025 a fost reglementată punerea la dispoziție gratuită a Parcului Rozelor, în cazul universităților și al cultelor.

Alte propuneri binevenite, care pot ameliora activitatea instituției în viitor, ar fi:

Actualizarea atribuțiilor personalului în raport cu dezvoltarea publicului

Modificarea fișelor de post pentru anumite funcții, prin includerea de atribuții legate de relația cu publicul, cu comunitatea și de colectarea feedbackului, în vederea evaluării impactului cultural al activităților.

Reglementarea procedurilor de consultare publică

Introducerea unei proceduri interne care să prevadă organizarea anuală a cel puțin unei consultări publice (dezbateri, sondaj, focus-grup), în vederea implicării comunității locale în definirea programelor culturale, a creșterii transparenței instituționale și a consolidării rolului Casei de Cultură ca actor comunitar.

3.

Sinteza activității organismelor colegiale de conducere

CONSILIUL ADMINISTRATIV

Președinte: Camelia Fetița, Director CCMT

Membri: Alina Iliescu, contabil-șef CCMT; Cristinel Bălțeanu, reprezentant al salariaților; Deian Galetin, reprezentant al Departamentului folcloric; Simion Moșiu, reprezentant al Consiliului Local; Monica Sava, reprezentantul autorității

Secretar: Cristina Prelipcian, consilier juridic

În anul 2025, Consiliul administrativ s-a întrunit de trei ori, în 11 februarie, 24 aprilie și 17 septembrie.

SUBIECTE ABORDATE

11 februarie 2025

- Prezentarea Raportului de activitate al Directorului CCMT pentru anul 2024
- Prezentarea bugetului propus pentru anul 2025
- Prezentarea Agendei culturale și fuzionarea evenimentului Ziua Timișoarei cu City Celebration
- Modificarea taxelor și tarifelor (bilete spectacole, taxe de închiriere Sala Lira, Parcul Rozelor, mobilier urban, abonament cursuri de dans Ansamblul „Timișul”, taxă participare Târgul de Paște, produse alimentare/nealimentare/activități recreative)
- Trecerea în administrarea Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, prin HCL, a zonei de spectacol/public a Teatrului de Vară din Parcul Rozelor
- Prezentarea Regulamentului pentru Târgul de Paște
- Atribuirea numelui „Luca Novac” unei străzi din Timișoara
- Acordarea de permise de transport STPT gratuite, pentru angajați și membrii Ansamblului „Timișul”

24 aprilie 2025

- Oportunitatea trecerii prin HCL a Agendei culturale CCMT
- Dezbaterea listelor de investiții, reparații, obiecte de inventar, ca urmare a aprobării filei de buget
- Soluții pentru obținerea gratuității pe mijloacele de transport în comun pentru angajații instituției

17 septembrie 2025

- Reactualizarea prețurilor pentru închirierea spațiilor administrate de instituție și a condițiilor pentru acordare de gratuitate
- Stabilirea taxelor aferente Târgului de Crăciun – ediția 2025
- Atribuirea denumirii „Luca Novac” unei străzi din municipiul Timișoara
- Prezentarea raportului financiar al instituției până la data de 31.08.2025
- Informare privind controlul ISU din data de 08.07.2025

CONSILIUL ARTISTIC

Președinte: Camelia Fetița, Director CCMT

Membri: Iosif Tasi, artist vizual; Dana Constantin, Președinte UAP; Prof. univ. dr. Adriana Lucaciu, artist vizual și reprezentant al Facultății de Arte și Design, UVT; Robert Șerban, scriitor; Prof. dr. Maria Gyuris, Liceul de Artă „Ion Vidu”; Prof. dr. Mirela Puia, actor/regizor; Simina Ivan, soprană, Viena; Roxana Morun, realizator emisiuni, TVR Timișoara; Daniel Tellman, arhitect, Președinte O.A.R.; Radu Popa, dirijor, Filarmonica „Banatul”; Laurian Micu, profesor, Liceul Teoretic Special „Iris”.

Secretar: Cristina Prelipcian, consilier juridic

Având în vedere componența numeroasă a Consiliului artistic, în anul 2025 nu a fost organizată o ședință cu participarea fizică a membrilor, care au fost consultați de mai multe ori, pe parcursul anului, în legătură cu următoarele subiecte:

- Proiecte/activități noi pentru Sala Lira, în vederea introducerii acestora în mentalul colectiv, ca sală de spectacole a orașului, cu o stagiune proprie
- Recomandarea de artiști și activități, în cadrul Agendei culturale 2025

4.

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

CONCURSURI

Ca urmare a vacanței postului de Referent, grad IA, studii medii, la Compartimentul Educație culturală – EDUPOL, în perioada 16.06.2025 - 16.07.2025, a fost organizat concurs pentru ocuparea sa.

În urma desfășurării procedurii de concurs, postul a fost ocupat, noul angajat fiind încadrat începând cu luna iulie 2025.

EVALUARE

A fost efectuată evaluarea anuală a angajaților.

CURSURI

În anul 2025, bugetul destinat activităților de pregătire profesională a personalului din cadrul CCMT nu a fost aprobat. Această situație a fost generată de măsurile de limitare a cheltuielilor din fonduri publice și de aplicarea prevederilor art. XVII alin. (1) lit. f) din O.U.G. nr. 52/2025, care restricționează efectuarea cheltuielilor bugetare destinate formării profesionale.

În ciuda limitărilor și restricțiilor bugetare, conducerea instituției a identificat soluții pentru a permite parțial evoluția profesională a angajaților, în domenii în care acest aspect a fost obligatoriu. Astfel, doi angajați ai Compartimentului financiar-contabil au participat la cursul „Control financiar preventiv – instrument de utilizare a fondurilor publice”, formare profesională strict necesară pentru desfășurarea corespunzătoare a activității de contabilitate și pentru respectarea normelor privind utilizarea și controlul fondurilor publice, fiind în concordanță și cu una dintre recomandările făcute de Corpul de control al Primarului Municipiului Timișoara, în urma misiunii din anul 2024.

În același context, al evoluției profesionale, coregrafii și opt dansatori ai Ansamblului „Timișul” au efectuat o deplasare la Chișinău, unde au participat la repetițiile Baletului Național „Joc”, de pregătire a celor trei spectacole destinate aniversării a 80 de ani de existență, ceea ce a contribuit la formarea profesională a coregrafilor și a dansatorilor Ansamblului.

Dincolo de deschiderea viziunii privind abordarea tehnică și administrativă în cadrul Ansamblului „Timișul”, deplasarea în Republica Moldova a prilejuit și încheierea unui parteneriat pentru organizarea unui spectacol comun, în 2026.

Deși nu se încadrează întru totul la capitolul „Cursuri”, se cuvin a fi menționate și activitățile de educație culturală destinate membrilor Ansamblului „Timișul”, de a căror formare continuă Casa de Cultură se ocupă, oferindu-le în fiecare an ocazii de „creștere culturală”. În 2025 au avut loc două astfel de evenimente:

- 27 martie 2025, Bookfest – întâlnire cu scriitorul Radu Paraschivescu
- 16 decembrie 2025, Sala Lira – seară de teatru, prin prezentarea piesei „Zeul măcelului”, de Yasmina Reza, în interpretarea unor actori timișoreni

SANȚIUNI - - -

EXAMENE DE PROMOVARE

În conformitate cu prevederile art. 68 alin. (1) și (4) din H.G. nr. 1336/2022 pentru aprobarea Regulamentului-cadru privind organizarea și dezvoltarea carierei personalului contractual din sectorul bugetar plătit din fonduri publice, în anul 2025 au fost organizate examene de promovare în gradul profesional imediat superior celui deținut. Aceste examene au fost destinate personalului contractual de execuție din cadrul instituției, cu respectarea condițiilor și procedurilor legale aplicabile.

În urma desfășurării acestor probe, 9 angajați au promovat și au fost încadrați în noul grad profesional, beneficiind de drepturile salariale și funcționale corespunzătoare. Totodată, acestora le-au fost atribuite responsabilități suplimentare și atribuții adaptate noului nivel profesional, în conformitate cu fișele posturilor și cu necesitățile operative ale instituției.

MODIFICARE FIȘE DE POST

Subdimensionarea echipei CCMT atrage după sine faptul că mai mulți dintre angajați se află adesea în situația de a face mai multe lucruri. De aceea, în 2025 a fost modificată fișa postului pentru doi dintre angajații instituției: cea a impresarului, care, în calitate de fost dansator al Ansamblului „Timișul”, a fost desemnat să ajute coregraful la grupele de adolescenți ale Ansamblului; și cea a secretarului literar, angajat în cadrul Compartimentului Organizare evenimente, căruia i s-au adăugat atribuții ce țin de relația între instituții și de organizarea de evenimente.

NEGOCIEREA CONTRACTULUI COLECTIV DE MUNCĂ

Având în vedere prevederile art. 97 din Legea nr. 367/2022 a dialogului social, conform cărora negocierea colectivă este obligatorie la nivelul unităților care au cel puțin 10 angajați/lucrători, precum și la nivel de sector de negociere colectivă, în anul 2025 a fost derulat procesul de negociere a Contractului Colectiv de Muncă pentru angajații CCMT. În urma acestor demersuri, Contractul Colectiv de Muncă a fost finalizat și înregistrat la Inspectoratul Teritorial de Muncă Timiș cu nr. 243/04.08.2025, producând efecte potrivit dispozițiilor legale în vigoare.

ANALIZA CALCULULUI VENITURILOR SALARIALE PENTRU PERSONALUL CCMT

La recomandarea verbală a inspectorului Curții de Conturi, care a efectuat un control de rutină în instituție, în anul 2024, în 2025 a fost făcută o analiză în ceea ce privește calcularea veniturilor salariale pentru personalul CCMT.

În urma analizei, au rezultat următoarele:

- În perioada 2017-2022, personalul contractual al familiei ocupaționale „Administrație”, din cadrul Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, a fost salarizat în baza HCLTM nr. 542/2017 și Anexa VIII a Legii nr. 153/2017.
- În perioada 2017-prezent, pentru personalul contractual al familiei ocupaționale „Cultură”, salariile de bază sunt prevăzute la Anexa nr. III din Legea cadru 153/2017 – Familia ocupațională de funcții Bugetare „Cultură”, Cap. I, Alte instituții de spectacole sau concerte, B. Alte unități bugetare de subordonare locală, precum și compartimentele de contabilitate, financiar, aprovizionare, investiții I. Salarii de bază pentru funcții de specialitate. Menționăm că, în perioada 2017-2022, salariul Directorului a fost încadrat pe Anexa III – Cultură din Legea 153/2017.
- În 2019, conform raportului PMT cu nr. de înregistrare 4209/29.11.2018, s-au acordat sporuri pentru condiții grele de muncă pentru următoarele funcții: director, dirijor, corepetitor, coregraf, maestru dans, consultant artistic, secretar literar, operator sunet, controlor bilete, impresar artistic, electrician, muncitor lăcătuș
- În 2022, conform HCL nr. 288/2022, pentru funcțiile de pe Anexa VIII – Administrație s-au stabilit coeficienți de ierarhizare pentru calcularea salariilor.
- Pentru a respecta principiul ierarhizării (art. 6, lit. f) din L153/2017) atât pe verticală, cât și pe orizontală, în cadrul aceluiași domeniu, cât și pentru a evita situația în care subalternul ar fi avut

salariul considerabil mai mare decât șeful său, în acest HCL s-au stabilit și coeficienți de ierarhizare pentru funcțiile de conducere director, contabil-șef și șef birou (cu salarii încadrate cf. L153/2017 Anexa III – Cultură).

- Ca urmare a aplicării acestor coeficienți, la salariile încadrate pe Anexa VIII – Administrație, au rezultat neconcordanțe salariale ierarhice (cu titlu de exemplu: salarii mai mari decât cel al directorului, la personalul subordonat). Prin urmare, salariile aferente celor 3 funcții de conducere au fost încadrate de pe Anexa III – Cultură, pe Anexa VIII-Administrație și li s-a aplicat coeficientul de ierarhizare.
- În 2024 s-a aplicat art. 1, alin. (1) și art. 2 din OUG nr. 115/2023 privind unele măsuri fiscal-bugetare în domeniul cheltuielilor publice, pentru consolidare fiscală, combaterea evaziunii fiscale, pentru modificarea și completarea unor acte normative, precum și pentru prorogarea unor termene, adică majorarea tuturor salariilor cu câte 5%, în ianuarie, iunie și septembrie.
- Pentru a adapta la legislația actuală sporurile acordate anumitor funcții în 2019, pe parcursul anului 2024 am înaintat către PMT două proiecte de HCL, înregistrate cu numerele MTM2024-025310/14.06.2024 și MTM2024-040130/15.10.2025.
- De asemenea, pentru aprobarea de sporuri pentru condiții vătămătoare de muncă destinate personalului încadrat pe Anexa VIII – Administrație, în concordanță cu salarizarea personalului administrativ din alte instituții de cultură subordonate Primăriei Timișoara, cu activitate asemănătoare cu cea a instituției noastre (cu titlu de exemplu, Filarmonica „Banatul”), am trimis către Cabinet Primar adresa nr. MTM2024-015253/29.03.2024, însoțită de buletinele de expertizare necesare evaluării și fundamentării unei decizii privind acordarea sau neacordarea acestor drepturi salariale. Aceasta a fost înaintată cu intenția de a fi o abordare preliminară, în vederea depunerii unui proiect de HCL, în acest sens. Până în prezent nu am primit niciun răspuns oficial la documentele depuse, proiectele de hotărâre fiindu-ne returnate fără observații, completări sau solicitarea de clarificări suplimentare, ceea ce indică lipsa unei analize efective sau a unui punct de vedere instituțional.

UTILIZAREA JUDICIOASĂ A RESURSELOR UMANE

În ciuda subdimensionării clare a resurselor umane, precizăm că CCMT se remarcă prin folosirea judicioasă a acestora, evitând subcontractarea serviciilor de fiecare dată când natura acestora o permite, acest lucru deosebind-o de alte instituții culturale similare sau asemănătoare.

5.

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

SALA LIRA și SPAȚIUL ADMINISTRATIV

Investiții și reparații Sala Lira:

- achiziționarea de moving headuri și de reflectoare de mici dimensiuni
- achiziționarea și montarea unui boiler la toaletele de la vestiare

Reabilitarea birourilor, toaletelor, magaziei și vestiarelor

Reabilitarea completă a toaletelor pentru public, de la parterul clădirii, cu amenajarea unei toalete destinate persoanelor cu dizabilități

Aviz ISU și autorizare

În iulie 2025 a avut loc un control al Inspectoratului pentru Situații de Urgență, în urma căruia a fost achiziționată o ușa antifoc, în vederea realizării unei ieșiri de urgență din Sala Lira.

PARCUL ROZELOR

În 2025, la scena din Parcul Rozelor s-au făcut doar reparații curente.

ALTE ELEMENTE DE PATRIMONIU

Firide

Pentru întreținerea celor 35 de firide de alimentare cu electricitate, aflate în custodia CCMT, a fost încheiat un contract cu o societate comercială. Cheltuielile pe care le implică aceste servicii sunt incluse într-o taxă de conectare/deconectare, aprobată de Consiliul administrativ al instituției și aplicată, începând din 2023, operatorilor culturali sau societăților care folosesc aceste firide. În 2025 s-au încheiat 27 de contracte de închiriere cu organizatori de evenimente, în valoare de 27.000 lei, precum și trei parteneriate de punere gratuită la dispoziție, cu instituții partenere.

Costume Ansamblul „Timișul”

Au fost confecționate, pentru Ansamblul „Timișul”, costume și ținute civile, pentru anumite evenimente: 28 ținute civile (Ambasadă) fete; 12 perechi costume sârbești; 12 cămăși Bihor, băieți; 6 costume Oaș, băieți; 2 costume Oaș, fete; 12 albituri (poale și ii) Banat, fete; 12 albituri (pantaloni și cămăși) Banat, băieți. De asemenea:

- au fost realizate reparații importante la camioneta și autoturismul de serviciu
- s-a investit în decorațiuni de Crăciun și de Paște
- având în vedere că patrimoniul de decorațiuni și infrastructura instituției au crescut în fiecare an, a fost închiriată o nouă hală de depozitare, aflată în zona centrală a orașului, pentru a facilita accesul la anumite elemente necesare cu precădere la Sala Lira: decoruri producții proprii, arhivă contabilitate, costume Ansamblul „Timișul”, mobilier etc.

O parte din patrimoniul instituției (Galeria Rotonda, Sala Lira și Teatrul de Vară din Parcul Rozelor) este valorificată în vederea obținerii de venituri proprii sau în cadrul unor parteneriate reciproc avantajoase. Acestea contribuie la promovarea instituției și la diversificarea categoriilor de public.

O analiză succintă a acestor demersuri duce la următoarele rezultate:

ÎNCHIRIERI/PARTENERIATE SALA LIRA

Numele evenimentului:	„Escrocul sentimental”, „Secrete”, „Umor sau omor?”
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacole de teatru de amatori
Partener/Organizator:	PF Harag Alexandra
Perioada/data:	2, 8 februarie 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (public adult, din lumea artistică):	200
(închiriere)	
Numele evenimentului:	„The Gift”
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacol pentru copii, după cartea Normei Bristol Fischer
Partener/Organizator:	PF Marius Vlăduțoiu
Perioada/data:	16 aprilie 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (public adult, din lumea artistică):	150
(închiriere)	
Numele evenimentului:	Concurs Național „Armonii divine”
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacol
Partener/Organizator:	Școala Ramona Iatan
Perioada/data:	10 mai 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (copii, tineri și familiile acestora):	150
(închiriere)	

Numele evenimentului:	Seară de dansuri maghiare
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacol
Partener/Organizator:	Ansamblul de dansuri maghiare „Eszterlánc”
Perioada/data:	17 mai 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (public divers, etnici maghiari): (închiriere)	150
Numele evenimentului:	„Adevăr și minciună”, „Prins între două lumi”, „Noi doi”
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacole de teatru de amatori
Partener/Organizator:	PF Harag Alexandra
Perioada/data:	24, 25, 31 mai 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (public adult, din lumea artistică): (închiriere)	360
Numele evenimentului:	Curs de formare profesională asistenți medicali școlari
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Curs
Partener/Organizator:	Primăria Timișoara
Perioada/data:	20 octombrie
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (asistenți medicali): (parteneriat)	60
Numele evenimentului:	Concurs Național „Tinere Talente”
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacol
Partener/Organizator:	Liceul Teoretic Special „Iris”
Perioada/data:	20 octombrie
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (public școlar, cadre didactice): (parteneriat)	130
Numele evenimentului:	Imagini. Sunet. 89
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacol teatral
Partener/Organizator:	Universitatea de Vest, Facultatea de Arte și Design
Perioada/data:	24, 25 octombrie 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (studenți): (închiriere)	100
Numele evenimentului:	Concurs vocal „Armonii în culorile toamnei”
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacol
Partener/Organizator:	Școala Ramona Ghimpu
Perioada/data:	15 noiembrie 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (copii și familiile acestora): (închiriere)	150
Numele evenimentului:	Concurs Kendama
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Concurs
Partener/Organizator:	Școala Gimnazială Nr. 27
Perioada/data:	16 decembrie 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Sala Lira
Numărul de participanți (public școlar): (parteneriat)	150

ÎNCHIRIERI/PARTENERIATE PARCUL ROZELOR

Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Marșul Învierii
Partener/Organizator:	A.E. Isus Speranța României
Perioada/data:	21 aprilie
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți (comunitatea neoprotestantă): (parteneriat)	2.000
Numele evenimentului:	Festivalul tinerilor
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Festival
Partener/Organizator:	Organizația centrală a familiilor Kolping din România
Perioada/data:	16-17 mai 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți (public tânăr – elevi, studenți): (parteneriat)	2.000
Numele evenimentului:	Ceremonie absolvire
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Fundația UVT
Partener/Organizator:	24 mai 2025
Perioada/data:	Parcul Rozelor
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	2.000
Numărul de participanți (studenți, aparținători): (parteneriat)	
Numele evenimentului:	Sărbătoarea Rusaliilor
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Eveniment cu caracter religios
Partener/Organizator:	Biserica Penticostală „Filadelfia”
Perioada/data:	9 iunie 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți (comunitatea neoprotestantă): (închiriere)	2.000
Numele evenimentului:	Ceremonie absolvire USVT
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	---
Partener/Organizator:	Aniversez
Perioada/data:	20 iunie
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți (studenți, aparținători): (închiriere)	2.000
Numele evenimentului:	Ceremonie absolvire UPT
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	---
Partener/Organizator:	Aniversez
Perioada/data:	8 iulie
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți (studenți, aparținători): (închiriere)	2.000
Numele evenimentului:	---
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Eveniment cu caracter religios
Partener/Organizator:	Asociația „Misiunea Speranța”
Perioada/data:	12 iulie 2025
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți (comunitatea neoprotestantă): (închiriere)	2.000
Numele evenimentului:	---
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Eveniment cu caracter religios
Partener/Organizator:	Asociația Miros de Cer
Perioada/data:	18 iulie
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți (comunitatea neoprotestantă): (închiriere)	2.000

Numele evenimentului:	Festivalul de Teatru și Operetă
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacol
Partener/Organizator:	ONR Timișoara
Perioada/data:	2-8 septembrie
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți (public larg):	8.000
(parteneriat)	
Numele evenimentului:	Concert vocal-simfonic extraordinar
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Concert
Partener/Organizator:	Filarmonica „Banatul”
Perioada/data:	12-13 septembrie
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți:	2.500
(parteneriat)	
Numele evenimentului:	Absolvire UMFT
Tip eveniment (expoziție, concert, spectacol, altceva):	Spectacol
Partener/Organizator:	Aniversez
Perioada/data:	17, 18, 19, 21, 22, septembrie
Locul de desfășurare (Rotonda, Lira, Parcul Rozelor):	Parcul Rozelor
Numărul de participanți (studenți, aparținători):	10.000
(închiriere)	

6.

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

În data de 08.07.2025, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara a fost supusă unui control din partea Inspectoratului pentru Situații de Urgență, în urma căruia a fost aplicată o sancțiune cu avertisment.

Conform constatărilor și prevederilor legale, Casa de Cultură a fost obligată, între altele, să dispună de o a doua ieșire de urgență, pentru a obține autorizația de securitate la incendiu, conform normativului cu indicativ P118-I/2025, în vederea evitării aplicării unor sancțiuni contravenționale de minim 20.000 lei, urmate de altele, mai grave.

În conformitate cu reglementările privind siguranța la incendiu și pentru a asigura protecția angajaților și a publicului Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, luni, 22 septembrie 2025, a avut loc o întâlnire la sediul Biroului Avizare/Autorizare din cadrul ISU Timiș. La întâlnire au participat reprezentanți ISU, reprezentanți ai CCMT și, din partea Primăriei, în calitate de proprietar al imobilului, Doamna Loredana Gavrilovici (SALVO).

În urma controlului au fost luate următoarele măsuri:

- inițierea de demersuri pe lângă Primăria Timișoara, în vederea modificării prin HCL a contractului de utilizare a sediului instituției – de la dare gratuită în folosință, la administrare
- achiziționarea unei uși antifoc, în vederea realizării unei ieșiri de urgență din Sala Lira

D.

**EVOLUȚIA SITUAȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE
A INSTITUȚIEI**

1.

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

BUGETUL DE VENITURI (SUBVENȚII/ALOCAȚII, SURSE ATRASE/VENITURI PROPRII)

DENUMIRE INDICATORI	Buget aprobat 2025 (lei)	Buget realizat 2025 (lei)	Grad de realizare 2025 (%)	Buget aprobat 2024 (lei)	Buget realizat 2024 (lei)	Grad de realizare 2024 (%)
Venituri totale	17.700.120	17.121.856	99	20.197.510	19.637.863	98
Alocații de la bugetul local (salarii+agenda cult.+motor+investiții)	15.012.780	13.035.071	87	16.847.510	16.693.888	99
Venituri proprii (taxe+surse atrase)	2.687.340	2.486.214	93	3.350.000	2.943.975	88
Taxe, venituri închirieri, bilete, cursuri de dans	2.320.560	2.169.435	94	3.350.000	2.661.475	80
Surse atrase	366.780	316.779	87	0	282.500	0
Sponsorizări	116.780	116.779	99	0	116.779	0
Finanțare nerambursabilă	250.000	200.000	80	0	0	0
Excedent 2024	0	1.235.497	0	0	0	0

BUGETUL DE CHELTUIELI (DIN SUBVENȚII/ALOCAȚII, SURSE ATRASE/VENITURI PROPRII)

DENUMIRE INDICATORI CAPITOL BUGETAR	Clasificația	Buget aprobat 2025 (lei)	Buget realizat 2025 (lei)	Grad de realizare 2025 (%)
Total cheltuieli (Funcționare + Dezv.)		18.935.620	17.790.993	94
Secțiunea de funcționare		18.435.620	17.357.368	95
Cheltuieli curente		18.435.620	17.357.368	95
Titlul I Cheltuieli de personal	10	3.748.280	3.654.029	98
Cheltuieli salariale în bani	10.01	3.657.110	3.566.763	98
Salarii de bază	10.01.01	3.306.651	3.293.273	99
Spor pentru condiții de muncă	10.01.05	196.049	138.323	71
Alte sporuri	10.01.06	27.110	19.506	72
Indemnizații de hrană	10.01.17	117.300	113.032	97
Alte drepturi salariale	10.01.30	10.000	2.629	27
Cheltuieli salariale în natură	10.02	7.570	7.567	99
Vouchere de vacanță	10.02.06	7.570	7.567	99
Contribuții	10.03	83.600	79.699	96
Contribuția asiguratorie de muncă	10.03.07	83.600	79.699	96
Titlul II Bunuri și servicii	20	14.687.340	13.703.339	94
Bunuri și servicii	20.01	7.147.230	6.781.550	95
Furnituri de birou	20.01.01	25.000	21.388	86
Materiale pentru curățenie	20.01.02	2.400	0	0
Încălzit, iluminat și forță motrică	20.01.03	523.000	303.669	58
Apă, canal și salubritate	20.01.04	27.000	12.320	46

Carburanți și lubrifianți	20.01.05j	66.000	22.114	34
Piese de schimb	20.01.06	16.000	11.821	74
Transport	20.01.07	236.300	190.287	81
Poștă, telecomunicații, radio și internet	20.01.08	18.000	16.849	94
Materiale și prestări servicii cu caracter funcțional	20.01.09	2.655.200	2.655.121	99
Alte bunuri și servicii pentru întreținere și funcționare	20.01.30	3.578.330	3.547.981	99
Reparații curente	20.02	170.000	69.964	42
Bunuri de natura obiectelor de inventar	20.05	492.900	438.518	89
Uniforme și echipamente	20.05.01	168.300	118.054	71
Alte obiecte de inventar	20.05.30	324.600	320.464	99
Deplasări, detașări, transferări	20.06	320.000	264.770	83
Deplasări interne	20.06.01	260.000	236.593	91
Deplasări în străinătate	20.06.02	60.000	28.177	47
Alte cheltuieli	20.30	6.557.210	6.148.537	94
Reclamă și publicitate	20.30.01	198.200	184.272	93
Prime de asigurare non viață	20.30.03	3.500	3.304	95
Chirii	20.30.04	723.200	631.503	88
Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	20.30.30	5.632.310	5.329.458	95
Cheltuieli de capital	70	500.000	433.625	87
Titlul XV Active nefinanciare	71	500.000	433.625	87
Active fixe	71.01	500.000	433.625	87
Mobilier, aparatură birotică și alte active corporale	71.01.03	500.000	433.625	87

2.

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

Nr. crt.	INDICATORI DE PERFORMANȚĂ	PERIOADA EVALUATĂ 01.01.2025-31.12.2025	2024
1	Cheltuieli pe beneficiar (subvenție salarii, agendă, motor, cu venituri + sold furnizori - cheltuieli de capital / nr. de beneficiari neplătitori)	17.357.368 / 2.985.130 = 5,81 lei	9,03
2	Fonduri nerambursabile	250.000	0
3	Număr de activități educaționale (EDUPOL)	27	33
4	Număr de apariții media (fără comunicate de presă)	354	208
5	Număr estimat de beneficiari neplătitori	2.985.130	2.100.007
6	Număr de beneficiari plătitori (cursuri de dans, bilete)	2.509 bilete 140 cursuri	3.128 bilete 140 cursuri
7	Număr de reprezentații	Nu se aplică.	Nu se aplică.
8	Număr de proiecte/acțiuni culturale	150	189
9	Venituri proprii din activitatea de bază (venituri din vânzări bilete + venituri din cursuri de dans)	104.344	147.560
10	Venituri proprii din alte activități (târguri, alte evenimente)	2.065.091	2.796.415

ALTE OBSERVAȚII DE ORDIN FINANCIAR

- În 2025 a fost necesară economisirea resurselor pe proiectele unde acest lucru a fost posibil, pentru a compensa suma de 116.192,34 lei, pe care Casa de Cultură a Municipiului Timișoara a trebuit să o achite UCMR-ADA, la încheierea litigiului demarat în martie 2021. Având în vedere că, până la încheierea procesului, în a doua jumătate a anului 2025, nu s-a cunoscut suma datorată, economiile făcute depășesc valoarea acesteia.

Situație litigiu UCMR-ADA (pe scurt)

Casa de Cultură a Municipiului Timișoara a avut pe rol un litigiu, materia proprietate intelectuală, obiect drepturi de autor și drepturi conexe, în care instituția a avut calitatea de pârât, în contradictoriu cu Asociația pentru Drepturi de Autor a Compozitorilor – UCMR-ADA (reclamant).

Prin cererea înregistrată pe rolul Tribunalului București în anul 2021, reclamanta UCMR-ADA a solicitat obligarea pârâtei la plata despăgubirilor pe care le considera restante, în cuantum de 2.689.240,09 lei+TVA, invocând faptul că s-ar fi încălcat drepturi patrimoniale de autor pe opere muzicale, prin comunicarea lor publică neautorizată, în cadrul a 62 de spectacole, desfășurate în perioada 2016-2020.

În urma probatoriului administrat s-a constatat că solicitările reclamantei nu erau întemeiate în totalitate, o parte a acestor cheltuieli fiind achitată la timp.

De asemenea, s-a constatat că anumite spectacole, pentru care s-au solicitat despăgubiri, nu au avut loc, desfășurarea lor fiind interzisă de prevederile legale în vigoare la momentul pandemiei de COVID-19.

În urma administrării probei cu expertiza contabilă, părțile au decis încheierea unei tranzacții, considerând că nu se mai impune continuarea procesului și acumularea unor cheltuieli suplimentare pe care acesta le generează, stabilind că pârâta (Casa de Cultură a Municipiului Timișoara) datorează reclamantei (UCMR-ADA) doar suma de 91.695,24 lei+TVA, precum și cheltuieli de judecată, în cuantum de 7.075 lei.

Litigiul a fost încheiat prin tranzacție, iar Casa de Cultură a Municipiului Timișoara a achitat un total de 116.192,34 lei (TVA inclus), iar nu suma solicitată inițial, în cuantum de 2.689.240,09 lei+TVA.

2. Sponsorizări

Nr. crt.	Client	Eveniment	Suma
1	MEWI IMPORT EXPORT AGRA INDUSTRIE	ORATORIUL BIZANTIN DE PAȘTI	5.000
2	URS CONSTRUCT ALBA (Little Em House, grădiniță)	CIREȘAR	4.000
3	VEONEER ROMANIA SAFETY	CIREȘAR	1.000
4	VRM CONCEPT	FESTIVALUL INIMILOR	5.000
5	GASTRO PLUS EXPERT	FESTIVALUL INIMILOR	8.500
6	TOSA TRADE	FESTIVALUL INIMILOR	1.500
7	ASOCIAȚIA CLUB LIONS	FESTIVALUL INIMILOR	8.000
8	ASOCIAȚIA CLUB LIONS	FESTIVALUL INIMILOR	4.000
9	URSUS BREWERIES	FESTIVALUL INIMILOR	12.000
10	URSUS BREWERIES	RUGA TIMIȘOAREI	12.000
11	MEWI IMPORT EXPORT AGRA INDUSTRIE	MULTICULTIM	10.000
12	ELBA SA	MULTICULTIM	15.000
13	CONTINENTAL	MULTICULTIM	25.335
14	BUMERANG	FESTIVAL-CONCURS „LUCA NOVAC”	4.000
15	CONTINENTAL	TÂRGUL DE CRĂCIUN	25.444,50
16	CONTITECH	TÂRGUL DE CRĂCIUN	10.000
17	MIRUNA INTERNATIONAL	TÂRGUL DE CRĂCIUN	10.000
	CONTINENTAL (reziliat)	TÂRGUL DE CRĂCIUN	-25.444,50
	TOTAL		135.335

În afară de sponsorizările în bani, instituția a beneficiat și de sponsorizări în natură:

Nr. crt.	Firmă	Eveniment	Natura sponsorizării	Contravaloare estimată
1	SCHNEIDER PEN	MAREA DICTARE URBANĂ	Pixuri, premii pentru participanți	500
2	SCHNEIDER PEN	PATRICIA ȘI DISTRACTORII	Pixuri	500
3	PIZZERIA NAPOLEON	CIREȘAR	Pizza pentru copiii care au evoluat pe scenă	1.200
4	PIZZERIA NAPOLEON	ANSAMBLUL „TIMIȘUL”	Pizza pentru copiii din Ansamblu, la serbarea de Moș Crăciun	1.000
5	LIDL	TÂRGUL DE CRĂCIUN	500 cadouri copii - Moș Crăciun, protocol scenă	20.000
6	SKODA PROCAR	CCMT	Mașină dată în folosință din data de 11.04.2025	63.889
7	NOKIA	CIREȘAR	200 cadouri pentru copiii care au evoluat pe scenă	10.000
8	MIBIGO EXCLUSIVE TRADING SRL	FOLCLOR DE MĂRȚIȘOR	Flori (1.000 fire, lalele și crini)	5.758
9	MIBIGO EXCLUSIVE TRADING SRL	TÂRGUL DE CRĂCIUN	Împodobire festivă Fântâna cu Pești	11.000
10	VEONEER ROMÂNIA SAFETY SYSTEMS SRL	CIREȘAR	50 cadouri pentru copii	2.000
11	EXPLOMIN VEST SRL	FESTIVALUL INIMILOR	1296 sticle apă plată de 0.5 l	3.965
12	COOL BIKE TEAM SRL	CCMT	2 biciclete, Compartiment Tehnic	7.600
13	NOKIA	CCMT	3 calculatoare	3.000
14	CĂRTUREȘTI	MAREA DICTARE URBANĂ	Voucher premiu	200
15	FORNETTI	VERNISAJE CCMT	Produse alimentare tip Fornetti	1.000
16	FORNETTI	AZI, LA NOI, CÂNTĂ TOT NATUL	Produse alimentare tip Fornetti	300
17	FORNETTI	FOLCLOR DE MĂRȚIȘOR	Produse alimentare tip Fornetti	300
	TOTAL			132.212

De asemenea, prin parteneriatul cu Asociația „Ansamblul Timișul”, a fost obținută suma de 36.000 lei.

3. Casa de Cultură este o instituție culturală rentabilă, permanent atentă la folosirea judicioasă a resurselor

Cu un buget de 13.447.462 lei (incluzând Agenda culturală, salarii, investiții, motor propriu) și 150 de evenimente în 2025, media corespunzătoare organizării integrale a unui eveniment (de la remunerarea artiștilor și cea a angajaților, până la consumabile) este de 89,649.7 lei, sumă imposibil de obținut de către orice organizator privat de evenimente.

- În comparație cu anul 2024, veniturile proprii din alte activități au scăzut, în urma desființării zonei de mâncare gătită de la Modex, în cadrul Târgului de Crăciun, a reducerii considerabile a acestuia și a mutării în Piața Libertății. De asemenea, având în vedere că, în 2025, nu a fost organizat niciun concert cu invitați internaționali, așa cum a fost, de exemplu, în 2024, Ara Malikian, au scăzut și încasările din bilete.

5. Analiza veniturilor

a) Gradul de realizare

- Venituri totale 2025: 17.121.856 lei din 17.700.120 lei aprobate (99% realizare)
- Față de 2024: ușoară scădere a veniturilor totale, explicabilă prin diminuarea alocațiilor de la bugetul local (87% realizare în 2025 vs 99%, în 2024)

b) Structura veniturilor

- Venituri proprii: 94% realizare, valoare mai mică decât în anul 2024
- Surse atrase: 316.779 lei (sponsorizări, finanțări). Se constată o creștere a resurselor atrase și o diversificare a acestora față de anul 2024.

6. Analiza cheltuielilor

a) Execuția generală

- Cheltuieli totale 17.790.993 lei, din 18.935.620 lei = 94% realizare
- Nu se înregistrează depășiri ⇒ un management financiar prudent

b) Cheltuieli de personal

- Grad de realizare: 98% ⇒ stabilitate a resursei umane
- Salarii de bază: 99%
- Sporurile au un grad mai scăzut

c) Cheltuieli cu bunuri și servicii

- Grad general realizare: 94% fără depășiri, ceea ce reflectă o utilizare eficientă a fondurilor publice bugetare

d) Investiții

- Grad de realizare: 87% (433.625 lei, din 500.000 lei)
- S-au făcut investiții în active fixe

7. Indicatori de performanță

Pentru anul 2025, cheltuielile de funcționare realizate au fost în valoare de 17.357.368 lei, iar numărul estimat de beneficiari a fost de 2.985.130 de persoane.

Valoarea indicatorului evidențiază:

- O utilizare eficientă a fondurilor publice, având în vedere numărul mare de beneficiari deserviți
- Cost redus per beneficiar
- Capacitatea instituției de a genera un impact cultural semnificativ

Nivelul indicatorului este influențat pozitiv de:

- Numărul ridicat de evenimente și proiecte culturale realizate (150)
- Accesul gratuit al publicului la o mare parte de activități

Indicatorul confirmă faptul că instituția a asigurat un raport favorabil între resursele financiare utilizate și serviciile culturale furnizate.

E.
SINTEZA PROGRAMELOR ȘI A PLANULUI DE ACȚIUNE
PENTRU ÎNDEPLINIREA OBLIGAȚIILOR ASUMATE PRIN
PROIECTUL DE MANAGEMENT

Sinteza programelor și a planului de acțiune pentru îndeplinirea obligațiilor asumate prin proiectul de management se realizează prin raportare la:

**1.
Viziune**

CCMT își propune să devină instituția culturală municipală de referință, recunoscută pentru profesionalism, inovație, deschidere internațională și capacitatea de a genera impact cultural durabil la nivelul întregii comunități timișorene.

Rolul asumat de CCMT în perioada de management și reflectat în activitatea proprie este de:

- unic actor cultural instituțional timișorean care se adresează exclusiv publicului larg
- unic actor cultural instituțional de masă timișorean care respectă întru totul prevederile OUG 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic, deoarece „dispune de cel puțin un colectiv artistic, precum și de personalul tehnic și administrativ necesar pentru realizarea de producții artistice, are un portofoliu de minimum trei producții artistice diferite și realizează, în fiecare stagiune, (cel puțin două) producții noi care completează programele și reconfigurează repertoriul existent”.

CCMT este singura instituție culturală din Timișoara care, nefiind „de repertoriu”, întrunește condițiile prevăzute de lege.

Iată și câteva elemente-cheie care argumentează această viziune:

Casa de Cultură trebuie să fie o instituție orientată către comunitate

- răspunde nevoilor culturale reale ale locuitorilor municipiului, având drept obiectiv creșterea unei comunități și, implicit, a unui public din ce în ce mai avizat, mai selectiv, mai rafinat
- facilitează dialogul intercultural și intergenerațional
- încurajează participarea activă a cetățenilor, nu doar consumul cultural

Casa de Cultură trebuie să fie un actor strategic în ecosistemul cultural al orașului, instituția poziționându-se ca:

- platformă de colaborare între instituții publice, sectorul independent, mediul educațional și comunități locale (colaborarea cu opt instituții pentru realizarea lunară a broșurii comune; colaborarea cu școlile timișorene, prin participarea acestora la evenimentele CCMT, ca artiști și/sau public; colaborare cu instituții sau cu artiști din comunitatea locală)
- spațiu de promovare și susținere pentru artiști emergenți și inițiative culturale locale (Târgul de Crăciun, Târgul de Paște, evenimentele din cartiere etc.)
- partener activ în implementarea Strategiei culturale a municipiului – Casa de Cultură a fost un partener esențial la redactarea acesteia, în 2014, și trebuie să rămână astfel și la elaborarea noii strategii

Echilibru între tradiție și contemporaneitate

Casa de Cultură trebuie să:

- valorifice patrimoniul cultural local și tradițiile multiculturale ale Banatului (ex.: festivaluri de tip MulticulTiM, dar și prin activitatea Ansamblului „Timișul” sau prin alte evenimente precum Ziua Minorităților, desfășurată pe scena Târgului de Crăciun și în anumite cartiere cu componentă etnică: Freidorf, Csarda, Plopi/Kuncz etc.)
- integrează forme artistice contemporane și interdisciplinare (ex.: teatru pentru copii, educativ și interactiv, despre bunele maniere în sălile de spectacole, prezentat cu umor; istoria teatrului sau Revoluția din Decembrie 1989, povestite pe înțelesul adolescenților; îmbinarea teatrului și a poeziei

cu arta vizuală, la vernisajul Maiei Medinschi; organizarea, la Iulius Mall, a unei expoziții care relevă contrastul dintre perioada comunistă și societatea actuală; organizarea concursului Circuit 89, care îi apropie pe liceeni de Revoluția din 1989 în mod interactiv și modern etc.)

- susține inovația culturală și noile practici artistice (ex.: amplasarea unor coduri QR sub fotografii despre Revoluție, care duc la fișiere audio descriptive, oferind mai multe informații și accesibilizând conținutul expoziției pentru persoanele cu deficiențe de vedere)

Accesibilitate și incluziune culturală

Viziunea CCMT presupune:

- acces egal la activități culturale pentru toate categoriile de public
- programe adresate tinerilor, seniorilor, minorităților și grupurilor vulnerabile (prin acțiunile dedicate categoriilor vulnerabile, organizate în parteneriat cu instituții precum Liceul Teoretic Special „Iris”, Direcția de Asistență Socială etc.)
- adaptarea infrastructurii și a programelor pentru persoane cu dizabilități (prin accesibilizarea spectacolelor pentru publicul cu deficiențe de auz, prin adaptarea toaletelor Sălii Lira etc.)

Dezvoltarea publicului pe termen lung

Casa de Cultură trebuie să:

- investească consistent și constant în educație culturală
- construiască relații durabile cu publicul, bazate pe dialog și feedback

Instituție modernă, eficientă și digitalizată

Pe termen lung, instituția trebuie să utilizeze instrumente digitale pentru management, comunicare și arhivare.

Sustenabilitate și dezvoltare durabilă

Viziunea CCMT include:

- diversificarea surselor de finanțare (granturi, parteneriate, proiecte, așa cum a fost cazul, în 2025, pentru producția „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”, cofinanțat de AFCN)
- utilizarea responsabilă a resurselor, prin aplicarea principiului economiei
- integrarea principiilor de sustenabilitate ecologică prin proiecte ca „Străzi pentru comunitate”, dar și prin aplicarea unor reguli de bază precum interzicerea veselei de plastic la evenimente

2. Misiune

Misiunea CCMT este de a dezvolta, promova, de a pune în valoare cultura locală, de a facilita accesul publicului la produse culturale de calitate și de a contribui la consolidarea identității culturale a Timișoarei, prin programe și evenimente relevante, incluzive și orientate către comunitate.

Conform regulamentului de funcționare, misiunea Casei de Cultură a Municipiului Timișoara este „de a iniția și de a desfășura servicii și produse culturale diverse, organizând activități și evenimente cu rol educativ, recreativ sau de divertisment (...), în domeniul culturii tradiționale și al creației populare, precum și în domeniul educației permanente, prin care se creează acces pentru toate categoriile de public”.

De asemenea, conform OUG 189/2008 privind managementul instituțiilor de spectacole sau concerte, muzeelor și colecțiilor publice, bibliotecilor și al așezămintelor culturale de drept public, principala misiune a instituțiilor de cultură este „de a asigura protejarea, promovarea și transmiterea valorilor culturale și a patrimoniului către public, garantând, în același timp, accesul democratic la cultură fără a urmări neapărat profitul pecuniar și concentrându-se pe următoarele direcții fundamentale”:

- păstrarea și promovarea patrimoniului cultural local și a identității culturale (ETNOPOL)
- educație și formare (EDUPOL)
- excelență culturală (conținutul tuturor programelor și proiectelor CCMT)
- accesibilitate și incluziune (evenimente/acțiuni destinate categoriilor vulnerabile)
- creativitate și inovație (elemente noi în fiecare dintre proiectele instituției)
- responsabilitate față de comunitate
- transparență și integritate
- cooperare instituțională (parteneriate)

Această misiune, așa cum este ea formulată de lege, face majora diferență dintre o instituție publică de cultură și un organizator de evenimente privat, al cărui scop principal NU este creșterea unei comunități, ci obținerea de profit.

Casa de Cultură desfășoară anual cca 150-180 de evenimente, organizate după următoarele tipologii operaționale:

- evenimente emblematică și producții proprii – acces liber
- evenimente comunitare și educative (atelieri pentru elevi, activări în cartiere, proiecte culturale în școli gimnaziale sau licee, colaborări cu asociații)
- evenimente și participări externe (prezențe în alte localități, la festivaluri etc.)

Astfel se demonstrează capacitatea instituției de a funcționa atât ca organizator principal, cât și ca facilitator de rețea culturală, gestionând un volum ridicat de activitate într-o manieră coerentă.

Principalele direcții, definite în Proiectul de management, pentru îndeplinirea misiunii, sunt acordate cu legislația în vigoare privind managementul instituțiilor de cultură:

a) Direcția operațională

Au fost create oportunități pentru stimularea și dezvoltarea creativității colectivului artistic al instituției, prin workshopuri de coregrafie și asocieri inedite ale orchestrei Ansamblului „Timișul” cu orchestre simfonice, trupe pop-rock, proiecte corale, de muzică electronică etc.

b) Direcția artistică și culturală

- protejarea valorilor culturale naționale, a monumentelor și a bunurilor de patrimoniu mobil sau imobil
- susținerea și vizibilitatea creației artistice contemporane și a tradițiilor, atât pe plan local, cât și internațional

c) Direcția orientată spre beneficiari

- reducerea barierelor de acces la cultură pentru toate categoriile sociale și creșterea gradului de participare a populației la viața culturală a comunității
- dezvoltarea creativității publicului prin programe educative, expoziții, workshopuri și evenimente care facilitează înțelegerea actului cultural

d) Direcția financiară, de consolidare a veniturilor proprii

Consolidarea veniturilor proprii ale instituției se realizează din surse diverse, astfel:

- închirierea Sălii Lira și a Parcului Rozelor
- facturarea conectării la firidele de energie electrică și a costurilor generate de consumul de energie către terți, pentru evenimentele organizate de aceștia în spațiul public
- bilete de intrare la spectacolele Casei de Cultură
- închirierea căsuțelor, la Târgul de Paște și Târgul de Crăciun
- taxe de participare a comercianților la evenimentele Casei de Cultură
- taxe la cursurile de dans, la Ansamblul „Timișul”
- sponsorizări

3.

Obiective generale și specifice

OBIECTIVE GENERALE STRATEGICE

a) Consolidarea poziției CCMT ca principal operator cultural municipal

- creșterea vizibilității instituției la nivel local, național și internațional
- dezvoltarea programelor culturale integrate pentru întreaga comunitate

Indicatori de performanță

- numărul de participanți anual la evenimente
- gradul de vizibilitate în media și online
- numărul de colaborări instituționale

Direcții de acțiune/soluții aplicate în 2025

- organizarea anuală a unui portofoliu diversificat de evenimente culturale
- continuarea tradiției evenimentelor majore ale orașului (Festivalul Inimilor, Târgul de Crăciun, Târgul de Paște)
- extinderea inițiativelor în cartiere: spectacole, ateliere, expoziții

b) Diversificarea și îmbunătățirea ofertei culturale

- extinderea programelor pentru diferite categorii de public (tineri, vârstnici, comunități locale)
- creșterea numărului de proiecte în cartierele Timișoarei

Indicatori de performanță:

- numărul de evenimente organizate în cartiere
- numărul de publicuri-țintă acoperite
- numărul de noi programe culturale implementate anual

Direcții de acțiune/soluții aplicate în 2025

- consolidarea parteneriatelor cu PMT, școli, universități și ONG-uri
- dezvoltarea rețelelor de cooperare internațională

c) Optimizarea infrastructurii culturale

- dezvoltarea și modernizarea spațiilor existente (Galeria Rotonda, Sala Lira, Parcul Rozelor)
- identificarea și valorificarea de noi spații culturale în cartiere

Indicatori de performanță:

- gradul de utilizare a Sălii Lira și a Teatrului de Vară din Parcul Rozelor
- numărul de investiții în infrastructură finalizate anual

Direcții de acțiune/soluții aplicate în 2025

- valorificarea Sălii Lira prin program cultural permanent și închiriere
- dotarea tehnică suplimentară a spațiilor existente

d) Creșterea sustenabilității financiare

- diversificarea surselor de venit prin închirieri, parteneriate și sponsorizări
- accesarea fondurilor nerambursabile la nivel local, național și internațional

Indicatori de performanță:

- procentul veniturilor proprii în total buget
- numărul de sponsori și parteneri privați
- sumele atrase prin granturi

Direcții de acțiune/soluții aplicate în 2025

- atragerea sponsorilor și a finanțărilor private
- realizarea de proiecte eligibile pentru granturi europene și naționale
- optimizarea costurilor operaționale

e) Dezvoltarea capacității administrative și profesionale

- perfecționarea echipei prin formări, cursuri și programe de dezvoltare profesională
- implementarea unor instrumente digitale de management cultural și operațional

Indicatori de performanță:

- numărul de formări profesionale realizate
- gradul de satisfacție al echipei
- eficiența proceselor interne

Direcții de acțiune/soluții aplicate în 2025

- implementarea unui plan anual de formare profesională
- utilizarea instrumentelor digitale pentru managementul intern
- creșterea eficienței operaționale prin planificare strategică pe termen mediu

f) Marketing cultural și comunicare

- creșterea vizibilității și notorietății CCMT ca principal operator cultural municipal, la nivel local, național și internațional
- dezvoltarea unei comunicări culturale profesioniste, coerente și adaptate diverselor categorii de public
- consolidarea identității vizuale și a brandului instituțional CCMT și a brandului „Timișul”
- îmbunătățirea relației cu publicul prin comunicare constantă, transparentă și interactivă

Indicatori de performanță

- numărul de apariții media (presă scrisă, online, radio, TV)
- gradul de vizibilitate online (reach, engagement, trafic pe website)
- creșterea numărului de urmăritori pe platformele de social media
- numărul de campanii de comunicare realizate anual
- gradul de recunoaștere a brandului CCMT și a brandului „Timișul”
- nivelul de participare la evenimente ca urmare a campaniilor de promovare
- gradul de satisfacție al publicului privind comunicarea instituției

Direcții de acțiune / soluții aplicate în 2025

- elaborarea și implementarea unei strategii anuale de marketing cultural și comunicare
- realizarea de campanii de comunicare integrate offline și online pentru evenimentele majore și programele recurente ale CCMT
- creșterea prezenței digitale prin:
 - o actualizarea și optimizarea website-ului instituției
 - o administrarea profesionistă a platformelor de social media
 - o producerea de conținut multimedia (video, foto, materiale promoționale)
- dezvoltarea unei identități vizuale unitare pentru toate proiectele și evenimentele CCMT
- consolidarea relațiilor cu mass-media locală, națională și de specialitate
- implementarea instrumentelor digitale de comunicare cu publicul (newsletter, baze de date, platforme de promovare)
- integrarea activităților de marketing cultural în toate proiectele și programele instituției
- consolidarea brandului „Timișul” și a brandului instituțional CCMT

Strategie culturală pentru întreaga perioadă de management

Strategia instituțională a Casei de Cultură a Municipiului Timișoara (CCMT) stabilește direcțiile de dezvoltare a instituției pentru perioada următoare, în concordanță cu nevoile comunității timișorene, cu obiectivele culturale ale municipiului și cu dinamica sectorului cultural național și internațional.

Documentul are rolul de a asigura o abordare coerentă și profesionistă în planificarea, implementarea și evaluarea proiectelor culturale, consolidând poziția CCMT ca actor cultural strategic al orașului.

Având în vedere că strategia culturală a instituțiilor publice culturale trebuie racordată la cea a „polilor administrativi” (Primării, Consilii Județene, Ministerul Culturii) și că Municipalitatea nu a prezentat o nouă strategie, după încheierea perioadei de valabilitate a precedentei (2014-2024), implementarea strategiei culturale a CCMT în perioada de raportare s-a făcut în concordanță cu misiunea și obiectivele asumate în cadrul proiectului de management, racordat la „Strategia culturală a Municipiului Timișoara 2014-2024”, document de politică publică, care a fundamentat și ghidat activitatea Primăriei Municipiului Timișoara în domeniul culturii, formulând pașii necesari de urmat de sectorul cultural pentru realizarea viziunii comune propuse.

Conform Strategiei, „Casa de Cultură a Municipiului Timișoara realizează, în virtutea misiunii sale, care derivă și din statutul de așezământ cultural cu funcții cultural-educative, „cursuri de inițiere și perfecționare în arta cântecului și dansului popular, a dansului sportiv și de societate, prin instruirea săptămânală a copiilor/tinerilor/adulților”.

De asemenea, în ceea ce privește oferta pentru arta de amatori, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara are un rol extrem de important, „organizează și susține activitatea formațiilor artistice de amatori; răspunde nevoilor locuitorilor orașului de a participa la actul creației, în primul rând prin încurajarea artei de amatori. Casa de Cultură este organizatorul unuia dintre cele mai cunoscute și populare festivaluri timișorene, Festivalul Inimilor, inclus în calendarul UNESCO.”

Misiunea CCMT, care face parte din Strategia culturală a instituției, nu se limitează, însă, la cele de mai sus, instituția devenind, în ultimii 4 ani, un operator public transparent, profesionist și predictibil, recunoscut pentru calitatea și relevanța programelor, conectat real la cartiere și comunități, un hub de cooperare între tradiție, creație contemporană și educație.

Principalele axe ale strategiei de dezvoltare a instituției, pe perioada de management, sunt:

IDENTITATE & PATRIMONIUL CULTURAL IMATERIAL (ETNOPOL)

„Folclorul, ca spectacol” și patrimoniul cultural imaterial, contextualizat contemporan, prin:

- Reconfigurarea Ansamblului „Timișul” ca ambasador cultural al orașului, prin turneele sale naționale și internaționale
- Producții hibride (tradițional + contemporan)

Indicatori-cheie: calitatea artistică recunoscută (invitații la evenimente de anvergură, festivaluri, parteneriate de prestigiu)

CCMT ÎN CARTIERE (EX-CENTRICA)

Cultura merge către oameni, prin:

- Programe culturale recurente în cartiere: mini-stagiuni, ateliere intergeneraționale, evenimente co-create cu comunitatea
- Parteneriat constant cu școli gimnaziale, licee, centre sociale (D.A.S.), asociații de cartier (Cetățean de Traian)

Indicator-cheie: participare repetată, nu doar număr de participanți

EDUCAȚIE CULTURALĂ CONTINUĂ (EDUPOL)

CCMT este un furnizor public de educație culturală nonformală, prin:

- Programe structurate: EDUPOL
- Pachete educaționale pentru profesori și elevi
- Dezvoltarea publicului pe termen mediu și lung, nu doar prin numărul de persoane prezente la acțiuni sau evenimente

Indicator-cheie: continuitatea participanților și a parteneriatelor educaționale

INFRASTRUCTURĂ ȘI SPAȚII CULTURALE

Mai multe spații activate:

- Sala Lira = centru cultural viu, programat constant
- Galeria Rotonda = platformă pentru artiști locali
- Identificarea de spații neconvenționale în cartiere
- Dotări tehnice flexibile (mobilitate)

Indicatori-cheie: grad de utilizare și diversitatea utilizatorilor

SUSTENABILITATE FINANCIARĂ ETICĂ

Venituri proprii fără conotație comercială, prin:

- Creștere graduală a veniturilor proprii
- Sponsorizări
- Granturi și proiecte naționale și europene
- Claritate: ce este gratuit (misiune publică) vs. ce este monetizat

Indicator-cheie: creșterea procentului de venituri proprii, fără scăderea accesibilității

ECHIPĂ, GUVERNANȚĂ ȘI TRANSPARENȚĂ

O instituție bună = oameni bine pregătiți și respectați

- Plan multianual de formare
- Claritate în procese
- Digitalizare internă
- Raportare publică anuală, clară și accesibilă

Indicatori-cheie: stabilitatea echipei și eficiența internă

BRAND, COMUNICARE ȘI REPUTAȚIE

CCMT ca brand public de încredere, prin:

- Coerență vizuală și narativă
- Comunicare orientată spre public, nu doar promovare
- Brand „Timișul” separat, dar integrat
- Publicarea poveștilor din spatele fiecărui proiect

Indicator-cheie: recunoaștere în creștere, nu doar reach

Dezvoltarea instituției pe aceste axe, în perioada de management, a fost realizată în următoarele etape:

ANUL 1 – CONSOLIDARE & CLARIFICARE

Audit intern (programe, resurse, public), clarificarea identității CCMT, cristalizarea programelor recurente, revizuirea modului de lucru cu Ansamblul „Timișul”, strategie de comunicare unitară, încercare de accesare și activare a 2-3 cartiere. Accent pus pe coerență, predictibilitate, încredere, calitate.

ANUL 2 – DEZVOLTARE & EXTINDERE

Extinderea acțiunilor în cartiere, producții proprii, parteneriate internaționale; accent pus pe vizibilitate, calitate.

ANUL 3 – MATURITATE & RECUNOAȘTERE

CCMT devine reper, prin evenimente-emblemă, recunoaștere națională și internațională, program educațional consolidat, creștere semnificativă a veniturilor proprii. Accent pus pe reputație, impact, stabilitate, calitate.

ANUL 4 – SUSTENABILITATE & MOȘTENIRE

La final de mandat, instituția trebuie să fie mai puternică, mai vizibilă, mai identificată ca reper în cultura locală, iar comunitatea trebuie să fi câștigat în selectivitate, educație. Aceste obiective se ating prin instituționalizarea bunelor practici, granturi majore accesate (cofinanțare de 250.000 lei AFCN, pentru „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”), activitate orientată nu către „spectacol de dragul spectacolului”, ci pentru creșterea comunității, consolidarea identității culturale, profesionalizarea instituției și echilibru între misiune publică și sustenabilitate financiară. Accent pus pe durabilitate, continuitate, responsabilitate publică.

5.

Strategie și plan de marketing

Timișoara este un oraș cu un potențial cultural unic, iar Casa de Cultură este una dintre instituțiile-cheie care susțin identitatea, diversitatea și coeziunea comunității. Cu un portofoliu anual impresionant, de peste 150 de evenimente, desfășurate pe cont propriu, în parteneriat sau pe bază de colaborări externe, activitatea instituției reflectă o dinamică constantă și o deschidere autentică către toate categoriile de public.

În acest context, strategia „Go to market” reprezintă un document strategic, conceput pentru a face ordine în volumul mare de inițiative, pentru a aduce coerență și eficiență comunicării și pentru a transforma fiecare eveniment într-un instrument de apropiere față de public – nu doar prin prezență fizică, ci și prin vizibilitate digitală, retenție și impact măsurabil.

Strategia de marketing conține:

- **o segmentare strategică a tuturor evenimentelor** organizate de Casa de Cultură, pe trei categorii operaționale: evenimente pe cont propriu, evenimente în parteneriat, evenimente contra cost, fiecare cu recomandări de promovare și priorizare specifice
- **o strategie digitală unificată**, bazată pe cei trei piloni esențiali ai metodologiei de lucru: trafic targetat (atragera publicului relevant), conversie eficientă (interacțiune și participare activă), retenție și fidelizare (crearea unei comunități culturale active)
- **un plan integrat de comunicare pentru fiecare etapă a unui eveniment**, cu acoperire pe toate canalele relevante (Google Ads, Meta, TikTok, YouTube, afișaj, parteneriate media), completat de un model de landing page, tracking, activări teaser și conținut post-eveniment reutilizabil
- **mecanisme concrete de colectare a datelor și feedbackului publicului**, în vederea construirii unei baze de date proprii, conforme cu legislația GDPR, ce permite comunicare recurentă și analiză calitativă
- **un sistem de indicatori și un calendar operațional standardizat**, care permit echipei interne să măsoare performanța în timp real, să prioritizeze acțiunile cu impact și să optimizeze resursele

Acest document oferă și o viziune funcțională asupra modului în care Casa de Cultură poate deveni o instituție de referință în comunicarea culturală publică, fiind un instrument de lucru clar, scalabil și măsurabil, care susține echipa în fiecare etapă, de la planificarea anuală, până la promovarea unui eveniment individual. De asemenea, este un ghid pentru priorizare și un model pentru dezvoltarea pe termen lung a relației dintre instituție și public, care, aplicat în mod consecvent, poate susține o creștere semnificativă a vizibilității, participării și impactului cultural.

Aplicată corect, strategia, care este adaptată specificului activității instituționale și contextului local, devine un plan viu de creștere, care ghidează instituția spre scalare sustenabilă și elimină risipa de resurse.

Scopul implementării unei strategii de marketing este de a transforma efortul organizatoric în participare reală, iar participarea, în relații de durată cu publicul.

Pentru a obține rezultatele dorite, ne propunem următoarele obiective:

- numirea unui responsabil intern care să urmărească implementarea planului și să raporteze progresul lunar
- prioritizarea recomandărilor – de la acțiunile cu impact imediat (urgente, apoi importante), la cele strategice, pe termen lung
- integrarea planului cu echipa – fiecare compartiment trebuie să înțeleagă rolul său și indicatorii de performanță
- revizuire trimestrială – analiza periodică a rezultatelor și ajustarea direcției, pentru a rămâne competitiv și relevanți

INSTRUMENTE DE MARKETING CARE AU PERMIS TRANSFORMAREA EFORTULUI ORGANIZATORIC ÎN PARTICIPARE REALĂ, ÎN 2025

a) Promovarea asiduă în social media

O analiză comparativă succintă, 2021 vs. 2022 vs. 2023, vs. 2024, vs. 2025 arată clar creșterea numărului de urmăritori:

FACEBOOK CCMT

Anul	Numărul de utilizatori unici	Vizitatori ai paginii	Urmăritori noi	Vizualizări pagină
2021	310.000	12.000	1.300	date indisponibile
2022	910.000	96.000	2.900	date indisponibile
2023	1.100.000	195.579	1.064	date indisponibile
2024	date indisponibile	234.400	2.753	date indisponibile
2025	date indisponibile	245.500	27.000	7.600.000

INSTAGRAM CCMT

Anul	Numărul de utilizatori unici	Vizitatori ai paginii	Urmăritori noi	Vizualizări pagină
2021	430	574	0	date indisponibile
2022	4.800	3.100	250	date indisponibile
2023	6.800	4.967	413	date indisponibile
2024	37.300	5.989	488	date indisponibile
2025	77.100	9.696	1.676	608.100

FACEBOOK ANSAMBLUL „TIMIȘUL”

Anul	Numărul de utilizatori unici	Vizitatori ai paginii	Urmăritori noi	Vizualizări pagină
2021	0	0	0	date indisponibile
2022	310.000	15.075	1.227	date indisponibile
2023	369.449	76.117	508	date indisponibile
2024	date indisponibile	50.500	789	date indisponibile
2025	date indisponibile	58.300	1.739	2.100.000

INSTAGRAM ANSAMBLUL „TIMIȘUL”

Anul	Numărul de utilizatori unici	Vizitatori ai paginii	Urmăritori noi	Vizualizări pagină
2021	0	0	0	date indisponibile
2022	1.397.647	2.671	259	date indisponibile
2023	1.784.987	6.155	330	date indisponibile
2024	date indisponibile	6.553	138	date indisponibile
2025	date indisponibile	6.800	374	328.900

FACEBOOK FESTIVALUL INIMILOR OFICIAL (pagină creată în 27.06.2025)

Anul	Vizitatori ai paginii	Urmăritori noi	Vizualizări pagină
2025	16.982	788	225.300

INSTAGRAM FESTIVALUL INIMILOR OFICIAL (pagină creată în 27.06.2025)

Anul	Vizitatori ai paginii	Urmăritori noi	Vizualizări pagină
2025	573	1.023	10.314

FACEBOOK TÂRGUL DE CRĂCIUN TIMIȘOARA

Anul	Numărul de utilizatori unici	Vizitatori ai paginii	Urmăritori noi	Vizualizări pagină
2021	0	0	0	date indisponibile
2022	1.397.647	35.924	1.269	date indisponibile
2023	1.784.987	134.395	781	date indisponibile
2024	date indisponibile	168.300	1.200	date indisponibile
2025	date indisponibile	184.600	1.700	1.100.000

INSTAGRAM TÂRGUL DE CRĂCIUN TIMIȘOARA (pagină creată în 19.11.2025)

Anul	Vizitatori ai paginii	Urmăritori noi	Vizualizări pagină
2025	5.541	1.172	168.714

Ca urmare a auditării promovării imaginii instituției în social media, au fost făcute următoarele recomandări de optimizare și implementare:

- investirea în promovare plătită (Meta Ads, TikTok Ads, YouTube Ads), în vederea creșterii notorietății evenimentelor și a Casei de Cultură, ca instituție
- elaborarea unei strategii editoriale pe canale sociale
- organizarea de campanii cu frecvență, structură și mesaj unificat – înainte, în timpul evenimentelor și după acestea
- implementarea de storytelling, rubrică permanentă sau campanii, în vederea loializării și retenției prin rubrici, newsletter, formulare și concursuri
- crearea unui flux pe evenimentele culturale, pentru diversificarea publicului
- activare comunitară sau conținut generat de utilizatori, engagement + participare activă

b) Presa tradițională și parteneriate media

Ca urmare a auditării promovării imaginii instituției în presă, au fost făcute următoarele recomandări pentru profesionalizarea prezenței media, în cadrul strategiei de marketing:

- construirea unei relații constante cu jurnaliști, producători, moderatori culturali
- creșterea frecvenței aparițiilor media pre-eveniment și post-eveniment
- asigurarea unei acoperiri media egale pentru toate tipurile de evenimente
- întocmirea unui calendar media proactiv, cu planificare de comunicate, conferințe, interviuri

- crearea unei baze de date media profesionale (presa scrisă, radio, TV, online)
- elaborarea unui sistem unitar de branding vizual în comunicate sau invitații
- angajarea unei persoane ca ofițer de presă (PR)
- încheierea de parteneriate reciproc avantajoase, care implică, între altele, promovarea gratuită a CCMT în programele partenerilor și difuzarea activității instituției în emisiuni TV (interviuri, transmisiuni în direct, emisiuni și reportaje dedicate etc.)

Parteneri media 2025: TVR Timișoara, TVR 3, West City Radio, TVR Folclor, Radio România Reșița, Radio România Antena Satelor, Radio Timișoara etc.

- c) **Realizarea de landing page pentru proiectele „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator” (EDUPOL), Ziua României, Târgul de Crăciun, Revoluția din Decembrie 1989 și Revelion,** în vederea demarării modernizării și restructurării site-ului, a adaptării lui la nivelul tehnologic actual
- d) **Continuitate în abordarea unei linii grafice proaspete, dinamice, atât în mediul online, cât și pe materialele imprimare,** ceea ce a determinat crearea unei imagini unitare, recognoscibile a Casei de Cultură
- e) **Sponsorizări/parteneriate** de la/cu firmele SC Clear View Media SRL și SC Led Wallpaper SRL, care dețin ecrane publicitare în oraș, în vederea promovării evenimentelor și proiectelor instituției

ALTE RECOMANDĂRI DE IMPLEMENTARE A STRATEGIEI DE MARKETING

Design & coerență vizuală

- Creare kit de design vizual unificat (fonturi, culori, logo, layout standard)
- Template-uri animate (After Effects / Canva Pro) pentru anunțuri, povești eveniment, calendar vizual lunar

Calendar editorial unificat, structurat pe 3 luni în avans și grupat pe: tip eveniment – tip postare – platformă – responsabil

Proces de aprobare internă

- setare proces cu echipa: designer – comunicare – director – publicare
- aprobare rapidă pentru postări time-sensitive (stories, livestream)

Instrumente recomandate

- Canva Pro – pentru echipa internă (utilizat deja)
- Meta Business Suite – planificare postări (utilizat deja)
- CapCut / Adobe Express – editare video rapidă (utilizat deja)
- Google Calendar sau Notion – calendar postări (instalat în 2025)

TIPURI DE CANALE MEDIA DE ACTIVAT

Presa locală tradițională

- ziare și publicații
- radio și TV

Presă culturală și publicații de nișă

BoredInTM, Best of TM, Presspectiva, Cultura la dubă, E fain la Timișoara

Parteneriate instituționale media

- contract de promovare bilaterală (acoperire în schimbul brandingului)
- colț dedicat în platforme media cu rubrici permanente: „Recomandările Casei de Cultură”
- podcasturi, reviste online, colaborări cu universități media (UVT)

MATERIALE STANDARD RECOMANDATE

- șablon unic pentru comunicate de presă (format Word + PDF)
- kit de branding media: fotografii oficiale (spații, oameni, evenimente), logouri în rezoluții diferite (instrument utilizat deja), videoclipuri „media-ready” pentru TV și online (recomandare aplicată deja în 2025)

PROFESIONALIZAREA COMUNICĂRII MEDIA – PAȘI RECOMANDAȚI

- crearea unei baze de date media (Excel) cu minim Nume publicație / Nume jurnalist / Tip canal / Telefon / Email (existentă)
- desemnarea unei persoane dedicate (PR/Ofițer presă)
- realizarea unui ghid de comunicare media internă (când se trimite ce, cine aprobă, cine semnează)
- încheierea a minim 3 parteneriate media pentru fiecare eveniment major
- folosirea unui canal privat de distribuție rapidă (ex: grup WhatsApp presă, newsletter etc.)

6.

Programe propuse pentru întreaga perioadă de management

ETNOPOL – Program de patrimoniu cultural imaterial

Conceptul de „etnopol”, care dă numele programului propus în proiectul de management, a fost creat în 1999, de către Ministerul Culturii francez, din dorința de a coagula mai multe structuri în jurul unei instituții care își bazează acțiunile de expresie folclorică pe un proiect de cercetare, difuzare, punere în valoare a elementelor tradiționale.

Acest program cuprinde atât evenimente cu continuitate în Casa de Cultură (Festivalul Inimilor, Ruga Timișoarei, Ziua Minorităților, activitatea locală, națională și internațională a Ansamblului „Timișul”), cât și inițiative în parteneriat cu alte ansambluri, cu instituții culturale locale sau cu artiști ai acestor instituții.

Ansamblul „Timișul” reprezintă, de peste cinci decenii, unul dintre cele mai importante simboluri ale patrimoniului cultural bănățean și românesc. Recunoscut pentru autenticitatea, profesionalismul și rafinamentul spectacolelor sale, ansamblul aduce pe scenă frumusețea dansului, cântecului și portului popular, păstrând vie esența tradițiilor transmise din generație în generație. Diversitatea repertoriului, calitatea artistică, colaborările cu soliști consacrați și deschiderea constantă către generațiile tinere consolidează imaginea Ansamblului „Timișul” ca instituție de referință.

În anul 2025, prin activitatea Ansamblului „Timișul” s-a urmărit atingerea următoarelor obiective:

OBIECTIV 1

Crearea sau prezentarea de spectacole destinate publicului tânăr, în vederea accesibilizării conținuturilor folclorice de calitate, subapreciate de publicul urban

HARAP-ALB • 14, 15 aprilie 2025 • Sala Lira

HARAP-ALB • 30 aprilie 2025 • Cinema „Dacia”, Reșița

FOLCLOR DE MĂRȚIȘOR, ediția a IV-a • 4 martie 2025 • Sala „Capitol”

Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret

ZIUA COPILULUI • 1 Iunie 2025 • Parcul Copiilor

Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret

POVEȘTI DIN VECINI • 7 iunie 2025 • Parcul Pădurice

Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret

CONCURSUL NAȚIONAL DE TINERE TALENTE, ASOCIAȚIA „IRIS”
(LICEUL TEORETIC SPECIAL „IRIS”)

22 octombrie 2025 • Sala Lira

Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret, în cadrul evenimentului partenerului

OBIECTIV 2

Crearea sau participarea de/la evenimente destinate atragerii unor noi categorii de public

AZI, LA NOI, CÂNTĂ TOT NATUL, ediția a IV-a • 13 aprilie 2025 • Sala „Capitol”

Spectacol Ansamblul „Timișul”

ZIUA TIMIȘOAREI • 3 august 2025 • Bd. I.C. Brătianu

Asocierea orchestrei Ansamblului „Timișul” cu trupa balcanică „Bajaga i Instructori”

ZIUA ROMÂNIEI • 1 Decembrie 2025 • Piața Victoriei

Asocierea orchestrei Ansamblului „Timișul” cu trupa „Zdob și Zdub”

OBIECTIV 3

O mai bună vizibilitate a Ansamblului „Timișul”, prin evenimente dedicate și conexe, pentru a pune în valoare Ansamblul „Timișul”, ca garanție a continuității, prin generații succesive de dansatori

FOLCLOR DE MĂRȚIȘOR • 4 martie 2025 • Sala „Capitol”

Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret

ZIUA COPILULUI • 1 Iunie 2025 • Parcul Copiilor

Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret

POVEȘTI DIN VECINI • 7 iunie 2025 • Parcul Pădurea

Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret

BUNĂ VREMEA, OAMENI BUNI • 14 decembrie 2025 • Piața Victoriei (Târgul de Crăciun)

Spectacol de datini de Crăciun, Ansamblul „Timișul” & Ansamblul „Timișul” Tineret

OBIECTIV 4

O mai bună vizibilitate a Ansamblului „Timișul” în plan local, național și internațional, prin participări la festivaluri internaționale de prestigiu, emisiuni TV cu acoperire națională excepțională, colaborări cu ansambluri românești valoroase

Implicat în evenimentele importante ale orașului și în producțiile Casei de Cultură, Ansamblul „Timișul” a devenit, de la an la an, tot mai cunoscut, tot mai apreciat. Această expunere a făcut ca, în anul 2025, Ansamblul să fie invitat și la importante evenimente de diplomatie culturală, contribuind la comunicarea unei imagini pozitive a Timișoarei și, implicit, a României, peste hotare. De asemenea, expunerea internațională a Ansamblului a dus la întărirea legăturii cu ansambluri folclorice din Europa și din lume, la asocierea Ansamblului, a instituției, a orașului, cu noțiunea de excelență și la punerea într-o lumină pozitivă a valorilor tradiționale.

OBIECTIV 5

Pregătirea generațiilor viitoare de dansatori, instrumentiști și soliști ai Ansamblului „Timișul”, prin cursuri de dansuri populare pentru copii, coordonate de instructorii coregrafi Maria Topciov, Ciprian David și Doina Susan, și prin cursuri de instrument, coordonate de dirijorul Nicolae Baniciu.

În 2025, Ansamblul „Timișul” Tineret a avut 140 de membri, dintre care: 125 plătitori (copii, începători) și 15 neplătitori (avansați, care se pregătesc să intre în echipa de titulari). De asemenea, în orchestra de tineret activează 14 instrumentiști (neplătitori), pregătiți de dirijorul Nicolae Baniciu, care se ocupă și de evoluția artistică a 18 tineri soliști. În contrapartidă, aceștia din urmă asigură, gratuit, spectacolele Ansamblului „Timișul” Tineret, conform regulamentului Ansamblului.

EVENIMENTE ȘI DATE FINANCIARE ETNOPOL

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 1.028.500 lei

Venituri proprii: 89.120 lei

Buget cheltuit: 894.229 lei

Număr participanți: 144.080 persoane

(doar în cadrul ETNOPOL, fără beneficiarii altor acțiuni care au avut ca protagonist Ansamblul „Timișul”)

FOLCLOR DE MĂRȚIȘOR

Data: 4 martie 2025

Loc de desfășurare: Sala „Capitol”

Număr participanți: 810 persoane



Descrierea evenimentului

Aflat la cea de-a patra ediție și organizat, în fiecare an, în preajma zilei de 8 martie, spectacolul „Folclor de Mărțișor” pune în valoare activitatea Ansamblului „Timișul” Tineret, într-o sărbătoare a primăverii și a femeilor importante din viața copiilor de la Ansamblu, din dorința de a duce mai departe dragostea pentru jocul popular, tradițiile și respectul față de rădăcini.

Element nou, care justifică viziunea asupra activității instituției: implicarea, în spectacol, a unui tânăr solist cu notorietate în social media (Oleg Spînu), în vederea creșterii popularității Ansamblului „Timișul” Tineret (și) pe rețelele de socializare.

Dirijor: Nicolae Baniciu

Coregrafi: Maria Topciov, Ciprian David și Doina Susan

Soliști: Alexandra Acs, Petronia Belean, David Crișan, Ana-Gabriela Coțe, Denisa Gavriluț-Pîrvoni, Dorinel Gavriluț-Pîrvoni, Medeea Vinereanu, Ana-Maria Moldovan, Maria-Antonia Oltean, Iasmina Kronbauer-Păun, Maria Șaptebani, Sara Vasilescu și Vlad Văcaru

Invitat special: Oleg Spînu (Republica Moldova), cunoscut și îndrăgit de public din aparițiile la „Românii au talent” și „Vocea României”.

Partener: Filarmonica „Banatul” Timișoara

Impact

Evenimentul a apropiat publicul de cultura folclorică, de semnificația Mărțișorului și, mai ales, de activitatea copiilor și a tinerilor de la Ansamblul „Timișul”, contribuind la promovarea unei imagini pozitive a CCMT și la consolidarea sentimentului de apartenență la comunitate.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- realizarea și distribuirea de afișe în principalele zone de afișaj public din oraș
- campanii de comunicare online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, care au inclus postări dedicate și materiale foto-video
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- articole în presa locală:
 - o <https://www.casadeculturatm.ro/eveniment/folclor-de-martisor/>
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/folclor-de-martisor-cu-ansamblul-timisul-tineret-la-sala-capitol-2>
 - o <https://expressdebanat.ro/folclor-de-martisor-spectacol-la-timisoara>
 - o <https://infotimisoara.ro/folclor-de-martisor-expozitia-la-micul-fix-si-targul-de-paste-trei-evenimente-importante-in-martie-la-timisoara/>
 - o <https://www.tion.ro/capitala-culturala/spectacol-de-folclor-dedicat-martisorului-la-sala-capitol-2014779/>
 - o <https://editiadetimis.ro/cultura/primavara-vine-la-timisoara-cu-muzica-si-dans-la-folclor-de-martisor/>

AZI, LA NOI, CÂNTĂ TOT NATUL

Data: 13 aprilie 2025

Loc de desfășurare: Sala „Capitol”

Număr participanți: 830 persoane



Descrierea evenimentului

Desfășurat în fiecare an de Florii, „Azi, la noi, cântă tot natul” a devenit deja o tradiție în viața culturală a orașului. Evenimentul este cunoscut prin faptul că reunește soliști consacrați de folclor și profesioniști din alte domenii, care devin artiști pentru o seară, alături de orchestra Ansamblului „Timișul”.

Astfel, spectacolul s-a bucurat de prezența unor invitați speciali, soliști remarcabili ai scenei românești: Niculina Stoican, Maria Buză și George Pătrașcu, care au adus un plus de energie și autenticitate. Pe de altă parte, au urcat pe scenă, ca și cântăreți de muzică populară, Antonia Mleziva (avocat), Alin Nica (om politic), Laura Sgaverdea (Director Radio România Reșița), Bogdan Zahariea (artist liric, Opera Națională Română Timișoara), Imre Farkas (consilier local), Nuți Dorobanțu (actriță, Teatrul de Păpuși Arad), Bogdan Spiridon (actor, Teatrul Național Timișoara), Traian Mișcu (artist instrumentist, Opera Națională Română), Luminița Vrînceanu (medic) ș.a.

Dirijor: Deian Galetin

Coregraf: Ciprian David

Partener: Filarmonica „Banatul” Timișoara

Impact

Un astfel de eveniment are ca impact scontat crearea unei punți autentice între folclorul românesc și diverse domenii de activitate profesională, demonstrând că tradiția populară nu aparține exclusiv scenei artistice, ci poate fi vie și relevantă în viața cotidiană a medicilor, avocaților, jurnaliștilor, inginerilor, sportivilor sau actorilor. Prin participarea acestora alături de artiști consacrați, spectacolul „Azi, la noi, cântă tot natul” contribuie la democratizarea actului cultural, la apropierea publicului larg de valorile tradiționale și la reafirmarea folclorului ca parte integrantă a identității noastre comune, indiferent de profesie sau statut social.

Spectacolul s-a bucurat de un public numeros, divers ca vârstă, profesie și categorie socială, fapt ce confirmă deschiderea largă și relevanța culturală a manifestării în rândul tuturor generațiilor.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- realizarea și distribuirea de afișe în principalele zone de afișaj public din oraș
- campanii de comunicare online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara și ale Ansamblului „Timișul”, care au inclus postări dedicate și materiale foto-video
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- articole în presa locală:
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/azi-la-noi-canta-tot-natul-spectacol-extraordinar-de-florii-la-timisoara>
 - o <https://www.timisoreni.ro/despre/azi-la-noi-canta-tot-natul/>
 - o <https://frfdev.bilete.ro/azi-la-noi-canta-tot-natul/azi-la-noi-canta-tot-natul-13-apr-2025/>
 - o <https://www.bilete.ro/azi-la-noi-canta-tot-natul/azi-la-noi-canta-tot-natul-13-apr-2025/>
 - o <https://allevents.in/timisoara/azi-la-noi-c%C3%A2nt%C4%83-tot-natul-13-apr-2025/200028014805509>
 - o <https://www.radioresita.ro/evenimente/azi-la-noi-canta-tot-natul>
 - o <https://www.pressalert.ro/2025/04/azi-la-noi-canta-tot-natul-spectacol-special-de-florii-cu-ansamblul-timisul/>
 - o <https://infotimisoara.ro/evenimente-de-neratat-in-timisoara-oratoriu-bizantin-folclor-si-teatru-pentru-tineri/>
 - o <https://bestoftimisoara.ro/timisoara-se-pregateste-de-sarbatoare-concert-extraordinar-de-florii-si-deschiderea-targului-de-paste/>
 - o <https://www.youtube.com/watch?v=5wPzkNtNMRo>

ZILELE SEVERINULUI

Perioada: 25-27 aprilie 2025
Loc de desfășurare: Drobeta-Turnu Severin
Număr participanți: 10.000 persoane

Descrierea evenimentului

Programul ETNOPOL cuprinde și participări ale Ansamblului „Timișul” la evenimente și festivaluri naționale și internaționale.



Organizat de Primăria Drobeta-Turnu Severin, cu sprijinul Consiliului Local și al instituțiilor de cultură din județul Mehedinți, festivalul a inclus manifestări desfășurate simultan în mai multe locații din oraș: Palatul Culturii „Teodor Costescu”, Strada I.C. Brătianu, Severin Shopping Center și Muzeul Regiunii Porților de Fier. Evenimentul a atras mii de spectatori în fiecare zi, fiind un prilej de bucurie comunitară. Concertele interpreților bănățeni Andreea Voica și Dumitru Stoicănescu, care au însoțit Ansamblul „Timișul”, au contribuit la succesul prezenței Timișoarei la festival.

Parteneri

Primăria Municipiului Drobeta-Turnu Severin
Palatul Culturii „Teodor Costescu”
Muzeul Regiunii Porților de Fier

Impact

Prezența la „Zilele Severinului 2025” a contribuit la creșterea vizibilității Ansamblului „Timișul”, a Casei de Cultură și a Timișoarei la nivel regional și național și s-a bucurat de mare succes, fiind importantă atât pentru organizatori, datorită prestigiului și imaginii excelente de care se bucură Ansamblul „Timișul”, cât și pentru publicul larg, prezent în număr mare la eveniment.

Impactul acestei participări s-a reflectat pe mai multe planuri:

- **cultural:** promovarea valorilor tradiționale și a folclorului românesc autentic în fața unui public numeros, provenit atât din județ, cât și din alte zone ale țării
- **educational:** tinerii spectatori au avut ocazia să intre în contact cu forme autentice de expresie artistică tradițională, într-un cadru accesibil și viu
- **mediatic și de imagine:** participarea Ansamblului „Timișul” a fost remarcată în relatările din presă și în transmisiunile media (inclusiv în cele realizate de televiziunea locală 11PLUS.ro)
- **colaborativ:** prezența Ansamblului a întărit legăturile dintre instituțiile culturale participante și a deschis noi oportunități pentru colaborări viitoare în rețeaua festivalurilor folclorice din România

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat de 11PLUS.ro, Restart News, Radio România Oltenia Craiova, Jurnalul Olteniei, Kiss FM, Actual Mehedinți etc.:

- <https://restartnews.ro/2025/04/10/zilele-severinului-2025-trei-zile-de-muzica-traditii-si-spectacol-pentru-toate-gusturile/>
- <https://rtslive.ro/zilele-severinului-2025/>
- <https://jurnalulolteniei.ro/2025/04/21/zilele-severinului-2025-traditie-cultura-si-distractie/>
- <https://www.radiooltenia.ro/zilele-severinului-2025/>
- <https://informatiadeseverin.eu/pregatirile-pentru-zilele-severinului-in-linie-dreapta-vezi-care-e-programul-evenimentului/>
- <https://www.doljexpres.ro/2025/04/22/festivalul-zilele-severinului-din-2025-aduce-trei-zile-pline/>
- <https://www.gazeta-olteniei.ro/incep-pregatirile-pentru-zilele-severinului-25-27-aprilie-2025-vezi-programul/>
- <https://flux24.ro/zilele-severinului/>
- <https://www.roevent.org/evenimente/eveniment/zilele-severinului-2025-data-locatii-program-cu-concerte-cu-artisti-de-seama-si-muzica-populara>

75 DE ANI DE RELAȚII DIPLOMATICE ROMÂNIA – VIETNAM

Perioada: 19-26 mai 2025

Loc de desfășurare: Opera Națională din Hanoi / Vietnam

Număr participanți: 5.000 persoane, public româno-vietnamez



Descrierea evenimentului

Mulțumită reputației sale excelente și nivelului de performanță artistică, Ansamblul „Timișul” a fost invitat să reprezinte România la un important eveniment de diplomatie culturală, care a marcat împlinirea a 75 de ani de relații diplomatice dintre România și Vietnam, prin organizarea unui spectacol aniversar, la Opera Națională din Hanoi. Acesta s-a bucurat de prezența prim-ministrului Vietnamului, E. S. dl. Pham Minh Chinh, a E. S. Cristina Romilă, ambasadorul României în Vietnam și a altor oficiali, care au onorat prietenia și relația neîntreruptă dintre cele două țări. La succesul spectacolului a contribuit decisiv și Ansamblul „Timișul”, a cărui prestație a fost deosebit de apreciată de autoritățile vietnameze și de publicul prezent. Acest aspect a fost confirmat și de către ambasadorul României, prin redactarea unei scrisori de mulțumire adresate conducerii Casei de Cultură a Municipiului Timișoara.

Parteneri

Ambasada României în Vietnam

Ministerul Culturii, Sportului și Turismului din Vietnam

Organizația „Cello Fundamento”, Vietnam

Impact

Participarea Ansamblului „Timișul” la concertul aniversar de la Hanoi nu a fost doar un act artistic, ci și un gest de reprezentare națională, cu impact pozitiv pe termen lung asupra imaginii României în plan internațional, Ansamblul afirmându-se nu doar ca ambasador cultural, ci și ca un partener valoros în susținerea și dezvoltarea relațiilor bilaterale prin cultură.

Evenimentul a oferit oportunitatea întăririi imaginii României ca partener cultural activ și respectat în Asia de Sud-Est, iar aprecierea exprimată de reprezentanții României în Vietnam confirmă succesul demersului artistic. De asemenea, recunoașterea oficială transmisă de Ambasada României în R.S. Vietnam validează și impactul pozitiv al culturii în relațiile internaționale și evidențiază rolul diplomației culturale, în general.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat în mass-media locală și națională (Tion, Digi 24), dar și în cea vietnameză (cf8.cellofundamento.org, postul național TV VM1).

- <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/foto-ansamblul-timisul-invitat-la-evenimentul-dedicat-implinirii-a-75-de-ani-de-relatii-diplomatice-intre-romania-si-vietnam-2075299/>

FESTIVALUL NAȚIONAL DE COREGRAFIE ȘI FOLCLOR „PETRE VLASE”

Perioada: 24-26 iunie 2025

Loc de desfășurare: Bacău

Număr participanți: 2.000 persoane



Descrierea evenimentului

Organizat anual, în memoria coregrafului Petre Vlasce – fondatorul Ansamblului „Busuiocul” și promotor de marcă al folclorului românesc, Festivalul Național de Coregrafie și Folclor „Petre Vlasce” din Bacău aduce în prim-plan cele mai prestigioase ansambluri profesionale din România și din Republica Moldova, fiind un eveniment de referință în peisajul cultural românesc. Participarea Ansamblului „Timișul” a prilejuit realizarea și difuzarea unei ediții a emisiunii „Tezaur Folcloric” (TVR). Prezența în cadrul emisiunii a contribuit la creșterea vizibilității naționale a Ansamblului.

Parteneri

Consiliul Județean Bacău

Primăria Municipiului Bacău

Ansamblul Folcloric Profesional „Busuiocul” din Bacău

Partener media: TVR (emisiunea Tezaur Folcloric)

Impact

Festivalul oferă artiștilor un spațiu de exprimare liberă într-un cadru profesionist, iar publicului – ocazia de a descoperi bogăția folclorului românesc din toate regiunile țării, prezentat într-un format de calitate. Astfel, participarea Ansamblului „Timișul” la acest festival reprezintă o valoroasă oportunitate de afirmare artistică, de schimb de experiență și de consolidare a relațiilor culturale între artiști, instituții și public, având un dublu impact:

- **intern**, prin întărirea coeziunii și identității culturale a grupului, consolidarea repertoriului și a experienței scenice
- **extern**, prin vizibilitatea națională, consolidarea prestigiului artistic și deschiderea către noi colaborări și invitații la alte evenimente de profil



De asemenea, participarea Ansamblului „Timișul” la Festivalul Național de Coregrafie și Folclor „Petre Vlas” a avut următoarele efecte pozitive:

- reprezentativitate națională a Ansamblului „Timișul”
- întărirea legăturilor culturale interregionale, prin schimbul de experiențe și bune practici între artiști și ansambluri din diverse zone ale țării, dar și din Republica Moldova, consolidând astfel o rețea profesională solidă
- vizibilitate și recunoaștere: participarea la un festival consacrat crește vizibilitatea Ansamblului „Timișul” pe scena folclorică națională, deschizând noi oportunități de colaborare și invitații la alte evenimente culturale
- consolidarea identității culturale locale și naționale: „Timișul” devine un „ambasador” activ al Timișoarei, al Banatului, întărind sentimentul de apartenență în rândul tinerilor și comunității din care face parte
- dezvoltarea profesională a membrilor ansamblului: prezența la un festival de prestigiu național oferă membrilor Ansamblului „Timișul” oportunitatea de a-și îmbunătăți performanțele artistice, de a-și îmbogăți repertoriul și de a-și extinde orizontul cultural

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat și prezentat de Televiziunea Română, în cadrul emisiunii „Tezaur Folcloric”. De asemenea, acesta a fost promovat în presa locală și națională:

- <https://ziuaonline.com/stiri/festivalului-national-de-coregrafie-si-folclor-petre-vlase-din-bacau/>
- <https://www.oradesibiu.ro/2024/06/25/junii-sibiului-participa-la-festivalul-national-de-coregrafie-si-folclor-petre-vlase-din-bacau/>
- <https://moinesteanul.ro/evenimente-culturale-in-judetul-bacau/festivaluri/details/2025-06-25/977.ht>
- <https://radioeasy.ro/pe-26-27-iunie-are-loc-editia-a-ii-a-a-festivalului-national-de-coregrafie-si-folclor-petre-vlase/>
- <https://busuiocul.ro/festivalul-national-de-coregrafie-si-folclor-petre-vlase-editia-a-iii-a/>

ROMANIAN WEEKEND AT THE WHARF

Perioada: 11-13 iulie 2025
Loc de desfășurare: Wharf – Washington DC
Număr participanți: 20.000 persoane



Descrierea evenimentului

Capitala Statelor Unite, Washington DC, a găzduit, în perioada 11-13 iulie 2025, cea de-a patra ediție a festivalului „Romanian Weekend at The Wharf”. În această perioadă, zona The Wharf, una dintre cele mai vibrante ale orașului, s-a transformat într-o veritabilă scenă românească. Evenimentul a fost organizat de Ambasada României în Statele Unite ale Americii și Institutul Cultural Român din New York, în parteneriat cu Primăria Municipiului Timișoara și Casa de Cultură a Municipiului Timișoara, devenind cel mai amplu proiect de diplomatie culturală al României în spațiul nord-american.

Cu un record de participare de peste 20.000 de vizitatori, festivalul a fost parte a săptămânii dedicate celebrării parteneriatului strategic dintre România și Statele Unite, marcând astfel nu doar legăturile politice, ci și profunzimea relațiilor culturale dintre cele două țări.

Invitat special al ediției 2025 a fost orașul Timișoara, în centrul programului artistic aflându-se Ansamblul „Timișul”, care a oferit publicului american un spectacol autentic de dansuri și muzică populară din Banat, aducând pe scena festivalului energia, culoarea și rafinamentul tradițiilor românești.

Festivalul a oferit și demonstrații de artizanat românesc, prilejuite tot de Casa de Cultură: opincărit, cu Ciprian Mert, pictură pe sticlă cu artistul vizual Alin Pater și ateliere de macrameu, susținute de Daniela Epure. Vizitatorii au putut descoperi și standul Visit Timișoara, care a prezentat moștenirea arhitecturală, efervescența artistică și potențialul turistic al orașului.

Parteneri

Ambasada României la Washington și Institutul Cultural Român din New York, Statele Unite ale Americii, Visit Timișoara

Impact

Participarea Casei de Cultură a Municipiului Timișoara la cea de-a patra ediție a Festivalului „Romanian Weekend at The Wharf” a contribuit semnificativ la promovarea valorilor culturale tradiționale românești dincolo de ocean. Prezența Ansamblului „Timișul”, a meșteșugarilor și a standului expozițional a oferit publicului american oportunitatea de a descoperi autenticitatea tradițiilor românești, contribuind la consolidarea imaginii României ca țară cu un patrimoniu cultural imaterial valoros.

Totodată, colaborarea cu Visit Timișoara a promovat imaginea orașului ca destinație culturală europeană și ca centru activ al turismului cultural.

Evenimentul a permis stabilirea de noi legături culturale și instituționale, a încurajat dialogul intercultural și a deschis noi oportunități de colaborare cu diaspora și cu parteneri internaționali, demonstrând importanța prezenței active a instituțiilor culturale românești la evenimente internaționale majore și evidențiind rolul strategic al culturii în diplomația publică.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat în presa locală, precum și în cea națională și internațională, americană:

- <https://www.radioresita.ro/fapt-divers/ansamblul-timisul-ambasador-al-culturii-romanesti-la-washington-d-c-in-cadrul-festivalului-romanian-weekend-at-the-wharf-2025>
- <https://www.casadeculturatm.ro/eveniment/ansamblul-timisul-duce-traditia-pesto-ocean/>
- <https://www.antena3.ro/externe/banatul-si-timisoara-sunt-in-prim-plan-la-festivalul-romanian-weekend-at-the-wharf-din-washington-752349.html>
- <https://www.pressalert.ro/2025/07/timisoara-in-prim-planul-celei-de-a-patra-editie-romanian-weekend-at-the-wharf-in-statele-unite/>
- https://www.antena3.ro/externe/banatul-si-timisoara-sunt-in-prim-plan-la-festivalul-romanian-weekend-at-the-wharf-din-washington-752349.html?fbclid=IwY2xjawLfCpZleHRuA2FlbQlXMQABHmgw2CHEE-2z50-M3VZv2tvYsB1jv8jX1t9Jcq1hfWLYnxKUxU1B4_dpHeN0_aem_oP1W8cWFOmq4lqYXBA7CA&sfnsn=wa
- <https://agerpres.ro/romania-in-lume/2025/07/11/sua-banatul-si-timisoara-in-prim-plan-la-cea-de-a-patra-editie-a-festivalului-romanian-weekend-at-th--1467556>
- <https://www.impactpress.ro/2025/07/11/festival-romanesec-de-amploare-in-sua-la-washington-banatul-si-timisoara-in-centrul-atentiei-la-romanian-weekend-at-the-wharf/>
- <https://www.rciusa.info/post/romanian-weekend-at-the-wharf-returns-for-its-fourth-year-a-vibrant-showcase-of-romanian-traditions>
- <https://business-review.eu/international/romanian-embassy-in-washington-to-host-week-of-events-marking-bilateral-partnership-285866>
- <https://www.wharfdc.com/upcoming-events/2025-07-11-romanian-weekend-at-the-wharf/>

INTERNATIONAL FESTIVAL – FOLK AZORES 2025

Perioada: 10-20 august 2025
Loc de desfășurare: Terceira – Insulele Azore, Portugalia
Număr participanți: 650 artiști și peste 100.000 spectatori

Descrierea evenimentului

International Festival Folk Azores este unul dintre cele mai importante festivaluri de folclor din Europa de Vest, care a adus laolaltă peste 650 artiști – ansambluri și formații din 14 țări, de pe 4 continente, cu scopul de a promova tradiția muzicală și a dansului folcloric, schimbul cultural, păstrarea patrimoniului etnografic, dar și crearea unei sărbători comunitare.

Evenimentul se desfășoară în orașul Angra do Heroísmo din insula portugheză Terceira și cuprinde mai multe spectacole, desfășurate în teatrul Angrense, pavilioane de sport sau în aer liber: gala internațională de muzică și dans, parade ale costumelor populare, expoziții de obiecte de artizanat și meșteșugărești etc. Ansamblul „Timișul” a reprezentat România în cadrul acestui festival, alături de ansambluri din Argentina, Austria, Columbia, Ecuador, Franța, Grecia, Letonia, Mexic, Filipine, Portugalia, Serbia, Slovacia, Spania și Statele Unite ale Americii. Prezența sa la eveniment a avut drept obiective promovarea valorilor autentice

ale folclorului românesc, schimbul intercultural și consolidarea prezenței României în circuitul internațional al evenimentelor de profil.



Parteneri

Comite Organizador de Festivais Internacionais da Ilha Terceira

Terceira Instituicao de Utilidade Publica

International Council of Organizations of Folklore Festivals and Popular Arts

Impact

Participarea Ansamblului „Timișul” la International Festival Folk Azores a avut un impact semnificativ asupra promovării culturii tradiționale românești pe plan internațional, amplificând vizibilitatea României în circuitul cultural internațional, deschizând noi oportunități de colaborare artistică și promovând folclorul ca instrument de diplomatie culturală, coeziune socială și afirmare a identității naționale.

Prestația Ansamblului „Timișul” – care a prezentat coregrafii specifice zonei Banatului, dar și suite din Oltenia, Oaș, Moldova, Bihor și Năsăud – a fost deosebit de apreciată atât de publicul larg, cât și de ansamblurile participante la festival, grupul nostru fiind invitat la festivaluri organizate de formații din Grecia, Serbia, Spania, Columbia și Statele Unite ale Americii.

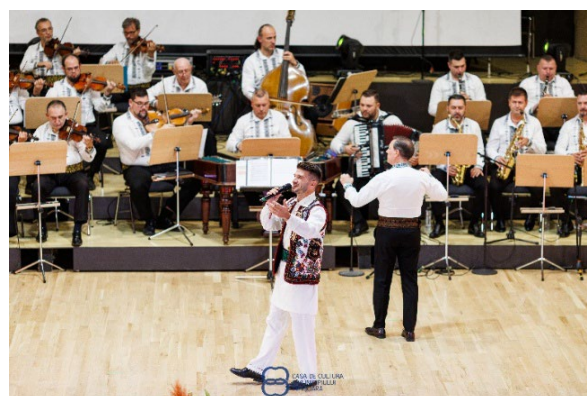
Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin materiale promoționale și pe canalele de informare ale organizatorului, dar și în presa portugheză:

- | Terceira | 39th International Folk Azores Festival – Azores Portuguese American Journal
- Angra do Heroísmo on Terceira island, Azores, hosts Europe's largest folklore festival this year – Novidades – The Islands and the Diaspora
- Folk Azores 2025 Episódio 2 - de 30 nov 2025 - RTP Play
- Angra do Heroísmo acolhe o maior festival de folclore da Europa deste ano – Câmara Municipal de Angra do Heroísmo
- AGENDA | Folk Azores: Maior Festival de Folclore da Europa decorre de 10 a 17 de agosto na ilha Terceira – Rádio Ilhéu
- Maior Festival De Folclore Da Europa Realiza-se De 10 A 17 De Agosto Na Ilha Terceira - Correio Dos Açores

FESTIVALUL-CONCURS DE INTERPRETARE VOCALĂ ȘI INSTRUMENTALĂ „LUCA NOVAC”

Data: 9 octombrie 2025
Loc de desfășurare: Sala „Capitol”
Număr participanți: 790 persoane



Descrierea evenimentului

Casa de Cultură a Municipiului a organizat joi, 9 octombrie, ora 18:00, la Sala „Capitol”, cea de-a doua ediție a Festivalului-concurs de interpretare vocală și instrumentală „Luca Novac”, care aduce un omagiu taragotistului Luca Novac. Simbol al identității culturale bănățene, artistul a știut să exprime, prin muzica sa, întreaga sensibilitate și forță a cântecului tradițional, fiind iubit atât în România, cât și peste hotare, pentru virtuozitatea, rafinamentul și stilul său inconfundabil.

Eveniment cultural important, festivalul a reunit tineri interpreți talentați din mai multe regiuni ale țării, oferindu-le o platformă pentru a-și promova abilitățile artistice. De asemenea, acesta a prilejuit prezența la Timișoara a îndrăgiților artiști Ciprian Pop și Viorica Macovei.

La preselecția ediției din acest an s-au înscris 37 de tineri artiști (23 de soliști vocali și 14 instrumentiști), reprezentând județele Timiș, Caraș-Severin, Arad, Sibiu, Gorj, Mehedinți, Vâlcea, Suceava și Maramureș. Dintre aceștia, 24 de artiști au fost selectați pentru finala concursului:

- Suceava: Berteza Delia
- Timiș: Iasmina Kronbauer, Adelin Popa, Alexandra Acs, Denisa Gavriliuț, Iancu Mădălin, Bianca Opăriuc, Negrea Cristian, Belean Petronia, Mic Daniel, David Crișan, Bulciu Eduard, Ana Coțe
- Caraș-Severin: Valentin Vădariu, Sporea Patric, Olan Daniel, Rișcu Mario
- Sibiu: Gândilă Gabriel
- Gorj: Jivan Andrada, Cojocar Daria
- Mehedinți: Anghel Ana Maria
- Sălaj: Cristea Denisa
- Vâlcea: Petrică Maria Alexandra
- Maramureș: Marincaș Paul

Participarea extinsă a evidențiat interesul crescut pentru folclorul autentic în rândul tinerilor și a demonstrat valoarea națională a festivalului, ca platformă de afirmare și promovare a muzicii tradiționale.

Concurenții au fost evaluați de un juriu alcătuit din personalități ale folclorului românesc: Elise Stan, etnomuzicolog și realizator de emisiuni TV, Viorica Macovei, interpretă de muzică populară din Bucovina, Cristian Obrejan, dirijor și profesor de vioară, prof. univ. dr. Eugen Sandu, cadru didactic la Universitatea din Craiova, Carmen Popovici-Dumbravă, solistă de muzică populară, și taragotistul Bujor Polhac.

Parteneri: Filarmonica „Banatul”, Brutăria „Rapsodia”, Casa Calfelor Kolping Timișoara

Sponsor: SC Bumerang SRL

Parteneri media: TVR Timișoara, TVR Folclor, Radio Timișoara, Radio România Reșița, Radio România „Antena Satelor”

Impact

Festivalul a avut un impact cultural și social semnificativ la nivel local și regional, atât în rândul concurenților, cât și al publicului care a umplut Sala „Capitol”, dovedind, încă o dată, interesul crescut pentru valorile autentice ale folclorului românesc și pentru promovarea tinerelor talente.

Prin structură și obiective, festivalul sprijină:

- descoperirea și promovarea tinerelor talente în interpretarea muzicii tradiționale
- conservarea și valorificarea folclorului autentic
- transmiterea valorilor culturale între generații, într-un cadru competitiv și educativ
- consolidarea identității locale și a sentimentului de apartenență

În plan mai larg, festivalul sporește vizibilitatea Banatului, ca zonă etnografică, atrage public și vizitatori, contribuind la turismul cultural și la dinamizarea vieții comunitare.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost promovat prin:

- realizarea și distribuirea de afișe în principalele zone de afișaj public din oraș
- campanii de comunicare online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara și ale Ansamblului „Timișul”, care au inclus postări dedicate și materiale foto-video
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- articole în presa locală:
 - o <https://www.casadeculturatm.ro/eveniment/festival-concurs-luca-novac>
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/festivalul-concurs-de-interpretare-vocala-si-instrumentala-luca-novac-la-timisoara>
 - o Festivalul-concurs „Luca Novac” ediția a II-a, la Timișoara – gala folclorului bănățean » Radio România Reșița
 - o <https://www.bilete.ro/festivalul-concurs-luca-novac-editia-a-ii-a>
 - o <https://pressalert.ro/2025/09/eveniment-dedicat-memoriei-marelui-taragotist-luca-novac-la-timisoara>
 - o Festivalul-concurs de interpretare vocală și instrumentală „Luca Novac”, la Timișoara - Radio România Timișoara
 - o Festivalul-concurs „Luca Novac”, spectacol de gală
 - o Festivalul-concurs „Luca Novac” @ Filarmonica Banatul Timișoara • Zile și Nopti
 - o Peste 20 de soliști vocali și 14 instrumentiști se vor întrece la Festivalul-Concurs „Luca Novac” - Tion

SPECTACOLE ANIVERSARE „JOC” 80

Perioada: 30 octombrie-2 noiembrie 2025

Loc de desfășurare: Chișinău, Republica Moldova

Număr participanți: 4.000 persoane

În perioada 30 octombrie-2 noiembrie 2025, o delegație a Casei de Cultură s-a deplasat la Chișinău, în Republica Moldova. Obiectivele acestei deplasări au fost următoarele:

- participarea la câteva repetiții ale Baletului Național „JOC”, pentru a urmări tehnica și modul de organizare a repetițiilor

- participarea la cele trei spectacole aniversare care au sărbătorit 80 de ani ai Ansamblului
- semnarea unui nou parteneriat care se va finaliza în anul 2026, cu montarea unui spectacol comun
- semnarea unui parteneriat cu Teatrul Municipal de Păpuși „Guguță”, în vederea prezentării spectacolului „Harap-Alb”, din repertoriul CCMT, la Chișinău, în 2026



REZUMAT ACTIVITATE 2025, ANSAMBLUL „TIMIȘUL”

În afară de evenimentele organizate și de participările la evenimente naționale și internaționale, finanțate prin programul ETNOPOL, Ansamblul „Timișul” este protagonistul a numeroase evenimente ale orașului, precum și al unor activități organizate în parteneriat cu Direcția de Asistență Socială a Municipiului Timișoara, fiind un model de bune practici în materie de voluntariat.

Rezumatul activității sale în anul 2025 poate fi consultat mai jos:

FESTIVALURI & EVENIMENTE INTERNAȚIONALE

75 de ani de relații diplomatice România-Vietnam

Vietnam, 19-26 mai 2025

Romanian Weekend at the Wharf – Washington

Statele Unite ale Americii, 8-15 iulie 2025

Festivalul Internațional Folk Azores – Terceira, Azore

Portugalia, 10-20 august 2025

Festivalul Internațional Aufsteirern – Graz

Austria, 13-14 septembrie 2025

260 de ani de la înființarea localității Satu Nou (Banatsko Novo Selo)

Serbia, 3-4 octombrie 2025

80 de ani de la fondarea Ansamblului Național Academic „JOC” – Chișinău

Republica Moldova, 29 octombrie – 3 noiembrie 2025

EVENIMENTE NAȚIONALE

Zilele Severinului

Drobeta-Turnu Severin, 25-26 aprilie 2025

Festivalul Național de Folclor „Petre Vlasă”

Bacău, 24-26 iunie 2025

Festivalul Național de Folclor „Tradiții la români”

Timișoara, 7 octombrie 2025

EVENIMENTE ÎN SPAȚIUL PUBLIC ȘI PRODUCȚII PROPRII ALE CASEI DE CULTURĂ

24 ianuarie 2025, Sala Lira

Ziua Unirii Principatelor Române

4 martie 2025, Filarmonica „Banatul”

„Folclor de Mărțișor” (Ansamblul „Timișul” Tineret)

6 martie 2025, Centrul de zi pentru vârstnici, Str. Ioan Plavoșin 21

Spectacol dedicat Zilei Femeii, acțiune în parteneriat cu D.A.S. Timișoara

25 martie 2025, Târgul de Paște Timișoara

Spectacol Ansamblul „Timișul”

30 martie 2025, Târgul de Paște Timișoara

Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret

13 aprilie 2025, Filarmonica „Banatul”

„Azi, la noi, cântă tot natul” (Ansamblul „Timișul”)

14-15 aprilie 2025, Sala Lira

Spectacol „Harap-Alb”

18 aprilie 2025, Centrul de zi pentru vârstnici „Sfinții Arhangheli Mihail și Gravid”

Acțiune în parteneriat cu D.A.S. Timișoara (Ansamblul „Timișul” Tineret)

30 aprilie 2025, Cinema „Dacia”, Reșița

Spectacol „Harap-Alb”

1 iunie 2025, Parcul Copiilor

Cireșar (Ansamblul „Timișul” Tineret)

7 iunie 2025, Parcul Pădurice

Povești din vecini (Ansamblul „Timișul” Tineret)

8 iunie 2025, Parcul „Petőfi Sándor” și Biserica „Pogorârea Sfântului Duh”

Ruga Freidorf (Ansamblul „Timișul” Tineret)

15 iunie 2025, Parcul Adolescenței și Biserica Martirilor

Ruga Calea Martirilor (Ansamblul „Timișul” Tineret)

2-6 iulie 2025, Parcul Rozelor

Festivalul Inimilor (Ansamblul „Timișul” și Ansamblul „Timișul” Tineret)

3 August 2025, Bd. I. C. Brătianu

Ziua Timișoarei (Ansamblul „Timișul”)

15 septembrie 2025, Parcul Rozelor

Ruga Timișoarei (Ansamblul „Timișul” și Ansamblul „Timișul” Tineret)

19 septembrie 2025, Piața Libertății

MulticulTiM, Festivalul Minorităților Etnice (Ansamblul „Timișul”)

9 octombrie 2025, Filarmonica „Banatul”

Festivalul-concurs „Luca Novac” (Ansamblul „Timișul”)

22 octombrie 2025, Sala Lira

Concursul național de tinere talente pentru copii cu dizabilități, acțiune în parteneriat cu Liceul Teoretic Special „Iris” (Ansamblul „Timișul” Tineret)

26 octombrie 2025, Giroc

Festivalul Recoltei, spectacol caritabil (Ansamblul „Timișul”)

6 noiembrie 2025, Centrul de zi pentru vârstnici „Sfinții Mihail și Gavril”

Acțiune în parteneriat cu D.A.S. Timișoara (Ansamblul „Timișul” Tineret)

1 Decembrie 2025, Piața Victoriei

Spectacol dedicat Zilei Naționale a României (Ansamblul „Timișul”)

14 decembrie 2025, Târgul de Crăciun

„Bună vremea, oameni buni”, spectacol de datini și obiceiuri de Crăciun (Ansamblul „Timișul” și Ansamblul „Timișul” Tineret)

18 decembrie 2025, Târgul de Crăciun

Spectacol dedicat Zilei Minorităților din România (Ansamblul „Timișul”)

19 decembrie 2025, Casa Fabian, centru de îngrijire pentru vârstnici

Ansamblul „Timișul” Tineret

EDUPOL – Program de educație culturală

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 555.000 lei

Venituri proprii: 13.850 lei

Finanțare nerambursabilă AFCN: 250.000 lei

Total venituri: 805.000 lei

Buget cheltuit: 949.855 lei

diferența de 149.855 lei a fost recuperată din economiile realizate în cadrul proiectelor Sărbători pe rit vechi (31.436 lei), Ziua Timișoarei (55.081 lei), Ziua României (58.338 lei)

Număr participanți: 33.350 persoane

În accepțiunea UNESCO, educația culturală este considerată „unul dintre instrumentele care întăresc potențialul social și stimulează creativitatea”. Obiectivul său primordial este creșterea nivelului de participare culturală a diferitelor grupuri sociale. Această misiune este menită a fi îndeplinită de școli, dar și de Biserică, instituții culturale, organizații neguvernamentale.

Franța, de pildă, este un model european de politică publică în educația culturală, prin conceptul național de „Éducation Artistique et Culturelle (EAC)”, care urmărește accesul tuturor copiilor și tinerilor la cultură și continuitatea educației culturale pe tot parcursul școlar, bazându-se pe trei piloni: întâlnirea cu operele și artiștii, practica artistică și dobândirea de informații culturale.

Astfel, educația culturală constantă este un factor esențial al dezvoltării comunitare, deoarece cultura nu este doar consum artistic, ci un instrument de coeziune socială, identitate și participare civică.

Fără educație culturală constantă, oferta culturală riscă să rămână elitistă, fragmentată sau nerelevantă pentru comunitate.

Principalele beneficii ale educației culturale sunt:

a) Formarea unui public activ și informat, prin:

- dezvoltarea capacității de înțelegere și interpretare a fenomenului cultural
- transformarea publicului din consumator pasiv în participant activ
- crearea de obiceiuri culturale durabile

b) Coeziunea socială și dialogul intercultural, prin:

- punerea în valoare a diversității și multiculturalității
- stimularea dialogului între generații și comunități diferite

c) Dezvoltarea spiritului critic și a creativității, prin:

- încurajarea gândirii critice
- stimularea creativității
- formarea unor cetățeni activi și responsabili

d) Consolidarea identității locale, prin:

- consolidarea legăturii cu patrimoniul și istoria locală
- crearea sentimentului de apartenență
- contribuția concretă la dezvoltarea durabilă a comunității

Formele de educație culturală considerate cele mai eficiente sunt:

a) Educația culturală formală, în parteneriat cu școala, eficientă pe termen lung, deoarece formează publicul viitor

- programe artistice în/cu școli (Ziua Culturii Naționale, Circuit 89, „Teatru-n patru”, „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”, „Călător printre stele”, „Harap-Alb” etc.)
- ateliere și vizite ghidate (Cireșar, Festivalul Inimilor, MulticulTiM, Povești din vecini etc.)

b) Educația culturală nonformală, care creează implicare directă și sentiment de apartenență

- ateliere creative (Cireșar, Festivalul Inimilor, MulticulTiM, Povești din vecini etc.)

c) Educația prin participare culturală, una dintre cele mai eficiente forme de educație culturală

- co-creație cu publicul (Ziua Europei – happening Piața Sfântul Gheorghe, Revoluția din Decembrie 1989 – Epoca de Aur’s Shop etc.)
- evenimente în cartiere (Povești din vecini, rugile de cartier, componente ale altor evenimente, desfășurate în cartiere)

d) Mediarea culturală, care ajută publicul să înțeleagă și să se apropie de cultură

- întâlniri cu artiști („Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”)
- discuții post-eveniment („Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”)

e) Educația culturală digitală, care extinde accesul și ajunge la publicuri noi

- platforme online (landing page Festivalul Inimilor)
- conținut educativ multimedia

Elemente noi, care justifică viziunea asupra activității instituției: în 2025, Casa de Cultură a realizat două producții noi, care apropie publicul tânăr de lumea artelor spectacolului – „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”, destinată publicului de 7-12 ani, și „Teatru-n patru” (+14 ani); tot în cadrul EDUPOL, în 2025 a avut loc, în premieră, Marea dictare urbană, eveniment inedit, care permite educația culturală cu un public numeros.

EVENIMENTE DE EDUCAȚIE CULTURALĂ DEDICATE TEATRULUI • LIRA ON STAGE

PRODUCȚII PROPRII

PATRICIA ȘI DISTRACTORII. GHIDUL MICULUI SPECTATOR

Perioada:

10 noiembrie - 21 decembrie 2025

Loc de desfășurare:

Timișoara, Lugoj, Drobeta-Turnu Severin, Vrșac (Serbia)

Număr participanți:

1.500 persoane





Descrierea evenimentului

Spectacolul este o nouă producție proprie a Casei de Cultură a Municipiului Timișoara și face parte din inițiativa culturală „Ghidul micului spectator”, cofinanțată de Administrația Fondului Cultural Național (AFCN), care și-a propus să transforme întâlnirea copiilor cu teatrul într-o experiență memorabilă, educativă și plină de farmec.

Educativ și interactiv, „Patricia și distractorii” este o poveste despre curiozitate, imaginație și responsabilitate, spusă cu umor. Patricia, o fetiță curajoasă și curioasă, pătrunde în lumea fermecată a Teatrului, unde îl întâlnește pe Gardianul Teatrului și descoperă o amenințare neașteptată: Distractorii – făpturi haotice, care risipesc magia scenei. Pentru a salva teatrul, Patricia este nevoită să învețe lecții importante: să fie punctuală, să respecte liniștea și să acorde atenție poveștii.

Dedicat copiilor din clasele I–IV, „Patricia și distractorii” a fost o invitație de a descoperi teatrul ca pe o experiență unică, în care magia există doar atunci când publicul și actorii cred împreună în poveste.

Regia: Cristian Brătoiu

Distribuția: Patricia Gavril-Chifu, Ionuț Pîrvulescu, Ioan Codrea, Maria Gornic, Alina Spiridon, Lucian Matei, Bogdan Spiridon și Cristian Brătoiu

Scenografia și costumele: Bajkó Attila

Muzica: Andrei Chifu

Proiectul a vizat abordarea creativă și interactivă a normelor de conduită adecvate într-o sală de spectacol, adresându-se copiilor cu vârste cuprinse între 7 și 12 ani. Acesta a adus în prim-plan evoluția teatrului de-a lungul istoriei și a sancționat, cu umor, comportamentele inadecvate, stimulând creativitatea și interesul pentru artă și contribuind la formarea unei generații de spectatori responsabili, sensibili la actul artistic.

Pe lângă reprezentațiile teatrale, proiectul a inclus workshopuri de teatru dedicate elevilor din ciclul primar, care au consolidat mesajul educațional prin discuții și jocuri animate de actorii implicați în spectacol.

De asemenea, a fost realizată o cercetare privind comportamentele de consum cultural în sălile de spectacole din Timișoara, realizată de sociologii timișoreni Vasile Gherheș și Ciprian Obrad, care au surprins tipologii de public, obiceiuri de participare și situații frecvente de comportament neadecvat: utilizarea telefonului mobil, întârzierea, intrările și ieșirile repetate din sală sau consumul de alimente și băuturi. Demersul științific a avut ca scop colectarea de date relevante despre frecvența și tipologia comportamentelor indezirabile în timpul actului artistic, a oferit argumente solide pentru elaborarea mesajelor educaționale și a permis o abordare nuanțată și eficientă a campaniei de conștientizare care a însoțit proiectul. Datele obținute au oferit o imagine realistă asupra modului în care publicul contemporan se raportează la actul artistic și au contribuit la formularea unor mesaje educaționale adaptate publicului tânăr și familiilor acestuia.

„Ghidul micului spectator” a inclus și o premieră din spectrul educațional: organizarea unei ședințe cu părinții „altfel”, realizată în parteneriat cu Liceul Teoretic „Grigore Moisil”. Aceasta a presupus prezentarea spectacolului în fața unui public format preponderent din părinți și cadre didactice și o dezbatere menită să îi implice activ în promovarea comportamentului adecvat și a respectului față de evenimentele culturale. În cadrul întâlnirii au fost prezentate și rezultatele cercetării sociologice descrise mai sus.

Proiectul a ocazionat și realizarea unui documentar, produs și difuzat de TVR Timișoara, care a prezentat etapele acestuia, mesajele educaționale și impactul asupra publicului tânăr. Documentarul a fost difuzat în zilele de 19 și 20 decembrie 2025, contribuind la vizibilitate și la diseminarea rezultatelor.

Vizionează documentarul aici: <https://youtu.be/8iAGIdImFKM?si=edpOWHUZN655XI52>

În fine, spectacolul „Patricia și distractorii” a avut o apariție specială pe scena Târgului de Crăciun din Timișoara, în data de 21 decembrie 2025, unde personajele au interacționat cu publicul, într-un moment ludic, care a extins mesajul proiectului dincolo de spațiul convențional, al sălii de teatru, și a creat o conexiune directă cu comunitatea.

Premiera spectacolului a avut loc luni, 10 noiembrie 2025, la Sala Lira.

După premieră, spectacolul a fost prezentat în mai multe orașe din țară și din Serbia:

- marți, 11 noiembrie 2025, ora 12:00, Sala Lira
- marți, 11 noiembrie 2025, ora 18:00, Sala Lira – ședința cu părinții „altfel”
- joi, 13 noiembrie 2025, ora 12:00, Sala Lira
- vineri, 14 noiembrie 2025, ora 12:00, Sala festivă, Colegiul Național Bănățean
- luni, 17 noiembrie 2025, ora 12:00, Teatrul „Traian Grozăvescu”, Lugoj
- luni, 8 decembrie 2025, ora 11:00, Palatul Culturii „Teodor Costescu”, Drobeta-Turnu Severin
- vineri, 12 decembrie 2025, ora 13:00, Teatrul Național „Sterija” (Serbia)
- marți, 16 decembrie 2025, ora 16:00, Sala Lira
- duminică, 21 decembrie 2025, ora 19:00, Târgul de Crăciun, Piața Victoriei

Intrarea la toate reprezentațiile a fost gratuită.

Parteneri: SchneiderPen, Asociația „Teatru pentru tine”, Teatrul pentru Copii și Tineret „Merlin”, Asociația „Compania Culturală Constantin” Drobeta-Turnu Severin, Casa de Cultură „Traian Grozăvescu” Lugoj, Centar Narodne Umetnosti Serbia, Școala Gimnazială Nr. 19 „Avram Iancu”

Parteneri media: TVR Timișoara, Radio România Reșița

Impact

Proiectul „Ghidul micului spectator” a generat un impact educațional semnificativ, contribuind la formarea unor comportamente adecvate în rândul copiilor participanți și la creșterea gradului de conștientizare privind rolul publicului în actul artistic. Prin intermediul spectacolului și al activităților conexe, copiii au

fost implicați activ într-un proces de învățare, care a facilitat înțelegerea regulilor de conduită într-o sală de spectacol și a stimulat atenția, empatia și respectul față de artiști și față de ceilalți spectatori.

La nivel cultural și comunitar, proiectul a contribuit la consolidarea relației dintre instituțiile culturale, școală și familie, prin implicarea cadrelor didactice și a părinților în activități dedicate educației culturale. Organizarea ședinței cu părinții „altfel” și prezentarea rezultatelor cercetării sociologice au deschis un dialog necesar despre consumul cultural și responsabilitatea publicului, extinzând impactul proiectului dincolo de publicul direct. Vizibilitatea oferită prin difuzarea documentarului la TVR Timișoara și prin prezența spectacolului în spațiul public, pe scena Târgului de Crăciun din Timișoara, a amplificat impactul mediatic, transformând proiectul într-un reper de bune practici în educația culturală.

Mediatizarea proiectului

Proiectul a fost mediatizat în presa locală și în mediul online, prin:

- realizarea și distribuirea de afișe în principalele zone de afișaj public din oraș
- campanii de comunicare online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, care au inclus postări dedicate și materiale foto-video
- ziarul „Lira”
- promovare în grupul de comunicare dedicat școlilor din Timișoara, pentru a asigura participarea elevilor și cadrelor didactice la eveniment
- articole în presa locală:
 - o <https://youtu.be/8iAGIdImFKM?si=EMF-5v8e5q9FaA1B>
 - o <https://www.tion.ro/capitala-culturala/sedinta-cu-parintii-altfel-casa-de-cultura-timisoara-lanseaza-spectacolul-educativ-patricia-si-distractorii-ghidul-micului-spectator-2175655/>
 - o <https://www.radioresita.ro/evenimente/patricia-si-distractorii-ghidul-micului-spectator-o-poveste-despre-curiozitate-disciplina-si-farmecul-scenei>
 - o <https://www.npsterija.rs/cir/predstava/2097/patricia---predstava-za-decu-na-rumunskom-jeziku->
 - o <https://tol.ro/video-patricia-si-distractorii-ghidul-micului-spectator-lumeadeaproape-tvrtm/>
 - o https://stiridetimisoara.ro/copiii-invata-cum-sa-fie-spectatori-atenti-si-respectuosi-prin-spectacolul-patricia-si-distractorii-ghidul-micului-spectator-o-productie-a-casei-de-cultura-timisoara_76668.html
 - o <https://timisplus.ro/patricia-si-distractorii-ghidul-micului-spectator/>
 - o <https://www.onevent.ro/evenimente/patricia-si-distractorii-ghidul-micului-spectator/>
 - o https://stiridetimisoara.ro/copiii-invata-cum-sa-fie-spectatori-atenti-si-respectuosi-prin-spectacolul-patricia-si-distractorii-ghidul-micului-spectator-o-productie-a-casei-de-cultura-timisoara_76668.html
 - o <https://www.facebook.com/share/v/1BfpRmeNXN/?mibextid=wwXlfr>

TEATRU-N PATRU

Perioada: 9-11 aprilie 2025

Loc de desfășurare: Sala Lira

Număr participanți: 450 persoane

Regia: Cristian Brătoiu

Distribuția: Ionuț Pîrvulescu, Ioan Codrea, Lucian Matei și Cristian Brătoiu

Scenografia și costumele: Bajkó Attila





Descrierea evenimentului

„Uneori, ca să înțelegi mai bine o poveste, trebuie să o privești din mai multe unghiuri. Așa cum firul se despică în patru, teatrul își schimbă forma, perspectiva și emoția.” Cristian Brătoiu

Piesa „despică în patru” povestea teatrului, din Antichitate până în prezent, fiind un demers cultural-educativ plin de umor, care îi poartă pe spectatori într-o călătorie prin istoria fascinantă a teatrului — din preistorie, în amfiteatrele grecești, de la gladiatorii romani la misterele medievale și, apoi, la teatrul contemporan. Regizorul Cristian Brătoiu îmbracă informația în comic, transformând, cu ajutorul actorilor, lecția de istorie a teatrului într-un spectacol viu, în care publicul descoperă cum s-a născut teatrul, cum a evoluat și ce rol a avut în viața oamenilor, de-a lungul timpului. Deși se adresează în special adolescenților, poate rezona cu toate categoriile de public +14 ani.

Printr-un concept original și o abordare dinamică, „Teatru-n patru” reușește să îmbine valorile artistice cu misiunea formativă a Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, a cărei continuitate este justificată prin includerea spectacolului în repertoriul permanent al instituției.

Impact

Spectacolul a avut un impact semnificativ asupra tinerilor spectatori, reușind să îmbine educația culturală cu divertismentul de calitate. Abordarea interactivă, plină de umor și imaginație, a facilitat o mai bună conectare a adolescenților cu actul artistic și a transformat învățarea într-o experiență vie și atractivă.

Pe termen lung, impactul proiectului constă în:

- creșterea interesului tinerilor pentru teatru și pentru consumul cultural
- dezvoltarea capacității de analiză critică și empatie prin intermediul artei
- consolidarea rolului Casei de Cultură, ca promotor al educației prin cultură
- stimularea participării plătite la evenimente culturale, printr-un model sustenabil de acces la spectacole (bilete la preț accesibil – 20 lei)
- menținerea spectacolului în repertoriul Casei de Cultură, pentru a fi reluat cu alte ocazii

Mediatizarea proiectului

Campania de promovare a proiectului a inclus:

- realizarea și distribuirea de afișe în principalele zone de afișaj public din oraș
- campanii de comunicare online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, care au inclus postări dedicate și materiale foto-video
- promovare în grupul de comunicare dedicat școlilor din Timișoara, pentru a asigura participarea elevilor și cadrelor didactice la eveniment
- articole în presa locală:
 - o <https://gazetainvest.ro/spectacol-despre-teatru-jucat-in-trei-zile-la-sala-lira/>
 - o <https://ziarultimisoara.ro/cultura/15538-teatru-n-patru-la-sala-lira>
 - o <https://jurnaldevest.ro/2025/04/05/teatru-n-patru-o-lectie-despre-scena-viata-si-perspective-la-sala-lira/>
 - o <https://buletindetimisoara.ro/timisoara-luna-aprilie-la-casa-de-cultura-patimile-si-invierea-domnului-la-biserica-millennium-spectacolul-traditional-de-florii-la-sala-capitol-si-teatru-n-patru-la-sala-lira/>
 - o <https://www.tion.ro/capitala-culturala/muzica-sacra-populara-si-teatru-oferta-casei-de-cultura-a-municipiului-timisoara-in-luna-aprilie-2040844/>
 - o <https://buletindetimisoara.ro/tag/teatru-n-patru/>

EXPOZIȚII GALERIA ROTONDA ȘI ACTIVITĂȚI CONEXE • LIR'ART

Perioada: 1 ianuarie 2025 - 31 decembrie 2025

Vernisaje: 12 februarie, 10 martie, 12 mai, 5 septembrie, 5 noiembrie, 3 decembrie

Număr participanți: 700 persoane

Expozițiile din 2025 au urmărit câteva obiective concrete:

- **educația și stimularea creativității:** expozițiile și activitățile conexe au oferit publicului tânăr oportunitatea de a explora arta vizuală, fotografia, grafica și arta textilă, ca mijloace de exprimare și reflecție asupra lumii înconjurătoare
- **accesibilitatea și incluziunea culturală:** evenimentele au fost deschise publicului larg, cu intrare liberă, facilitând participarea cât mai multor persoane și promovând consumul de cultură locală
- **promovarea artiștilor locali și a colaborărilor creative:** expozițiile au oferit o platformă de lansare/promovare pentru tineri talentați, precum Maia Medinschi și Dragoș Rusu, consolidând reputația CCMT, de susținător al proiectelor artistice ale artiștilor tineri
- **integrarea artei în comunitate:** expozițiile și activitățile conexe au prilejuit colaborări cu instituții de învățământ, consolidând relația cu publicul timișorean și transformând Galeria Rotonda într-un punct de întâlnire culturală și educațională

Impact

Expozițiile organizate în 2025 la Galeria Rotonda au avut un impact semnificativ asupra publicului, reușind să aducă arta mai aproape de comunitatea timișoreană și să promoveze diversitatea formelor de expresie artistică. În total, expozițiile au atras, la vernisaje, aproximativ 700 de participanți, iubitori de artă de toate vârstele, de la copii, la adolescenți, studenți, până la seniori.

Mediatizarea proiectului

Casa de Cultură a făcut următoarele demersuri de promovare:

- postări dedicate pe pagina de Facebook a CCMT
- materiale de promovare diseminate în online și offline
- afișe, ziarul „Lira”, broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presă:
 - o <https://www.ziarultimisoara.ro/cultura/16675-alter-ego-expozitie-de-grafica-pe-versuri-maia-medinski-dragos-rusu>
 - o <https://www.pressalert.ro/2025/09/expozitia-alter-ego-dialog-intre-cuvant-si-desen-la-timisoara-foto>
 - o <https://ziarultimisoara.ro/cultura/15152-expozitie-de-fotografie-sorin-onisor-la-galeria-rotonda>
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/poveste-de-iarna-expozitie-de-fotografie-sorin-onisor>
 - o <https://www.romaniapozitiva.ro/banat-crisana/poveste-de-iarna-expozitie-de-fotografie-sorin-onisor-10-februarie-7-martie-2025/>
 - o <https://infotimisoara.ro/poveste-de-iarna-expozitie-de-fotografie-sorin-onisor-la-galeria-rotonda-din-timisoara>
 - o <https://gazetadinvest.ro/scriitorul-robert-serban-face-si-poze-expozitie-la-casa-de-cultura/>
 - o <https://timpolis.ro/expozitie-retrospectiva-de-fotografie-imagine-sunet-89-perspective/>
 - o <https://bestoftimisoara.ro/incursiuni-cromatice-expozitia-marianei-pitar-la-galeria-rotonda/>
 - o <https://stirileprotv.ro/divers/expozitie-inedita-la-timisoara-despre-revolutia-din-1989-mai-multi-fotografi-au-adus-in-prim-plan-evenimentele-din-decembrie.html>
 - o <https://www.ziuadevest.ro/din-viena-la-timisoara-imagine-sunet-89-perspective-readuce-memoria-revolutiei-din-decembrie-1989-in-orasul-de-pe-bega/>
 - o <https://www.tion.ro/capitala-culturala/imagine-sunet-89-perspective-cea-mai-noua-expozitie-la-galeria-rotonda-din-timisoara-despre-revolutia-din-1989-2171767/>

CCMT. 2025 ÎN AFIȘE

13 ianuarie - 10 februarie 2025



În perioada 13 ianuarie - 10 februarie 2025, Galeria Rotonda a găzduit expoziția „CCMT. 2024 ÎN AFIȘE”, dedicată promovării vizuale a celor mai importante evenimente organizate de CCMT în anul 2024.

Expoziția a reunit 30 de afișe, realizate într-o grafică unitară, coerentă și inspirată, semnată de graficianul Sorin Nica. Expoziția a fost un prilej de retrospectivă și recunoștință pentru activitatea culturală a anului 2024 și un moment de reflecție, în vederea dezvoltării programelor culturale ale CCMT, în anii următori.

POVESTE DE IARNĂ

Expoziție de fotografie – Sorin Onișor

10 februarie - 7 martie 2025

Fotograf contemporan unanim apreciat, cunoscut pentru modul în care surprinde sufletul satului românesc, Sorin Onișor a adus la Timișoara o selecție de lucrări ce reflectă dragostea sa pentru tradiții, oameni și natură. Cu o carieră remarcabilă și expoziții organizate la București, Paris, Londra, New York, Viena sau Tokio, artistul continuă să inspire publicul prin imagine.

În completarea expoziției, Sorin Onișor a susținut workshopuri de fotografie pentru elevii de la Liceul Tehnologic „Azur”, Liceul Tehnologic Transporturi Auto, Școala Gimnazială Nr. 2, Școala Gimnazială Nr. 30 și Colegiul Național Bănățean, încurajând tinerii să redescopere cotidianul cu o privire creativă, prin lentila propriului telefon mobil. Vernisajul, care a avut loc în data de 12 februarie, a prilejuit momente muzicale oferite de Peregrinii și corala „Contrast”.



LA MICUL FIX

Expoziție de fotografie – Robert Șerban

10 martie - 7 aprilie 2025

În perioada 10 martie - 7 aprilie 2025, Galeria Rotonda a găzduit expoziția de fotografie „La micul FIX”, semnată de scriitorul Robert Șerban.

Expoziția a oferit publicului ocazia de a privi cotidianul cu ochi noi, bucurându-se de aprecierea vizitatorilor și confirmând valoarea proiectelor de fotografie ca instrument de reflecție asupra lumii din jur și a micilor momente care dau culoare vieții de zi cu zi. Artistul însuși a explicat că fotografiile sale sunt rezultatul curiozității și al plăcerii de a descoperi detalii și momente din viața cotidiană.

Vernisajul expoziției a avut loc în 10 martie.



PROCLAMAȚIA DE LA TIMIȘOARA ÎN IMAGINI. 11 MARTIE 1990

Expoziție de fotografie în memoriam Liviu Tulbure

25 aprilie - 5 mai 2025



În perioada 25 aprilie - 5 mai 2025, Galeria Rotonda a găzduit expoziția de fotografie „Proclamația de la Timișoara în imagini”, dedicată rememorării unuia dintre cele mai importante momente ale perioadei postrevoluționare de la Timișoara.

Expoziția a fost compusă din fotografii realizate de Liviu Tulbure în decembrie 1989, care au surprins forța unei comunități unite de idealuri democratice, alături de textele „punctelor” 8, 11 și 12, considerate drept cele mai importante ale Proclamației.

Document programatic redactat de membrii Societății Timișoara și lansat, la 11 martie 1990, în Piața Operei, Proclamația a reprezentat un apel ferm al societății civile pentru o Românie liberă, democratică și eliberată de influența fostului regim comunist, exprimând aspirațiile unei populații eliberate de dictatură, care solicita construirea unei societăți transparente, echitabile și responsabile.

Prin această inițiativă, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara și Societatea Timișoara au îndemnat publicul să reflecteze asupra valorii memoriei colective și asupra idealurilor pentru care s-a ieșit în stradă în urmă cu 35 de ani.

Prevăzută inițial până în data de 9 mai, expoziția a fost demontată cu câteva zile mai devreme.

PROFESOR ÎN DEVENIRE

Expoziție de arte vizuale

5 - 9 mai 2025



Demers artistic care a reunit lucrări realizate de cadre didactice din învățământul preuniversitar timișorean, expoziția de arte vizuale „Profesor în devenire”, curatoriată de lect. univ. dr. Eugenia Elena Riemschneider, a evidențiat legătura dintre actul pedagogic și practica artistică, punând în valoare creativitatea profesorilor și rolul acestora în formarea viitoarelor generații. La expoziție au participat profesorii Veronica Adorian, Iuliana Ceapsa, Mărioara Popescu și Dana Miclăuș (Liceul de Arte Plastice), Gabriela Muscan (Colegiul Național Pedagogic „Carmen Sylva”), Adina Cărăbaș (Colegiul Național Bănățean), Mariana Bejinaru (Liceul „David Voniga” Giroc), Elena Daniela Badea și Claudia Junc Marta (Școala Gimnazială Nr. 19 „Avram Iancu”), Viorica Avram (Școala Gimnazială Nr. 30), Claudiu Crepcea (Liceul Teoretic „William Shakespeare”) și Cristina Dumitru (Liceul Teoretic „Grigore Moisil”).

TRILOGIA FIRULUI

Expoziție de artă textilă – Adina Wasicsek

12 mai - 1 iunie 2025

Expoziția a prezentat o trilogie vizuală de țesături pe pânză, în care culoarea, textura și simbolistica firului s-au împletit pentru a crea lucrări care au spus povești gândite în detaliu și atent cusute, invitând vizitatorii să descopere universul artistic al Adinei Wasicsek și să se bucure de frumusețea artei textile.

Vernisajul, care a avut loc luni, 12 mai, a oferit și un moment muzical, interpretat la pian de Silviana Cărdu, Lect. univ. dr. la Facultatea de Muzică și Teatru Timișoara, adăugând o dimensiune sonoră care a completat experiența vizuală și a creat o atmosferă unică în galerie.



PORTRETUL COPILĂRIEI

**Expoziție de pictură, coordonator Nada Pittner Stojić
2 - 30 iunie 2025**



În perioada 2 - 30 iunie 2025, Galeria Rotonda a găzduit expoziția de grup „Portretul copilăriei”, cuprinzând lucrări realizate de copii timișoreni, îndrumați de artista Nada Pittner Stojić.

Expoziția a reunit creații inspirate din expresionismul abstract și cubism, evidențiind imaginația, spontaneitatea și creativitatea copiilor. Lucrările au propus o perspectivă personală asupra copilăriei, prin forme fragmentate, culori intense și structuri tridimensionale, invitând publicul să redescopere lumea prin ochii copiilor și să reflecteze asupra procesului creativ ca formă de exprimare liberă.

DIN TOATĂ INIMA

**Expoziție de artă textilă – Daniela Epure
1 iulie - 4 septembrie 2025**

În perioada 1 iulie - 4 septembrie 2025, Galeria Rotonda a găzduit o expoziție textilă realizată în cadrul Festivalului Inimilor. Expoziția a constat într-o instalație vizuală formată din inimi de macrameu, realizate de artista Daniela Epure, care au completat simbolic atmosfera festivalului și au pus în valoare tema inimii ca expresie a identității, a tradiției și a comunității.

ALTER EGO

Expoziție de grafică pe versuri – Maia Medinschi & Dragoș Rusu

5 septembrie - 13 octombrie 2025

Elevă a Colegiului Național „C.D. Loga”, Maia Medinschi a combinat în expoziție sensibilitatea grafică cu pasiunea sa pentru teatru, demonstrată și prin proiectele anterioare – seria „Café Phum” sau scenografiile pentru spectacolele trupei Heavenly Hell. Pe de altă parte, Dragoș Rusu, student în anul I la UBB Cluj, Secția actorie, și-a pus în valoare poezia în lucrările expuse, creând un colaj între versuri și imagine, care a invitat vizitatorii să interpreteze opera sa poetică.

Grafica și poezia s-au contopit într-un dialog viu între text și imagine, publicul având ocazia să exploreze o experiență artistică unitară, în care cuvântul și imaginea s-au reflectat reciproc și au oferit perspective multiple asupra realității, sinelui și interacțiunii dintre acestea.

Vernisajul, desfășurat vineri, 5 septembrie, a fost acompaniat de un performance scenic realizat în colaborare cu David Seko, Tania Drăghici și Boris Gaza, aducând expoziția mai aproape de public, printr-o experiență interactivă și captivantă.



IMAGINE. SUNET. '89

5 - 30 noiembrie 2025

Curatoriat de Mădălin Mărienuț și Asociația Kabaitan, proiectul „Imagine. Sunet. '89” a valorificat simbolic atât proximitatea Galeriei Rotonda față de Piața Maria, ca loc în care s-a aprins scânteia Revoluției din Decembrie 1989, cât și arhitectura circulară a spațiului, ca metaforă a memoriei colective și a ciclicității istoriei. Cu un pronunțat rol educativ, expoziția a fost structurată pe două direcții tematice: imagini care documentează viața cotidiană din perioada comunistă și fotografii realizate în timpul Revoluției, la Timișoara și București. Selecția a reunit lucrări semnate de artiști și fotografi cunoscuți: Constantin Duma, Camil Mihăescu, Andreea Palade Flondor, Andrei Pandele, Carlos Permuy, Gabi Stamate și Annika Șandor. Proiectul a integrat un model de accesibilizare culturală, incluzând tururi ghidate, activități educaționale și instrumente de mediere dedicate publicului cu nevoi diverse (nevăzători).



Evenimentul a invitat publicul să redescopere în mod inedit, prin imagine și sunet, memoria Revoluției din 1989 și semnificațiile sale, în prezent. Vernisajul a prilejuit prezența unei categorii de public mai rar accesată de Casa de Cultură, studenții de 18-25 de ani.

Participarea lor s-a materializat în materiale adaptate pe rețelele de socializare:

- <https://www.instagram.com/reel/DQtadfjRXq/?igsh=MTNscW9maDlsaWgydA%3D%3D>
- <https://www.instagram.com/reel/DQr-y05CAVh/?igsh=MTJpN2lhdGZtMjlheA%3D%3D>



INCURSIUNI CROMATICE

Expoziție de pictură – Mariana Pitar

3 decembrie 2025 - 7 ianuarie 2026

Conferențiar la Facultatea de Litere a Universității de Vest din Timișoara, Mariana Pitar este cunoscută pentru activitatea sa în domeniul lingvistic și pasiunea pentru arta fluidă, concretizată în lucrări și participări expoziționale. Două dintre lucrările sale au ilustrat copertele revistei „Lecturn” (nr. 50/2025) și a volumului „Agapes Francophones” (2024).

Expoziția „Incursiuni cromatice” a reunit lucrări realizate în tehnica „acrylic pouring”, un stil mai puțin prezent în peisajul artistic local, pe care artista l-a explorat cu sensibilitate și creativitate, propunând o călătorie vizuală prin lumi minerale, telurice, cosmice, spirituale și onirice, sugerate prin nuanțe intense, forme fluide și o cromatică în permanentă transformare.

Vernisajul a avut loc miercuri, 3 decembrie 2025, și a fost prezentat de prof. dr. Lucia Kolla Stoica.

Parteneri: Prospero, Fornetti



LIR'ART PE PODUL MARIA

Ianuarie 2025 • SPERANȚA CEA DIN URMĂ – LIBERTATEA!

Expoziție de fotografie Constantin Duma



Podurile sunt spații simbolice, care fac legătura dintre lumi și oameni, cu povestea și istoria lor, iar Podul Maria este încărcat de istorie, fiind primul peste care a trecut Revoluția din Decembrie 1989.

Aflat în proximitatea Casei de Cultură, în perioada ianuarie-martie 2025, acesta a devenit un spațiu expozițional alternativ și accesibil comunității pentru expoziția de fotografie „Speranța cea din urmă – Libertatea!”, care a adus în atenția publicului larg fotografii dedicate memoriei Revoluției, făcând legătura între Revoluție și data semnării Proclamației de la Timișoara, în martie 1990.

EVENIMENTE DE EDUCAȚIE CULTURALĂ DEDICATE CĂRȚII • LIRA BOOKS

SALONUL INTERNAȚIONAL DE CARTE BOOKFEST

Perioada: 27-30 martie 2025

Loc de desfășurare: Centrul Regional de Afaceri Timișoara

Număr participanți: 20.000 persoane





Descrierea evenimentului

Salonul de carte Bookfest s-a întors la Timișoara pentru cea de-a XII-a ediție, organizată de Primăria Timișoara, prin Casa de Cultură a Municipiului, în parteneriat cu Asociația Editorilor din România (AER), principala asociație profesională a editorilor de carte din țară.

Desfășurat în cadrul programului EDUPOL, dedicat educației culturale și prin cultură, evenimentul a reunit mii de titluri de la cele mai importante edituri din România, lansări de carte, sesiuni de autografe și întâlniri cu autori îndrăgiți. Pe parcursul celor patru zile, vizitatorii au trăit o atmosferă vibrantă, dedicată pasionaților de lectură. Intrarea a fost liberă, evenimentul facilitând, astfel, accesul publicului la carte și contribuind la integrarea culturii și a limbii române în circuitul mondial de valori.

Autorii invitați la Bookfest au adus bucuria lecturii și în școli, întâlnindu-se cu elevi timișoreni din mai multe instituții de învățământ. Robert Șerban, Radu Paraschivescu, Ioana Pârvulescu și Ana-Maria Sandu au împărtășit cu tinerii magia lecturii și poveștile din spatele propriilor cărți.

Tot în cadrul Bookfest, sâmbătă, 29 martie 2025, la Sala Lira a avut loc lansarea volumului „Războiul fără veac”, semnat de tânărul autor David Secoșan. Absolvent al Colegiului Național „C.D. Loga” și student la regie de film și televiziune, Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj, David Secoșan a impresionat publicul cu un debut matur – o culegere de nuvele istorice care traversează epoci, de la Evul Mediu până la războiul din Ucraina. Lansarea a fost onorată de prezența scriitorului Viorel Marineasa, a lui Alex Condrache, lector universitar la Facultatea de Științe ale Guvernării și Comunicării a UVT, a actorului Boris Gaza și a poetului Dragoș Rusu.

Vezi program detaliat aici:

<https://bookfest.ro/programul-evenimentelor-bookfest-timisoara-2025>

Ediția a XII-a a Salonului de Carte Bookfest Timișoara a reușit să aducă literatura mai aproape de publicul larg, să promoveze lectura și autorii români, să consolideze rolul Timișoarei ca oraș al culturii și educației prin cultură. Evenimentul a avut un impact semnificativ atât asupra comunității culturale, cât și asupra tinerilor participanți, contribuind la formarea unui public activ și cultivat.

Parteneri

Asociația Editorilor din România (AER), librăriile La Două Bufnițe și Esotera, Colegiul Tehnic „Emanuil Ungureanu”, Liceul Teoretic „William Shakespeare”, Liceul Teoretic „Jean-Louis Calderon”, Liceul Teoretic „Grigore Moisil”, Colegiul Național Bănățean, Școlile Gimnaziale Nr. 24 și Nr. 18.

Partener media: TVR Timișoara

Impact

Ediția a XII-a a Salonului de Carte Bookfest Timișoara a avut un impact semnificativ asupra comunității locale, contribuind la consolidarea statutului orașului ca pol cultural major și promotor al lecturii.

Prin participarea a peste 20.000 de vizitatori și prezența celor mai importante edituri și a unor cunoscuți și apreciați autori și profesioniști din domeniul editorial, evenimentul a facilitat un contact direct între publicul larg și lumea cărții, stimulând interesul pentru lectură și gândirea critică.

Programul a inclus lansări de carte, sesiuni de autografe, dezbateri, ateliere și întâlniri cu autori consacrați și debutanți, oferind participanților o experiență complexă.

Prin activitățile desfășurate în școli, în cadrul cărora scriitori contemporani s-au întâlnit cu elevii timișoreni, proiectul a contribuit la formarea publicului tânăr și la dezvoltarea unei relații vii între tineri și literatură. Aceste acțiuni au încurajat lectura ca formă de educație culturală, în acord cu obiectivele programului EDUPOL.

Evenimentul a generat, totodată, o vizibilitate crescută pentru editurile românești și a consolidat parteneriatele dintre instituțiile culturale și mediul educațional.

Pe termen lung, impactul scontat constă în:

- creșterea interesului pentru carte și pentru participarea la activități culturale
- dezvoltarea colaborării dintre CCMT și instituțiile de învățământ din Timișoara
- susținerea tinerilor autori și a debuturilor literare
- întărirea percepției asupra Timișoarei ca oraș al culturii, al dialogului și al educației prin cultură

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- realizarea și distribuirea de afișe în principalele zone de afișaj public din oraș
- promovarea vizuală pe ecranele digitale stradale din Timișoara
- campanii online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara și Bookfest România, care au inclus postări dedicate cu programul zilnic, materiale foto-video și relatări în timp real
- pliante cu programul complet al Bookfest
- promovare în grupul de comunicare dedicat școlilor din Timișoara, pentru a asigura participarea elevilor și a cadrelor didactice la întâlnirile cu autorii
- articole în presă:
 - o <https://bookfest.ro/programul-evenimentelor-bookfest-timisoara-2025>
 - o <https://www.facebook.com/televiziuneatimisoarenilor/videos/bookfest/209160053779076/>
 - o <https://www.facebook.com/editura.humanitas/videos/bookfesttimi%C8%99oara-cristian-presura-v%C4%83-inv%C4%83-la-bookfest-salonul-interna%C8%99Bional-d/347066080707377/>
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/salonul-de-carte-bookfest-2025-la-timisoara-program>
 - o <https://infotimisoara.ro/bookfest-timisoara-2025-sarbatoarea-cartii-incepe-cu-nume-mari-si-evenimente-de-exceptie/>
 - o <https://www.ziuainvest.ro/bookfest-timisoara-2025-si-a-deschis-portile-la-craft/>
 - o <https://www.articulat.ro/2025/03/24/bookfest-2025-timisoara>
 - o <https://timisul-azi.ro/bookfest-2025-sarbatoarea-cartii-la-timisoara/>
 - o <https://polirom.ro/blog/%C8%99tiri/evenimente-polirom-la-salonul-de-carte-bookfest-timi%C8%99oara-edi%C8%99Bia-2025>
 - o <https://www.radioresita.ro/evenimente/salonul-de-carte-bookfest-2025-se-deschide-la-timisoara>
 - o <https://gazetalocala.ro/2025/03/21/salonul-de-carte-bookfest-se-intoarce-la-timisoara-pentru-cea-de-a-xii-a-editie/>
 - o <https://humanitas.ro/humanitas/evenimente/humanitas-la-bookfest-timisoara-2025>
 - o <https://oficialmedia.com/pe-hartiuniversurie-bookfest-timisoara-27-30-martie-2025-centrul-regional-de-afaceri-craft/>
 - o <https://zilesinopti.ro/evenimente/bookfest-timisoara-2025-centrul-regional-de-afaceri-timisoara-al-cciat/>
 - o <https://www.banatnews.ro/salonul-de-carte-bookfest-2025-la-timisoara-patru-zile-de-literatura-si-evenimente-culturale/>

- <https://bestoftimisoara.ro/salonul-de-carte-bookfest-se-intoarce-la-timisoara-pentru-cea-de-a-xii-a-editie/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=PgxRruq0fpE>
- <https://www.youtube.com/watch?v=hizf9JMB2Yg>
- <https://www.youtube.com/watch?v=n1xlzSMvt4A>
- <https://www.youtube.com/watch?v=IKgbrKMa7uI>
- <https://www.youtube.com/watch?v=cMbX258bOv4>
- <https://www.youtube.com/watch?v=ojyH7EL84BI>
- <https://www.youtube.com/watch?v=IZtU5rzQ-yo>

ALTERNATIV (ALTE ACȚIUNI DE EDUCAȚIE CULTURALĂ)

Dincolo de organizarea de evenimente și activități de educație culturală sub brandul „Lira”, programul EDUPOL cuprinde și proiectul ALTERNATIV, care reglementează activitatea artiștilor stradali, reprezentațiile din stagiunea proprie CCMT (în spațiile proprii sau în alte spații) și alte acțiuni de educație culturală.

CĂLĂTORIE CU POEZIE (eveniment de Ziua Culturii Naționale)

Perioada: 15 ianuarie – 15 februarie 2025
Loc de desfășurare: Piața Libertății și în rețeaua de transport public
Număr participanți: 9.000 persoane



Descrierea evenimentului

În perioada 15 ianuarie - 15 februarie 2025, tramvaiul 3449 s-a transformat într-un spațiu cultural, dedicat poeziei eminesciene. Decorat cu fragmente scrise de mână de elevi de la Liceul Teoretic „Jean Louis Calderon”, Colegiul Național Bănățean, Școala Gimnazială Nr. 30, Școala Gimnazială Nr. 19 „Avram Iancu”, Liceul Teoretic „Wendy Kids” și Școala Gimnazială Nr. 24, tramvaiul a circulat pe liniile 1, 2, 4, 6, 7, 8 și 9, devenind un „vehicul cultural”.

Lansarea pe traseu a avut loc de Ziua Culturii Naționale, pe 15 ianuarie 2025, când în „tramvaiul literar” a avut loc un recital de poezie eminesciană susținut de actori locali, în prezența a numeroși liceeni.

Impact

„Călătorie cu poezie” a adus arta mai aproape de comunitate, transformând un mijloc de transport în spațiu cultural alternativ, neconvențional. Succesul acțiunii creează premisele continuării acestui tip de demers și dezvoltării unor noi programe dedicate promovării valorilor culturale românești în spațiul public. Inițiativa a stimulat interesul publicului tânăr pentru literatură, pentru poezia eminesciană, fiind implicat activ în decorarea tramvaiului. Prin acest demers, elevii au devenit parte dintr-un proiect cultural colectiv, contribuind la promovarea poeziei în spațiul urban.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat pe scară largă, prin:

- postări dedicate pe pagina de Facebook a CCMT
- materiale de promovare diseminate în online și offline
- ziarul „Lira”, broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presă:
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/evenimente-de-ziua-culturii-nationale-sarbatorita-la-timisoara>
 - o <https://www.pressalert.ro/2025/01/tramvai-cu-poezie-pus-in-circulatie-de-ziua-culturii-nationale-la-timisoara-foto/>
 - o <https://bestoftimisoara.ro/calatorie-cu-poezie-la-timisoara-de-ziua-culturii-romane/>
 - o <https://jurnaldetimis.ro/cultura/calatorii-cu-poezii-scrise-de-mihai-eminescu-pe-un-tramvai-din-timisoara/>
 - o https://stiridetimisoara.ro/calatorie-cu-poezie-pe-mai-multe-trasee-de-tramvai-din-timisoara_68732.html
 - o <https://expressdebanat.ro/poezii-scrise-de-mihai-eminescu-pe-un-tramvai-din-timisoara/>
 - o <https://observatorconstanta.ro/2025/01/16/lectie-tramvaiul-poezie-cultura-in-mijlocul-oamenilor-nu-ascunsa-in-sali-pustii/>

IOAN HOLENDER 90. UN DESTIN CONDUS DE MUZICĂ (eveniment aniversar)

Data: 7 iunie 2025
Loc de desfășurare: Cinema „Timiș”
Număr participanți: 500 persoane



Descrierea evenimentului

Pentru a onora remarcabila carieră a lui Ioan Holender, personalitate a culturii europene, pe 7 iunie 2025, la Cinema „Timiș”, a avut loc un eveniment aniversar, structurat sub forma unui dialog cu Dominic Fritz, Primarul Timișoarei.

Ioan Holender s-a născut în 1935, la Timișoara, oraș pe care l-a părăsit în 1959, când s-a stabilit la Viena. A urmat Conservatorul de Stat din capitala Austriei și a avut o carieră de bariton, cântând la teatrele de operă din Viena, Klagenfurt și Sankt Pölten. În 1966 a devenit impresar și manager muzical la Agenția de teatru „Starka”, transformată ulterior în „Agenția de impresariat artistic Holender”. A fost numit secretar general (1988), apoi director general (1992) al Operei de Stat din Viena și al Volksoper, deținând cel mai lung mandat din istoria Operei vieneze. În 2007, 2009 și 2011 a fost președinte și director artistic al Festivalului Internațional „George Enescu”.

Parteneri: Opera Națională Română din Timișoara, Cinema „Timiș”

Partener media: TVR Timișoara

Impact

Evenimentul aniversar dedicat lui Ioan Holender a avut un impact simbolic major, celebrând o personalitate a culturii internaționale și reafirmând Timișoara ca oraș cu tradiții culturale solide. Dialogul cu primarul Dominic Fritz a subliniat susținerea Administrației pentru cultură și respectul purtat valorilor culturale incontestabile, cu rădăcini la Timișoara.

De asemenea, acesta a oferit Timișoarei o vizibilitate crescută pe plan național și internațional, fiind o sărbătoare a excelenței și o reafirmare a identității culturale locale.

Mediatizarea proiectului

Proiectul a fost mediatizat prin:

- realizarea și distribuirea de afișe în principalele zone de afișaj public din oraș
- campanii online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara
- articole în presă:
 - o <https://orasul-timisoara.ro/local-31585/>
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/timp-liber/cultura/ioan-holender-implineste-90-de-ani-eveniment-aniversar-la-cinema-timis-358101.html>
 - o <https://expressdebanat.ro/ioan-holender-sarbatorit-la-timisoara-la-90-de-ani/>
 - o <https://bestoftimisoara.ro/ioan-holender-sarbatorit-la-timisoara-90-de-ani-de-excelenta-in-cultura-europeana/>
 - o https://debanat.ro/2025/06/la-90-de-ani-ioan-holender-va-fi-aniversat-la-timisoara-dialog-cu-primarul-dominic-fritz_445323.html
 - o <https://www.articulat.ro/2025/05/28/ioan-holender-aniversare-dialog-dominic-fritz>

MAREA DICTARE URBANĂ

Data: 21 septembrie 2025

Loc de desfășurare: Piața Libertății

Număr participanți: 500 persoane



Descrierea evenimentului

Inspirându-se din modelul parizian „La Grande Dictée des Champs Élysées”, creat de scriitorul și criticul literar francez Bernard Pivot, Timișoara a lansat cu succes „Marea dictare urbană”, un concurs inedit, care a celebrat frumusețea limbii române scrise de mână, pe hârtie și fără „autocorect”.

Astfel, Piața Libertății a fost, pentru o zi, cea mai mare sală de clasă în aer liber din România, unde participanții la Marea dictare urbană, cu vârste cuprinse între 9 și 87 de ani, au demonstrat că scrisul corect este un gest de cultură și responsabilitate, într-o epocă dominată de tastaturi și ecrane.

Evenimentul a fost cu atât mai special prin prezența actorilor Medeea Marinescu, Bogdan Spiridon și Matei Chioariu, care au citit fragmentele alese de scriitorul și universitarul Marcel Tolcea pentru dictare.

Organizatorul a acordat premiile I (3.000 lei), II (2.000 lei) și III (1.000 lei).

Hârtia și instrumentele de scris au fost asigurate de SchneiderPen, care a oferit și trei premii speciale, pentru caligrafie (două premii) și pentru cea mai corectă dictare scrisă de un rezident străin.

De asemenea, Librăriile Cărturești au oferit două premii speciale, pentru cel mai tânăr participant și pentru decanul de vârstă.

Succesul ediției din 2025 confirmă potențialul acestui proiect de a deveni o tradiție anuală la Timișoara.

Parteneri

SchneiderPen, Centrul de Print, Alma Print, Liceul „Nikolaus Lenau”, Colegiul Național Bănățean, Cartea de Nisip, Cărturești



Impact

„Marea dictare urbană” a avut un semnificativ impact educațional, cultural și comunitar, reușind să transforme scrisul de mână și limba română într-un subiect atractiv și accesibil publicului larg.

Evenimentul a atins următoarele obiective:

- promovarea utilizării corecte a limbii române în mod creativ și participativ
- stimularea implicării elevilor, studenților și a cetățenilor de toate vârstele
- reafirmarea rolului limbii române ca element de identitate culturală și națională
- diversificarea ofertei culturale a orașului, printr-un format inovator
- contribuția la conturarea imaginii Timișoarei ca oraș educat, deschis și activ cultural
- confirmarea potențialului proiectului de a deveni o tradiție anuală la Timișoara



Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost puternic mediatizat în presa locală și națională (Agerpres, PressAlert, Radio Timișoara, Radio Reșița, Știri pe surse, Tion.ro, Mediafax, Best of Timișoara, Opinia Timișoarei, Zile și Nopti, Banatul Meu, Observator, Observator News, Știrile Kanal D, Prima TV, Știrile Transilvaniei, Sursa de Vest, Renașterea Bănățeană, Timpolis, Presspectiva ș.a.):

- <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/s-au-deschis-inscrierile-la-marea-dictare-urbana-de-la-timisoara-a-fost-publicat-si-regulamentul-2137131>
- <https://stiriaccum.ro/2025/09/06/visezi-sa-participi-la-marea-dictare-incepe-inscrierea-in-timisoara>
- <https://www.pressalert.ro/2025/09/marea-dictare-urbana-a-transformat-piata-libertatii-din-timisoara-in-cea-mai-mare-sala-de-clasa-foto-si-video/marea-dictare-urbana-3>
- <https://www.stirilekanald.ro/video-sute-de-oameni-au-participat-la-marea-dictare-din-timisoara-20497076>
- <https://observatornews.ro/eveniment/peste-500-de-oameni-au-participat-la-marea-dictare-urbana-in-piata-libertatii-din-timisoara-632034.html>
- <https://www.antena3.ro/actualitate/locale/de-la-copii-de-9-ani-la-seniori-de-99-timisoara-a-sarbatorit-arta-scrisului>
- <https://www.radoromania.ro/stiri-locale/sute-de-participanti-la-marea-dictare-de-latimisoara>
- https://www.casadeculturatm.ro/wp-content/uploads/2025/08/Regulament_Marea-Dictare-Urbana.pdf
- <https://www.primariatm.ro/2025/09/01/marea-dictare>

Evenimentul a beneficiat și de o campanie activă de promovare în mediul online, prin postări dedicate pe Facebook și Instagram, care au contribuit semnificativ la informarea publicului și atragerea participanților. De asemenea, au fost realizate afișe, expuse în punctele de afișaj stradal ale Timișoarei. Promovarea s-a extins și în mediile educaționale, prin distribuirea informațiilor în grupurile online dedicate profesorilor și elevilor, precum și prin direcționarea comunicării către școlile din Timișoara.

CULTURA, ÎNCOTRO?

Data: 11 decembrie 2025

Loc de desfășurare: Sala Lira

Număr participanți: 50 persoane

Descrierea evenimentului

Joi, 11 decembrie 2025, la Sala Lira, a avut loc evenimentul „Cultura, încotro?”, dedicat prezentării celor patru cercetări realizate de sociologii Vasile Gherheș și Ciprian Obrad, privind modul în care timișorenii se raportează la evenimentele organizate în spațiul public.

Rapoartele prezentate au analizat diferite tipuri de comportament manifestate în sălile de spectacole, nivelul de satisfacție al publicului și percepțiile legate de organizarea evenimentelor culturale, conturând o imagine coerentă asupra relației dintre comunitate și oferta culturală actuală a orașului.

Evenimentul a avut ca obiectiv punerea la dispoziția operatorilor culturali locali – publici și privați – a rezultatelor acestor cercetări, ca instrument util în dezvoltarea vieții culturale timișorene, facilitând un dialog aplicat despre oportunitățile și modalitățile prin care poate fi îmbunătățită experiența publicului. La întâlnire au participat profesioniști din domeniul culturii, organizatori de evenimente, reprezentanți ai instituțiilor publice, jurnaliști și membri ai comunității locale.

Cele patru studii au dus la câteva concluzii, în legătură cu subiecte de interes local și general:

Cercetarea comportamentelor publicului în sălile de spectacole

Studiul arată că majoritatea publicului timișorean participă ocazional la spectacole de teatru, 46% declarând că merg de câteva ori pe an, iar 26% o dată pe an sau mai rar. Cele mai frecvent întâlnite comportamente deranjante identificate sunt utilizarea telefonului mobil, vorbitul în timpul spectacolului, fotografierea sau filmarea și întârzierea la spectacol, toate având scoruri ridicate pe scala de frecvență. Peste 70% dintre respondenți consideră că aceste comportamente afectează mult sau foarte mult calitatea experienței culturale.

Rezultatul cercetării indică o problemă de educație culturală și de respect față de actul artistic, în degradare, în ultimii ani. Publicul identifică drept cauze principale lipsa educației culturale și nepăsarea spectatorilor, iar soluțiile propuse vizează măsuri preventive, precum anunțurile înainte de spectacol, intervenția personalului de sală și campaniile de educație culturală, confirmând nevoia unor proiecte dedicate formării publicului, în special a celui tânăr.

Orizontul de așteptări al populației din Timișoara cu privire la evenimentele culturale din spațiul public (majoritatea, pe agenda CCMT)

Studiul arată că viața culturală a orașului este evaluată pozitiv, iar evenimentele organizate de CCMT, în special Târgul de Crăciun și Festivalul Inimilor, se află printre cele mai apreciate de public, datele indicând creșterea participării, față de anii anteriori. Principalele bariere în participarea la evenimente sunt lipsa timpului și insuficiența informațiilor, în ciuda creșterii vizibilității instituției în mediul online. Cercetarea evidențiază o relație bună între comunitate și oferta culturală a CCMT, dar și nevoia consolidării comunicării și diversificării tipurilor de evenimente.

Orizontul de așteptări al publicului participant cu privire la Festivalul Inimilor, ediția 2024

Festivalul Inimilor se bucură de un nivel foarte ridicat de satisfacție, majoritatea participanților acordând note între 8 și 10 pentru organizare, cu o pondere semnificativă a notei maxime. Principalele motive de participare sunt diversitatea culturală, muzica, atmosfera festivalului, spectacolele și parada portului popular. Aproape 96% dintre respondenți și-au exprimat dorința de a participa și la edițiile viitoare, studiul confirmând poziționarea Festivalului Inimilor ca un eveniment identitar major pentru oraș, cu un public fidel și un impact cultural puternic.

Percepții ale publicului participant la Târgul de Crăciun din Municipiul Timișoara

Târgul de Crăciun se bucură de o percepție generală favorabilă, aproximativ 75% dintre participanți acordând note între 8 și 10 pentru organizare. Decorurile, luminițele, atmosfera, concertele și activitățile pentru copii sunt cele mai apreciate elemente, iar majoritatea vizitatorilor a revenit de mai multe ori, pe durata evenimentului.

Rezultatele confirmă Târgul de Crăciun drept cel mai popular eveniment cultural al orașului, cu un impact emoțional și comunitar puternic. Gradul ridicat de satisfacție generală susține continuarea organizării evenimentului de către Casa de Cultură și dezvoltarea lui, ca reper cultural major al orașului.

Impact

„Cultura, încotro?” a avut un impact strategic și analitic asupra mediului cultural timișorean, prin punerea în circulație a unor date sociologice relevante privind relația publicului cu evenimentele culturale și cu actul artistic. Prezentarea celor patru cercetări a oferit operatorilor culturali publici și privați un instrument de lucru fundamentat, care permite înțelegerea comportamentelor de consum cultural, a nivelului de satisfacție al publicului și a principalelor disfuncționalități identificate în experiența culturală.

La nivel instituțional și comunitar, s-a facilitat dialogul între specialiști, organizatori, reprezentanți ai administrației publice și publicul larg, creându-se un cadru de reflecție comună asupra direcțiilor de dezvoltare ale vieții culturale locale. A fost evidențiată necesitatea investiției constante în educație culturală, comunicare și mediere culturală, consolidând rolul Casei de Cultură a Municipiului Timișoara ca actor relevant în cercetarea, planificarea și implementarea politicilor culturale orientate către public, mai cu seamă în contextul unei viitoare posibile publicări a Strategiei culturale a orașului.

Cei mai mulți participanți și-au exprimat intenția de a semna un parteneriat al instituțiilor de spectacole din oraș, pentru a participa, în anul 2026, la un studiu sociologic adaptat specificului fiecărei săli, în vederea analizei comportamentului publicului în contexte particulare și a identificării de soluții personalizate pentru prevenirea și corectarea comportamentelor indezirabile.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- campanii online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură (postări informative, foto/video etc.)
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- comunicat de presă
- articole în presă:
 - o <https://www.radioresita.ro/cultura/cultura-incotro-patru-cercetari-despre-relatia-timisorenilor-cu-evenimentele-din-spatiul-public-prezentare-la-sala-lira>
 - o <https://bestoftimisoara.ro/cultura-incotro-patru-cercetari-care-arata-cum-se-raporteaza-timisorenii-la-evenimentele-din-spatiul-public/>
 - o <https://vestim.ro/cum-percep-timisorenii-cultura-poti-afla-la-o-prezentarea-facuta-maine-la-sala-lira/>

AUDIȚII ARTIȘTI STRADALI

În anul 2025, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara a organizat două sesiuni de audiții pentru autorizarea artiștilor stradali, în lunile ianuarie și iunie, în baza Regulamentului privind autorizarea activităților cultural-stradale în Municipiul Timișoara, aprobat prin HCL nr. 312 din 25.07.2023. Prima sesiune s-a desfășurat în perioada 28-29 ianuarie 2025, iar cea de-a doua a avut loc în 18 și 19 iunie 2025, la Sala Lira.



Audițiile s-au adresat artiștilor care au dorit să performeze în spațiul public și nu dețineau o legitimație valabilă sau a căror autorizație urma să expire. Procesul de evaluare a inclus audiții, momente teatrale sau coregrafice și prezentarea de portofolii artistice, în funcție de domeniu, iar autorizațiile au fost acordate artiștilor de către comisii formate din profesioniști ai lumii culturale timișorene (actori, artiști vizuali, muzicieni etc.): Deian Galetin (dirijor, Ansamblul „Timișul”, doctor în Muzică), Cristian Dragalina (violinist, Opera Națională Română), Nicolae Baniciu (dirijor, Ansamblul „Timișul” Tineret), Adrian Jivan (actor), Eugenia Banciu (artist vizual, profesor de grafică, Liceul de Arte Timișoara), Lucian Pascariu (impresar Ansamblul „Timișul”, fost dansator al Ansamblului), Radu Racz (chitarist al trupei timișorene „Phaser”), Corina Nani (artist vizual, Lector univ. dr. la Facultatea de Arte și Design, UVT).

Prin aceste demersuri, CCMT a asigurat aplicarea coerentă a regulamentului, accesul echitabil la spațiul public și susținerea diversității expresiilor artistice urbane din Timișoara.

În cele două sesiuni de audiții, în 2025 au fost acceptați 65 de artiști stradali, astfel:

- ianuarie 2025: 37 artiști (legitimații valabile până la 31 ianuarie 2026)
- iunie 2025: 28 artiști (legitimații valabile până la 30 iunie 2026)

Dintre acestea, 3 autorizații au fost retrase din cauza nerespectării prevederilor regulamentului, la solicitarea Direcției Generale a Poliției Locale Timișoara.

De asemenea, în afară de cele două sesiuni anuale de autorizare, Regulamentul prevede posibilitatea eliberării de legitimații temporare, pentru artiști care vizitează Timișoara pe o perioadă limitată (studenți, cetățeni străini etc.). În acest context, au fost organizate audiții suplimentare, cu o comisie reunită la cerere și formată din angajați ai Casei de Cultură, care a acordat, în 2025, 11 legitimații temporare, dintre care una a fost retrasă.

Nu mai puțin important este faptul că unii dintre artiștii stradali devin, uneori, colaboratori ai Casei de Cultură, fiind invitați să participe la evenimente ale instituției (Valentin Dovlecel, la Povești din vecini, în Parcul Dacia; Lia Burg, la Târgul de Crăciun ș.a.). Alteori, artiștii stradali facilitează conexiunea cu trupe din sfera lor de interes (spectacolul de acrobație pe gheață „Harry on Ice”, prezentat la Târgul de Crăciun, a fost facilitat de artista stradală de origine ucraineană Sofia Kovalova).

STAGIUNEA CCMT, ÎN SPAȚIILE PROPRII ȘI ÎN ALTE SPAȚII VIS DE LIBERTATE

Perioada: 17-20 ianuarie 2025
Loc de desfășurare: Comenduirea Garnizoanei Timișoara
Număr participanți: 150 persoane



Descrierea evenimentului

Revoluția din Decembrie 1989 a schimbat cursul istoriei, prin urmare memoria acestui moment nu trebuie evocată doar o dată pe an, în decembrie. Astfel, având în vedere prelungirea, până în 31 ianuarie 2025, a perioadei expoziției „35”, organizată pentru a comemora 35 de ani de la Revoluția din Decembrie 1989, au fost organizate, în cadrul expoziției, două reprezentații ale spectacolului „Vis de libertate”, dedicat cu precădere elevilor de liceu. Cele două reprezentații au fost urmate de câte un tur ghidat al expoziției „35”, coordonate de revoluționarul Cătălin Regea și artistul Adrian Florin Pop. Intrarea a fost liberă, iar una dintre reprezentații a fost dedicată elevilor de la Liceul Teoretic Special „Iris” și de la Școala „Gheorghe Atanasiu”, motiv pentru care a fost asigurată accesibilizarea spectacolului prin prezența unui interpret mimico-gestual.

Impact

Spectacolul, care este un demers emoționant și necesar despre Decembrie 1989, regizat de Mirela Puia și interpretat de actorii Matei Chioariu, Adrian Jivan, Ariana Harșani și Diana Nițu, a avut un impact educațional și emoțional semnificativ asupra publicului tânăr, facilitând apropierea tinerilor de istoria recentă, consolidarea educației civice și culturale și înțelegerea directă și empatică a evenimentelor din Decembrie 1989. Prin limbajul teatral și dialogul ulterior cu actorii, elevii au fost încurajați să reflecteze asupra valorilor libertății, a curajului civic și a responsabilității sociale. Asigurarea traducerii mimico-gestuale a extins impactul evenimentului către elevii cu deficiențe de auz, ceea ce a contribuit la facilitarea accesului egal la actul artistic, consolidând rolul Casei de Cultură a Municipiului Timișoara ca mediator cultural activ, capabil să creeze contexte relevante de educație civică și memorie colectivă pentru noile generații.

Mediatizarea proiectului

Proiectul a fost promovat prin:

- realizarea și distribuirea de afișe în principalele zone de afișaj public din oraș
- campanii online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara
- promovare în grupul de comunicare dedicat școlilor din Timișoara
- articole în presă:
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/vis-de-libertate-la-comenduirea-garnizoanei-din-timisoara>
 - o <https://gazetadinvest.ro/vis-de-libertate-spectacol-pentru-liceeni-in-comenduirea-garnizoanei/>

HARAP-ALB

Perioada: 14, 15 și 30 aprilie 2025
Loc de desfășurare: Sala Lira și Cinema „Dacia”, Reșița
Număr participanți: 500 persoane



Descrierea evenimentului

Casa de Cultură a Municipiului Timișoara a prezentat, și în 2025, în fața publicului școlar timișorean și reșițean, producția teatrală „Harap-Alb”, realizată în 2023, o adaptare scenică a celebrei povești scrise de Ion Creangă. Spectacolul a prilejuit redescoperirea magiei poveștilor clasice într-un context scenic modern, propunând o întâlnire autentică între publicul tânăr și valorile fundamentale ale culturii românești: tradiția, folclorul, umorul și bunacuviniță.

Prin această montare, „Harap-Alb” a oferit copiilor o experiență artistică accesibilă și educativă, spectacolul funcționând ca un instrument de apropiere a publicului tânăr de patrimoniul literar românesc, într-o formă atractivă și contemporană.

Spectacolul a fost realizat cu participarea Ansamblului „Timișul”, aducând un plus de expresivitate și autenticitate prin elementele de dans tradițional integrate în construcția scenică.

Regia: Toma Hoge. Scenografia: Alina Dincă-Pușcașu. Muzica: Cari Tibor. Coregrafia: Răzvan Rotaru
Distribuția: Ionuț Pîrvulescu, Adrian Jivan, Claudiu Dogaru, Lucian Matei, Bogdan Spiridon, Cătălin Ursu, Patricia Gavril, Raul Basteau, Alina Chelba-Spiridon, Mădălina Ghițescu-Petre, Raul Lăzărescu, Raluca Grumăzescu, Olivera Iovanovici.

Parteneri: Teatrul de Vest Reșița, Radio România Reșița

Impact

Spectacolul „Harap-Alb” a avut un impact educațional și cultural semnificativ, facilitând accesul copiilor și tinerilor la patrimoniul literar românesc în mod atractiv. Prezentarea sa la Reșița și la Timișoara, în cadrul programului „Școala altfel”, a contribuit la familiarizarea publicului tânăr cu valorile culturale și tradiționale românești și la consolidarea rolului culturii ca instrument de educație și formare.

Mediatizarea proiectului

- realizarea și distribuirea de afișe în școli
- campanii online derulate pe conturile oficiale de social media ale Casei de Cultură a Municipiului Timișoara
- promovare în grupul de comunicare dedicat școlilor din Timișoara
- articole în presă:
 - o <https://www.radiovacanta.ro/evenimente/harap-alb-revine-in-resita-intr-un-spectacol-unic-53594.html>
 - o https://infotimisoara.ro/harap-alb-ajunge-la-resita-intr-un-spectacol-modern-si-plin-de-farmec-pentru-copii-si-adulti/#google_vignette
 - o <https://jurnaldevest.ro/2025/04/29/harap-alb-revine-la-resita-intr-o-montare-spectaculoasa-semnata-de-toma-hoge/>
 - o Harap-Alb revine în Reșița într-un spectacol unic » Radio România Reșița

EX-CENTRICA – ACȚIUNI ÎN CARTIERE

Una dintre misiunile CCMT este crearea și menținerea legăturii dintre centru și cartiere, într-o dinamică naturală, o „migrare” a elementelor culturale în ambele sensuri, dinspre centru spre periferie și invers. În acest context, programul EX-CENTRICA este dedicat organizării de activități culturale în cartiere, dar și implicării în parteneriate benefice cu organizații pro-active în activarea culturală a cartierelor.

În anul 2025, în cadrul programului au avut loc următoarele acțiuni:

- Povești din vecini, în Parcul Pădurice (zona Soarelui), Parcul Dacia, Scuarul Thomas Edison (zona Calea Lipovei)
- Rugile de cartier
- Anumite componente, desfășurate în cartiere, ale altor proiecte de pe Agenda culturală a orașului: Festivalul Inimilor, Târgul de Crăciun, Târgul de Paște etc.

EVENTIMENTE ȘI DATE FINANCIARE PROGRAM EX-CENTRICA

Buget estimat (venituri proprii + subvenții):	760.000 lei
Venituri proprii:	28.150 lei
Buget cheltuit:	519.530 lei
Număr participanți:	22.000 persoane

POVEȘTI DIN VECINI

Parcul Pădurice

Data:	7 iunie 2025
Loc de desfășurare:	Parcul Pădurice, zona Soarelui
Număr participanți:	4.000 persoane

Descrierea evenimentului

Pe 7 iunie 2025, Parcul Pădurice din zona Soarelui a devenit o scenă vie pentru „Povești din vecini”, eveniment care a adus împreună oameni din cartier, la activități pentru toate vârstele.

Programul a fost deschis cu Crosul „Olympic Day” – o sărbătoare a mișcării, în care participanții au fost răsplătiți cu tricouri, medalii și premii surpriză.

Peste zi, părinții au redescoperit joaca, iar copiii și-au lăsat imaginația să prindă contur, la ateliere de pictură, reciclare creativă, storytelling și la activități imaginate special pentru întreaga familie.

Seara, trupa RIFF, simbol al rockului românesc, a adus pasiune și o istorie muzicală de peste patru decenii, într-un concert memorabil, precedat de un recital al timișorenilor de la Momento, care au surprins pe toată lumea invitând și sărbătorind pe scenă un cuplu de tineri căsătoriți, aflat în parc pentru o ședință foto.





EVENIMENTE ȘI ACȚIUNI ÎN CARTIERE

Parcul Pădurice

10:00 - Crosul olimpic

19:00 - Invitat special RIFF

Sâmbătă, 7 Iunie 2025

Vă invităm alături de noi, cu vecinii din cartier!
Participarea la activități este gratuită.

SCENĂ 10:00-21:00

10:00 Start Crosul Olimpic. Invitat de onoare: Simona Amănar
10:30 Tombolă cu premii, Crosul Olimpic
11:00 „Aventuri din deșertul Sahara”, Asociația „Teatru pentru Tine”
12:00 Zumba, cu Claudiu Gutu
13:00 Spectacol de folclor, Ansamblul „Timișul” Timeret
14:15 Program artistic Școala Gimnazială nr. 30
15:00 Recital rock, Beg Art
17:00 Trupa Momento
19:00 Trupa RIFF
20:00 DJ ZoleeVee

ATELIERE 12:00-18:00

12:00-15:00 Atelier de împletit nulele, Dinu Perva
13:00-16:00 „Semințele vieții”, atelier despre cum se nasc plantele, A.M. Racz
13:00-16:00 Atelier de mănuit păpuși, actrița Maria Gornic
13:00-16:00 Jocuri pentru copii, Happy Color
15:00-18:00 Atelier de pictură, Școala Gimnazială nr. 30
15:00-18:00 Scrisori către prieteni, Livia Mateiaș
15:00-18:00 Atelier de modelaj cu lut, Kikodar

IARBĂ VERDE 11:00-19:00

11:00-12:00 Fizio-kinetoterapie pentru seniori, Asociația Kiku
11:00-13:00 Adopte canină, Danyflor
12:00-16:00 Activități sportive, Asociația „Campioni pentru Viitor”
12:00-16:00 Școala de Circ
13:00-15:00 Cămin: disciplină, obstacole, căutare și salvare, Rescue TM
18:00-19:00 Teatru pe Roți, animație stradală
18:00-19:00 Mișcare în aer liber, World Class

Parcul Dacia

Data: 14 iunie 2025
Loc de desfășurare: Parcul Dacia
Număr participanți: 3.000 persoane

Sâmbătă, 14 iunie 2025, Parcul Dacia s-a transformat într-un spațiu viu, cu activități pentru toate gusturile, cu spectacole, ateliere, jocuri, muzică și povești.

Ziua a început cu „Prâslea-cel-Voinic și merele de aur”, urmat de un show energic de breakdance, cu Talentovici Family. Pe seară, au urcat pe scenă Trupa Racz Y Gore, urmată de o sesiune de live looping cu Dovlecel Valentin și, în final, de un DJ set cu ZoleeVee, care a închis ziua în ritm de dans.

EVENIMENTE ȘI ACȚIUNI ÎN CARTIERE

Parcul Dacia

11:00-22:00

Moment special:
Harta secretă.
Povești despre Timișoara,
cu Adriana Babeți

Sâmbătă, 14 Iunie 2025

Vă invităm alături de noi, cu vecinii din cartier!
Participarea la activități este gratuită.

SCENĂ 11:00-21:00

11:00 Prâslea cel voinic și merele de aur, Eva Labadi
12:00 Breakdance Show, Talentovici Family
17:00 Trupa Racz Y Gore
18:00 Live looping, Dovlecel Valentin
19:00 DJ ZoleeVee

ATELIERE 12:00-19:00

12:00-15:00 Atelier de împletit nulele, Dinu Perva
13:00-16:00 Atelier de obiecte handmade, Asociația Seniorilor
13:00-16:00 Atelier de percuție, Sorina Savii
13:00-16:00 Atelier de mănuit păpuși, actrița Maria Gornic
13:00-16:00 Jocuri pentru copii, Happy Color
15:00-18:00 Afiș pentru strada mea, Livia Mateiaș
16:00-19:00 Atelier aranjamente de vară, Eva Deschidar
16:00-19:00 Atelier de grădinarit, Akademia Banat USVT

IARBĂ VERDE 11:00-19:00

11:00-12:00 Fizio-kinetoterapie pentru seniori, Asociația Kiku
12:00-16:00 Activități sportive, Asociația „Campioni pentru Viitor”
12:00-16:00 Școala de Circ
13:00-14:00 Teatrul pe Roți, animație stradală
19:00-20:00 Clasă de Yoga, Anca Ienciu
20:30-21:00 Harta secretă. Povești despre Timișoara, cu prof. univ. dr. Adriana Babeți
21:00-22:00 Cinema în aer liber



Participanții au învățat să împletească nuiiele cu artizanul Dinu Perva, să creeze obiecte handmade cu Asociația Seniorilor sau să experimenteze percuția, alături de Sorina Savii. Copiii au participat la ateliere de mânuit păpuși, jocuri creative, dar și la activități de grafică și confecționat aranjamente florale. Pe iarbă s-au desfășurat sesiuni de fizio-kinetoterapie pentru seniori, activități sportive, circ, teatru stradal și yoga. Momentul de vârf al serii a fost „Harta secretă. Povești despre Timișoara”, cu prof. univ. dr. Adriana Babeți, urmat de cinema în aer liber, care a încheiat ziua într-o notă poetică.



Scuarul Thomas Edison

Data: 20 iulie 2025
Loc de desfășurare: Scuarul Thomas Edison, zona Calea Lipovei
Număr participanți: 3.000 persoane

Duminică, 20 iulie 2025, Scuarul Thomas Edison din cartierul Lipovei a devenit locul de întâlnire al timișorenilor, în cadrul unui nou eveniment marca „Povești din vecini”.

Pentru o mai bună conștientizare a identității locale, unele activități au fost legate de personalitatea lui Thomas Edison: expoziție de panouri educative, atelier de pictură pe becuri cu filament, ateliere tehnice, desfășurare pe tema „Laboratorul lui Edison”.

Seara a fost animată de trupa 2NORMAL, a cărei energie a completat perfect spiritul cald și prietenos al unei zile petrecute în comunitate.





EVENIMENTE ȘI ACȚIUNI ÎN CARTIERE

Duminică, 20 iulie 2025
Scuarul Edison (Calea Lipovei)
11:00-21:00
 19:00 - Invitat special
Trupa 2NORMAL

Vă invităm alături de noi, cu vecinii din cartier!
 Participarea la activități este gratuită.

SCENĂ 11:00-21:00

11:00 Show de magie, Denisa Măriuța
 12:00 Zumba, Ana-Maria
 13:00 Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret
 17:00 Laboratorul lui Edison, Drimoland
 19:00 TRUPA 2Normal
 20:00 DJ Zolee Vee

ATELIERE 12:00-19:00

12:00-15:00 Atelier de împletit nuiile, Dinu Perva
 13:00-16:00 Atelier de obiecte handmade, Asociația Seniorilor
 13:00-16:00 Atelier de mănuit păpuși, doamna Cuța
 13:00-16:00 Jocuri pentru copii, Happy Color
 15:00-18:00 Pictură pe becuri cu filament

IARBĂ VERDE 11:00-19:00

11:00-12:00 Fizie-kinetoterapie pentru seniori, Asociația Kiku
 11:00-13:00 Adoptie câinină, Danyflor
 12:00-16:00 Activități sportive, Asociația „Campioni pentru Viitor”
 12:00-16:00 Școala de Cîrc
 13:00-15:00 Show cu baloane urîșe
 18:00-19:00 Teatru pe Roți, animație stradală



Parteneri: Procar Škoda, Smartfit, Picnic Atipic, Visit Timișoara, Comitetul Olimpic și Sportiv Român, Școala Gimnazială Nr. 30, Școala Gimnazială Nr. 24, World Class, Danyflor

Impact

„Povești din vecini” este o invitație la apropiere, un îndemn la a ne (re)cunoaște între noi, la a construi punți între oameni și între generații.

Din perspectivă socioculturală, impactul proiectului se exprimă prin:

- creșterea coeziunii comunitare, promovarea interacțiunii între locuitorii cartierelor și redescoperirea spațiilor publice, ca locuri de întâlnire și dialog
- încurajarea participării culturale active, prin implicarea copiilor, tinerilor și seniorilor în ateliere, spectacole și activități educative
- stimularea creativității în comunitate
- promovarea unui stil de viață sănătos și activ, prin activități sportive, dans, mișcare și ateliere
- consolidarea imaginii cartierelor ca spații vii, deschise și incluzive, parte integrantă a peisajului cultural al Timișoarei

Privit în ansamblu, „Povești din vecini” este un proiect care aduce cultura mai aproape de oameni și prin care administrația locală transformă cartierele Timișoarei în locuri pline de viață, activând spațiile publice, consolidând legăturile dintre membrii comunității, contribuind la dezvoltarea unei culturi participative, întărind sentimentul de apartenență și oferind o perspectivă pozitivă asupra vieții de cartier. Evenimentele au dovedit că, prin colaborare, artă și implicare, comunitățile urbane pot deveni mai unite, mai expresive și mai solidare.

Mediatizarea proiectului

Promovarea s-a făcut prin postări online, pe paginile oficiale de social media ale Casei de Cultură, precum și prin afișe expuse în mediile de afișaj public din cartiere, fiind, astfel, eficientă și accesibilă. Evenimentele au fost mediatizate și în presa locală:

7 iunie, Parcul Pădure

- <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/povesti-din-vecini-in-parcul-padurice-din-timisoara>
- <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/povesti-din-vecini-parintii-si-bunicii-redescopera-joaca-iar-copiii-isi-lasa-imaginatia-sa-zboare-in-parcul-padurice-2078893/>
- <https://www.observatordetimis.ro/2025/06/06/povesti-din-vecini-in-parcul-padurice-din-timisoara/>
- <https://www.pressalert.ro/2025/06/povesti-din-vecini-la-timisoara-formatia-riff-a-sustinut-un-concert-in-parcul-padurice/>
- <https://timisplus.ro/povesti-din-vecini-sambata-7-iunie-orele-1000-2100-parcul-padurice/>
- <https://oficialmedia.com/povesti-din-vecini/>
- <https://orasul-timisoara.ro/local-26959/>

14 iunie, Parcul Dacia

- <https://buletindetimisoara.ro/timisoara-povesti-din-vecini-in-parcul-dacia-zi-dedicata-comunitatii-sambata-14-iunie-cu-spectacole-ateliere-jocuri-muzica-povesti-teatru-stradal-si-yoga/>
- <https://www.observatordetimis.ro/2025/06/12/povesti-din-vecini-in-parcul-dacia/>
- <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/povesti-din-vecini-ajunge-in-parcul-dacia-spectacole-ateliere-jocuri-si-muzica-2082979/>
- <https://www.pressalert.ro/2025/06/parcul-dacia-a-gazduit-o-noua-editie-a-evenimentului-povesti-din-vecini/>
- <https://www.radioresita.ro/evenimente/povesti-din-vecini-si-ruga-calea-martirilor-evenimente-comunitare-in-timisoara-pe-14-si-15-iunie-2025>

20 iulie, Scuarul Edison

- <https://visit-timisoara.com/ro/events-visit/povesti-din-vecini-scuarul-edison/>
- <https://bestoftimisoara.ro/o-zi-de-vara-o-zi-de-comunitate-povesti-din-vecini-ajunge-in-lipovei/>
- <https://www.pressalert.ro/2025/07/povesti-din-vecini-distractie-in-calea-lipovei-din-timisoara/>
- <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/proiectul-povesti-din-vecini-continua-in-zona-lipovei-spectacole-ateliere-si-muzica-pentru-comunitate-2101947/>
- <https://buletindetimisoara.ro/timisoara-evenimente-de-familie-in-calea-lipovei-povesti-din-vecini-in-scuarul-edison-cu-ateliere-jocuri-pentru-copii-si-muzica/>
- <https://www.pressalert.ro/2025/07/muzica-arta-si-povesti-din-comunitate-in-calea-lipovei-din-timisoara/>
- <https://stiripentrucopii.com/2025/07/17/o-zi-magica-in-cartier-povesti-din-vecini-aduce-distractie-pentru-intreaga-familie/>

RUGILE DE CARTIER

După consultarea atentă a calendarului hramurilor bisericilor din oraș s-a hotărât, în 2022, reorganizarea rugilor de cartier, abandonate înainte de anul 2020. Așa s-au născut rugi organizate în deplin respect față de parohiile și școlile de cartier, instituții cu un rol important în cadrul acestor sărbători cu caracter tradițional, care, dincolo de cântec și joc, împărtășite de întreaga comunitate a cartierului, independent de vârstă, nivel de studii etc., cuprind ateliere de meșteșuguri, concursuri organizate de școală, întâlniri între preoții din cartier și elevi etc.

Ruga Calea Martirilor

Data: 15 iunie 2025
Loc de desfășurare: Parcul Adolescenței, zona Calea Martirilor
Număr participanți: 3.000 persoane

Descrierea evenimentului

Cea dintâi duminică de după Sărbătoarea Rusaliilor, dedicată, de Biserica ortodoxă, sărbătoririi tuturor Sfinților, este un moment de referință pentru locuitorii cartierului Calea Martirilor. Astfel, duminica de 15 iunie 2025 a început la ora 10:00, cu o slujbă religioasă, oficiată la Biserica Martirilor.



La ora 17:00, centrul atenției s-a mutat în Parcul Adolenței, unde copiii au fost întâmpinați cu spectacolul interactiv „Vasilachi și Marioara”, pregătit special pentru ei de Asociația Phantasia, pentru a-i conecta cu lumea poveștilor, a teatrului popular și a folclorului românesc.



Seara s-a încheiat într-o atmosferă festivă, cu un spectacol folcloric susținut de Ansamblul „Timișul” Tineret și cu jocul de rugă, animat de tinerii soliști ai Ansamblului: Amalia Tudose, Maria Șaptebani, Ana-Maria Moldovan, Denisa Gavriluț, Bianca Opăriuc, Alexandra Acs, Dorinel Gavriluț și Vlad Văcaru, însoțiți de îndrăgitul interpret Dumitru Stoicănescu.

Coregrafia: Maria Topciov, Ciprian David și Doina Susan. Dirijor: Nicolae Baniciu

Impact

Ruga din Calea Martirilor a avut un impact semnificativ asupra comunității locale, consolidând tradiția spirituală și culturală a cartierului. Evenimentul a fost o reafirmare a identității locale, o sărbătoare a apartenenței și un moment de bucurie colectivă, care a reunit locuitorii, oferindu-le ocazia să participe atât la momente de reculegere religioasă, cât și la manifestări artistice cu specific folcloric.

Partener: Arhiepiscopia Ortodoxă a Timișoarei

Mediatizarea proiectului:

Ruga din Calea Martirilor a beneficiat de o mediatizare variată, atât în presa scrisă și online, cât și în emisiuni radio și televizate:

- <https://www.tion.ro/capitala-culturala/weekend-de-sarbatoare-in-parcul-adolescentei-ruga-din-calea-martirilor-aduce-traditii-si-distractie-2082643/>
- <https://www.radioresita.ro/evenimente/povesti-din-vecini-si-ruga-calea-martirilor-evenimente-comunitare-in-timisoara-pe-14-si-15-iunie-2025>
- Ruga Calea Martirilor – Buletin de Timișoara

Ruga Freidorf

Data: 8 iunie 2025
Loc de desfășurare: Parcul Petőfi Sándor
Număr participanți: 3.000 persoane

Descrierea evenimentului

Cartierul Freidorf a găzduit o nouă ediție a rugii, eveniment cu profunde rădăcini spirituale și culturale. Ziua a început la ora 10:00, cu Sfânta Liturghie oficiată la Biserica „Pogorârea Sfântului Duh”, care a adus împreună credincioșii, pentru a marca sărbătoarea cu respect și rugăciune.

La ora 17:00, sărbătoarea s-a mutat în Parcul Petőfi Sándor, unde au avut loc cântecul și jocul de rugă. Programul a inclus și spectacolul pentru copii „Iovan Iorgovan”, din repertoriul Casei de Cultură, inspirat din basmul omonim bănățean și avându-i în distribuție pe actorii Adrian Jivan, Diana Nițu și Flavius Hudișteanu.

Seara, atmosfera a fost întreținută de Ansamblul „Timișul” Tineret, care, sub îndrumarea dirijorului Nicolae Baniciu și a coregrafilor Maria Topciov, Doina Susan și Ciprian David, a pus în valoare dansurile populare bănățene, în toată frumusețea și energia lor. Spectacolul a fost completat de prestația unor tineri soliști talentați: Sorina Petric, Maria Șaptebani, Iasmina Kronbauer, Petronia Belean, Denisa Gavriluț, Bianca Opăriuc, Alexandra Acs, Dorinel Gavriluț, Vlad Văcaru și Doriană Talpeș.

Partener: Arhiepiscopia Ortodoxă a Timișoarei

Impact

Ruga Freidorf a reafirmat rolul esențial al tradițiilor locale în viața comunității, printr-o manifestare cu profunde rădăcini culturale, dedicată tuturor locuitorilor cartierului. Ea a îmbinat în mod armonios valorile spirituale cu bucuria cântecului și a jocului popular, oferind numeroșilor participanți o zi de sărbătoare autentică.



Mediatizarea proiectului

Ruga din cartierul Freidorf a beneficiat de o mediatizare variată, atât în presa scrisă și online, cât și în emisiuni radio și televizate:

- <https://ziuadevest.ro/mii-de-timisoreni-au-sarbatorit-ruga-din-freidorf-credinta-spectacol-si-voie-buna-in-cartierul-de-la-marginea-orasului/>
- <https://www.xn--timiexpres-xxd.ro/2025/06/05/spectacol-de-muzica-populara-si-slujba-religioasa-la-ruga-din-freidorf/>
- <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/slujba-religioasa-spectacol-si-muzica-populara-la-ruga-din-freidorf-2079235/>
- <https://local24.ro/ruga-din-freidorf-o-sarbatoare-a-traditiei-si-comunitatii/>

COMPONENTE ALE EVENIMENTELOR DE PE AGENDA CULTURALĂ, DESFĂȘURATE ÎN CARTIERE

Târgul de Paște

Luni, 21 aprilie, în a doua zi de Paște, a avut loc tradiționala vânătăoare de ouă de ciocolată, în Parcul Dacia, Parcul Adolescenței, Parcul Pădurice, Parcul Clăbucet și Parcul Petőfi Sándor.



Festivalul Inimilor

Duminică, 6 iulie 2025, au avut loc, conform tradiției, performance-uri coregrafice în cartierele Timișoarei. Acestea au fost susținute de ansambluri prezente la Festival, după cum urmează:

Biserica Piața Crucii – Serbia, Spania, Macedonia

Biserica Martirilor – Paraguay, Georgia, Slovacia

Biserica Dacia – Thailanda, Polonia, Argentina



Târgul de Crăciun

Pentru a anima și spațiile urbane îndepărtate de centrul Timișoarei, în contextul proiectului de regenerare urbană inițiat de Primăria Timișoara, în Piața Traian au fost amplasate, în perioada Târgului de Crăciun, decorațiuni luminoase și au fost realizate proiecții tematice pe clădirile istorice.



ECOCULTURA – PROGRAM DE SENSIBILIZARE ECOLOGICĂ PRIN CULTURĂ

Cultura este recunoscută, la nivel european, ca un pilon esențial al dezvoltării durabile. Pe de o parte, agenții precum „Culture 21” pledează pentru includerea culturii ca a patra dimensiune a dezvoltării durabile, alături de domeniul social, cel economic și cel ecologic.

Pe de altă parte, raportul „Schimbări creative: încurajarea culturii pentru un stil de viață sustenabil”, redactat de experți în cultură și mediu din țările UE, publicat în 15 decembrie 2025, arată că sectorul cultural are potențialul de a influența comportamentul cetățenilor, prin storytelling și practici sustenabile adoptate în instituții de artă și festivaluri.

De ce este importantă sensibilizarea ecologică prin cultură ?

1. Schimbarea mentalității

Cultura influențează valori, emoții și atitudini, nu doar cunoștințe. O expoziție, un festival sau un performance pot schimba modul în care oamenii percep probleme ca poluarea, consumul sau degradarea urbană.

2. Impact comportamental și educațional

Educația ecologică integrată cultural poate duce la un comportament mai responsabil în privința reciclării, economiei de resurse sau a consumului.

3. Contribuie la obiectivele globale

În zonele urbane trăiesc majoritatea locuitorilor UE, iar orașele sunt responsabile pentru circa 75-80% din consumul de energie și emisiile de gaze cu efect de seră.

Sensibilizarea ecologică prin cultură nu înlocuiește educația formală despre mediu, dar o amplifică. Dacă, în Europa de Vest, această practică este adesea integrată în festivaluri, politici culturale urbane și inițiative artistice, în România, inițiativele sunt mai concentrate pe educația școlară și comunitară. Astfel, proiecte precum „Străzi deschise”, la București, sau „Străzi pentru comunitate”, la Timișoara, pot avea impact semnificativ, fiind conectate cu comunitatea.

STRĂZI PENTRU COMUNITATE

Data: 21 iunie 2025
(reportat de pe 25 mai 2025, din cauza vremii nefavorabile)
Loc de desfășurare: Bulevardul Cetății
Număr participanți: 5.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 110.400 lei

Venituri proprii: 4.700 lei

Buget cheltuit: 108.285 lei

Descrierea evenimentului

„Străzi pentru comunitate” dăruiește timișorenilor, pentru o zi, o stradă circulantă, în mod obișnuit, de mașini, transformând-o în loc pentru activități organizate cu parteneri „din vecini” – școli, societăți comerciale, universități, cluburi sportive etc. – care pun în valoare ideea de viață sănătoasă și încurajează mișcarea și deplasarea pe jos sau cu mijloace de transport „verzi” (bicicleta, trotineta etc.).

Astfel, Bulevardul Cetății, unul dintre cele mai importante din Timișoara, se închide, în fiecare an, pentru mașini și tramvaie, și se transformă într-un spațiu viu, deschis tuturor.

Tobogane gonflabile, desene pe asfalt, ateliere creative, muzică de fanfară, sport sau activități cu elevii de la Școlile Gimnaziale Nr. 19 și Nr. 24, implicate activ în viața cartierului, demonstrații ISU și Spuma Light Party au adus bucurie în prima zi de vacanță și cea mai lungă zi a anului.

Nu au lipsit nici teatrul pentru copii sau cel de stradă, cu spectacolul „Oskar învață ce este ecologia”, nici artiștii de la Teatru pe Roți Arad sau „oamenii tufiș”.

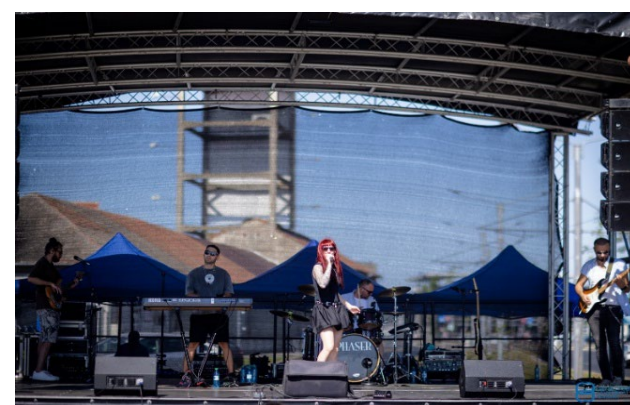
Au urcat pe scenă tineri artiști de la grupul folk al Școlii Gimnaziale Nr. 24, cluburile de dans Tip Top Dance Club, Magnum Team și Me Dance School, precum și îndrăgitele trupe locale Racz Y Gore și Phaser.

Atelierele creative și atelierele „verzi” au cucerit publicul: atelierul 3D „Orașul viitorului”, ateliere de origami, desen, împletit nuiete, ateliere de sădit „Semințele vieții”, de grădinărit, cu Facultatea de Horticultură, de mânuit păpuși, de croșetat și tricatat, de goblen, cu Asociația Seniorilor, au ținut aproape mici și mari, până târziu.

Crosul Cetății, dedicat copiilor între 6 și 15 ani, antrenamente de zumba, de aerobic și de kinetoterapie pentru seniori, precum și concursuri amicale de integrale, rebus, sudoku au întregit în mod dinamic tabloul unui eveniment reușit.

Vezi program detaliat aici:

https://www.canva.com/design/DAGnakjEM1I/qQGFRxIz3koiqJrOZNSYw/view?utm_content=DAGnakjEM1I&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlId=hfec91053a3



Parteneri

Facultatea de Horticultură (Universitatea de Științele Vieții), Smartfit, Beauty Center, ISU, STPT, Școlile Gimnaziale Nr. 19 și Nr. 24, cluburile de dans Tip Top Dance Club, Magnum Team și Me Dance School, Asociația „Campioni pentru viitor”, Asociația Seniorilor, Codru Festival, Procar Škoda

Partener media: TVR Timișoara

Impact

Impact social

Evenimentul a reușit să creeze un cadru de interacțiune directă între locuitorii cartierului, promovând incluziunea socială și dialogul intergenerațional. Prin participarea activă a copiilor, a tinerilor, a părinților și a seniorilor, s-au consolidat relațiile comunitare și s-a stimulat coeziunea socială într-un mediu sigur și accesibil. Programele dedicate diferitelor categorii de vârstă au oferit oportunități de socializare, contribuind la dezvoltarea spiritului civic.

Impact cultural și educațional

Prin spectacole, demonstrațiile artistice și participarea unor trupe școlare, evenimentul a sprijinit promovarea culturii locale și accesul liber la actul cultural. Atelierele creative, activitățile educative cu tematică ecologică și implicarea școlilor au încurajat învățarea prin joacă și formarea unor deprinderi utile privind sustenabilitatea, grija pentru mediu, mobilitatea urbană alternativă și implicarea civică.

Impact economic

Deși nu a avut un obiectiv economic direct, evenimentul a stimulat parteneriatele public-privat, oferind vizibilitate actorilor locali implicați (centre de fitness, școli, cluburi de dans etc.) și potențial de dezvoltare pentru viitoare colaborări.

Impact urbanistic și ecologic

Prin reconfigurarea temporară a Bulevardului Cetății într-un spațiu pietonal și recreativ, evenimentul a demonstrat potențialul străzilor de a deveni locuri de întâlnire, nu doar de tranzit. Inițiativa a oferit un exemplu concret de utilizare alternativă a infrastructurii urbane, punând accent pe mobilitatea lentă (mers pe jos, cu bicicleta), siguranța pietonilor și accesibilitate. Activitățile cu tematică ecologică sau despre grădinaritul urban au subliniat importanța unui oraș prietenos cu mediul.

Impact asupra imaginii instituționale

Organizarea profesionistă și participarea numeroasă au consolidat imaginea Primăriei Municipiului Timișoara și a Casei de Cultură ca promotori ai unui oraș viu, deschis și centrat pe oameni.

Mediatizarea proiectului

Campanie de informare și promovare online, prin:

- postări pe pagina de Facebook a Casei de Cultură a Municipiului Timișoara
- crearea și distribuirea materialelor de promovare online și offline
- afișe expuse în spațiile Timpark și în cele ale partenerilor
- ziarul „Lira”, newsletterul Casei de Cultură
- broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presă:
 - o <https://www.radioresita.ro/evenimente/timisoara-deschide-bulevardul-cetatii-pentru-oameni-nu-pentru-masini-strazi-pentru-comunitate-revine-pe-21-iunie>
 - o <https://www.romaniapozitiva.ro/banat-crisana/strazi-pentru-comunitate-timisoara-inchidem-strada-pentru-masini-o-deschidem-pentru-oameni-sambata-21-iunie-2025-orele-1000-1800-bulevardul-cetatii/>
 - o <https://renasterea.ro/strazi-pentru-comunitate-bulevardul-cetatii-inchis-pentru-masini-sambata-21-iunie-intre-orele-10-si-18/>

Proiecte din cadrul programelor

Până în 2021, Casa de Cultură a funcționat preponderent ca un punct de tranzit pentru fonduri nerambursabile destinate organizațiilor neguvernamentale locale și ca organizator de spectacole folclorice sau de tip „electoral”, a căror unică menire a fost de a mobiliza un public numeros în fața scenelor pe care performau exclusiv artiști din „zona” divertismentului. Această limitare de rol a condus la o percepție publică redusă asupra potențialului instituției, devenind imperios necesară transformarea Casei de Cultură într-un operator cultural important al orașului, capabil să dezvolte proiecte proprii, coerente, pe termen lung, și să fie recunoscută ca atare de comunitate.

Un pas esențial în această direcție a fost schimbarea aspectului global al evenimentelor din Agenda culturală a orașului – de la conținut, la amenajare – pentru a le oferi caracter urban contemporan. Astfel, am adus în prim-plan nume noi, formate artistice diverse, teme relevante și elemente de dialog cultural, pentru ca aceste manifestări să nu mai fie simple momente de consum, ci experiențe culturale vii, cu sens pentru publicul de astăzi.

În egală măsură, ne-am străduit să integrăm conținutul cultural cu amenajarea și designul spațiului evenimentelor, conștienți fiind că modul în care arată și funcționează un spațiu influențează profund felul în care publicul receptează actul cultural. Cultura nu se consumă doar pe scenă, ci și în felul în care sunt construite atmosfera, traseul publicului, relația dintre artiști și comunitate.

Totodată, am căutat să ieșim din tiparele spațiilor convenționale și să aducem cultura mai aproape de oameni, explorând spații alternative și neconvenționale: tramvaie, vaporetto, spații de tranzit sau locuri cotidiene transformate temporar în scene culturale. Aceste intervenții diversifică oferta culturală și contribuie la redefinirea orașului ca spațiu de întâlnire culturală și la apropierea publicului de toate vârstele, din medii și categorii sociale diferite.

Și în 2025, schimbarea a fost vizibilă în toate acțiunile instituției, în efortul său de armonizare a așteptărilor publicului cu principalele obiective ale unei paradigme culturale urbane contemporane: accesibilitatea, calitatea, estetica, continuitatea, coerența, reprezentativitatea și diversitatea.

CRONOCULTURA & ARHETIP TM (Agenda culturală)

SĂRBĂTORI PE RIT VECHI

Perioada: 3-4 ianuarie 2025

Loc de desfășurare: Piața Victoriei

Număr participanți: 17.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii+subvenții): 185.000 lei

Venituri proprii: 0 lei

Buget cheltuit: 153.564 lei



BILJA KRSTIĆ & BISTRIK ORCHESTRA – O INCURSIUNE ÎN TRADIȚIILE BALCANILOR

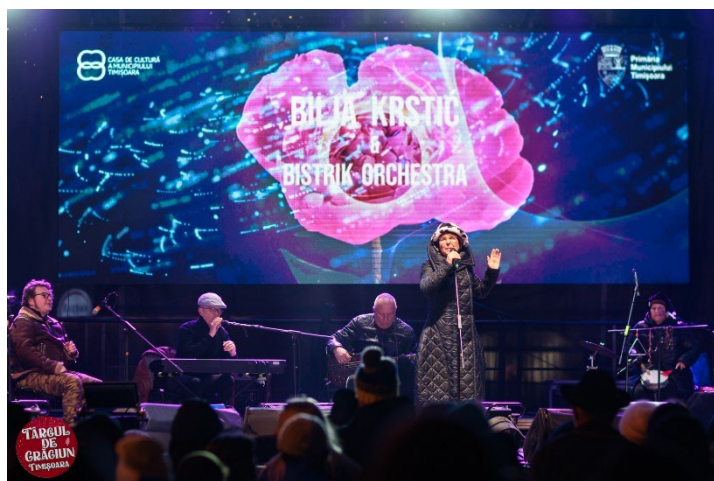
Sâmbătă, 4 ianuarie, au urcat pe scena din Piața Victoriei Bilja Krstić și orchestra sa, Bistrik, într-un concert care a cucerit inimile tuturor celor prezenți. Bilja Krstić este o artistă emblematică a muzicii tradiționale sârbești, cu o carieră de peste 40 de ani, în care a reinterpretat folclorul balcanic, printr-o fuziune originală de armonii vocale, elemente etno și influențe contemporane, într-un repertoriu impresionant, ce include cântece din toată regiunea Balcanilor. În introducere, publicul s-a bucurat de un program prezentat de Ansamblul „Sfântul Sava”, din Sânnicolau Mare.

YU GRUPA – PIONIERII ROCKULUI SÂRBESC

În seara de 5 ianuarie, atmosfera a devenit electrizantă, odată cu prestația formației Yu Grupa. Considerată una dintre cele mai longevive trupe de rock din Serbia, Yu Grupa a redefinit genul rock, prin includerea unor influențe tradiționale și etno sârbești.

Fondată în 1970, formația are o istorie bogată și este cunoscută pentru hituri precum „Crni leptir” și „Kosovski božuri”, melodii care au marcat generații întregi. Prestațiile lor live sunt pline de energie, autenticitate și o conexiune puternică cu publicul. Yu Grupa reprezintă nu doar un simbol al rockului balcanic, ci și o dovadă vie a faptului că muzica poate transcende timpul.

Seara a fost deschisă de trupa rock locală Ravi Hazzard.



Parteneri: Casa de Cultură Sânnicolau Mare, Radio Banat Link

Impact

Prin programul propus, Sărbătorile pe rit vechi au reușit să aducă în prim-plan tradițiile sârbești, contribuind la păstrarea și valorificarea identității etnice în Timișoara multiculturală.

Interesul crescut al publicului local și internațional, validează necesitatea continuării și dezvoltării acestui tip de inițiativă, care promovează dialogul intercultural și întărește coeziunea comunitară.

Impact cultural

Evenimentul a încurajat diversitatea culturală specifică Banatului și a subliniat identitatea multiculturală a orașului, facilitând un schimb autentic între artiștii protagoniști ai serii și contribuind la păstrarea tradițiilor specifice Crăciunului sârbesc într-un context urban contemporan.

Impact social

Prin atragerea unui public numeros, evenimentul a generat un sentiment de apartenență și solidaritate în rândul comunității sârbe și a publicului larg, contribuind la întărirea relațiilor sociale și a coeziunii comunitare. Timișorenii, alături de turiști și membri ai comunităților din împrejurimi, au interacționat într-un mediu festiv, bazat pe respect reciproc și deschidere către valorile celuilalt.

Impact economic

Prezența la eveniment a unui număr mare de turiști din Serbia a stimulat indirect economia locală, în special în domeniul HoReCa și în comerțul de sezon (Târgul de Crăciun). Evenimentul a determinat o creștere a fluxului de vizitatori în centrul orașului, în perioada imediat următoare sărbătorilor de iarnă, contribuind la extinderea sezonului turistic și la susținerea micilor afaceri locale.

Mediatizarea proiectului

Sărbătorile pe rit vechi au fost promovate prin:

- afișe
- comunicat de presă
- postări pe pagina de Facebook/Instagram și pe site-ul Casei de Cultură
- postări pe pagina de Facebook/Instagram a Ansamblului „Timișul”
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presă:
 - <https://www.ziuadevest.ro/you-grupa-pionierii-rockului-sarbesc-si-bilja-krstici-in-concert-la-timisoara-la-craciunul-pe-rit-vechi/>
 - https://debanat.ro/2025/01/bilja-krstic-bistrik-orchestra-si-yu-grupa-incheie-seria-concertelor-din-piata-operei-sustinute-cu-ocazia-sarbatorilor-de-iarna_434229.html
 - https://debanat.ro/2025/01/ortodocsii-pe-rit-vechi-primesc-inca-doua-zile-la-targul-de-craciun_434303.html

TÂRGUL DE PAȘTE

Perioada: 23 martie - 23 aprilie 2025
Loc de desfășurare: Piața Libertății, Piața Sfântul Gheorghe
Număr participanți: 800.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii+subvenții): 1.626.000 lei

Venituri proprii: 330.940 lei

Buget cheltuit: 1.468.156 lei

Descrierea evenimentului

Piața Libertății a fost locul de întâlnire a tuturor vârstelor, atât prin amenajare, cât și prin produsele propuse sau programul de la scenă.

Piața Sfântul Gheorghe a fost amenajată ca spațiu pentru copii și pentru familii, cu un covor de iarbă artificială, decorațiuni și program artistic adaptat, reconfirmând rolul ei de loc al comunității, viu, primitor, în care timișorenii se opresc pentru a petrece timp de calitate. Astfel, aici a avut loc spectacolul de teatru de păpuși „Cei trei purceluși”, al Teatrului de Vest din Reșița, un concert de serenade al orchestrei de cameră „Cantabile” și spectacolul „Biruatorul”, care a marcat ziua de Sfântul Gheorghe.

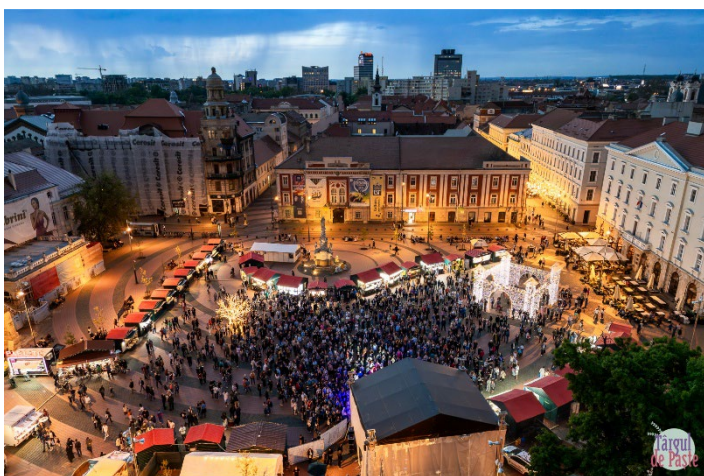
Numeroase elemente decorative au transformat festiv zona centrală (Piața Libertății, Str. Alba Iulia, Piața Unirii și Piața Sfântul Gheorghe), dar și zona Traian (Piața Romanilor).





52 de comercianți și prestatori de servicii recreative au asigurat diversitatea evenimentului.

Trenuleț, carusele, photobooth sunt doar câteva dintre elementele recreative care l-au animat. Implicarea creatorilor locali a fost evidențiată de atelierele derulate – de confecționare brățări din ață și mărgelă, pictură pe ceramică, decorat linguri de lemn, ouă de lemn și ceramică, de montaj în lut, de figurine ipsos cu tematică pascală.



Pe scenă s-a derulat un amplu program artistic, a cărui varietate a adus numeroși vizitatori, atât timișoreni, cât și din alte orașe sau din Serbia și Ungaria. Ne-am bucurat, în cele 21 de zile de program la scenă, de sprijinul a numeroși parteneri: Facultatea de Muzică și Teatru, Palatul Copiilor, Opera Națională Română Timișoara, teatre partenere, școli de muzică private, cluburi de dans etc.

Artiști cu notorietate au antrenat un public important – Holograf, Proconsul, Lidia Buble, Cornelia și Lupu Rednic, Damian Drăghici, Ansamblul „Timișul”, Teatrul pe Roți, Mircea Baniciu și grupul Flores, Lia Burg, Bela Luna Band, Bega Blues Band, Jais & Ionuț Dorobanțu, Teatrul Magic Oz, Peregrinii, Corala Carmina Dacica, Corul Avocaților din Baroul Timiș, Phaser, Pandora. Nu a lipsit nici Opera Națională Română Timișoara, care „a stins reflectoarele” pe scena din Piața Libertății cu spectacolul „Cavaleria Rusticana”, a cărui acțiune se petrece în perioada pascală.

Vezi programul complet aici:

<https://www.casadeculturatm.ro/eveniment/targul-de-pasti-2025-program-complet/>



FLORIILE, 13 APRILIE 2025

De Florii, când întreaga creștinătate prăznuiește Intrarea Domnului în Ierusalim, Fântâna cu Pești și fântâna din Piața Unirii au fost împodobite cu flori naturale, iar timișorenii au participat la Alaiul Florilor, care s-a încheiat cu un spectacol al micilor artiști care l-au alcătuit.

Florile și Floriile au adus împreună copii, culoare și pe Zâna Florilor, într-o poveste spusă cu sensibilitate, din bucuria de a fi împreună, la ceas de sărbătoare.



SĂPTĂMÂNA MARE

Dedicat Săptămânii Mari, pe 10 aprilie a avut loc, la Biserica Millenium, un eveniment muzical de excepție, care a readus la viață una dintre cele mai profunde și emoționante lucrări ale muzicii sacre românești, „Oratoriul bizantin de Paști”, de Paul Constantinescu.

Compus în 1946, acest oratoriu monumental îmbină armonios cântul bizantin, tradiția coral-simfonică și influențele muzicii universale, creând o experiență sonoră copleșitoare, ce redă cu forță dramatică și expresivitate momentele esențiale ale Patimilor, Răstignirii și Învierii lui Hristos. De la zbuciumul interior al trădării lui Iuda și durerea Maicii Domnului, până la suferința Crucii și lumina biruitoare a Învierii, muzica lui Paul Constantinescu transcende timpul, oferind ascultătorilor o meditație profundă asupra credinței și umanității.

Oratoriul, care a mai fost cântat la Timișoara o singură dată, în 1994, a fost interpretat de orchestra „Cantabile” și corul mixt „Art Contrast”, care au acompaniat o distribuție de excepție, formată din artiști lirici timișoreni:

- Evanghelistul: Mihai Dogotari
- Isus: Iulian Ioan Iosip
- Pilat: Mihai Prelipcian
- Iuda: Cosmin Borlovan
- Tâlharii: Silviu Rujoni, Răzvan Grozăvescu
- Slujnicele: Diana Chirilă, Loredana Borlovan
- Mironosițele: Diana Chirilă, Lorena Dragalina, Iulia Szabo
- Îngerul: Darius Gruică

Dirijor: Vasile Bădescu





SFÂNTUL GHEORGHE

Pe 23 aprilie, în Piața Sfântul Gheorghe, timișorenii au participat la spectacolul „Biruatorul”, susținut de Asociația Teatru pe Roți și dedicat Sfântului Gheorghe, ocrotitorul pieței care îi poartă numele.



Parteneri

Opera Națională Română Timișoara, Facultatea de Muzică și Teatru, Palatul Copiilor, Liceul de Muzică „Ion Vidu”, Parohia Romano-Catolică Timișoara II Fabric, Teatrul de Vest Reșița, Școala Babel, școli de muzică și dans: Artistul de Măine, MRB School, Ramona Iatan, Jarvis Musical Voices, Magnum Team, Incubatorul de Arte, Cantodena, Aly Dance, Chromatik Art, B Dance Squad, Diana & Denis Matei, Generația Muzicii, Image Club, Extrem, Active Dance Studio, Dancing Stars Team, Dinamic Dance, Ellias Meici, Perfect Music, Mini Mini Reflex, Școala de balet Denisse, Top Dance, grupul Beg Art

Parteneri media: TVR Timișoara, Radio România Reșița

Sponsor: Mewi

Impact

Târgul de Paște 2025 a fost un eveniment de referință, atât din punct de vedere cultural, cât și social și economic. Desfășurat în mai multe puncte centrale, dar și în cartiere, acesta a revitalizat spațiul urban și a consolidat legătura comunității cu valorile tradiționale, religioase și artistice, specifice sărbătorilor pascale.

Prin implicarea unui număr semnificativ de parteneri, Târgul a oferit o platformă valoroasă de exprimare artistică și dialog cultural. Totodată, diversitatea programului a transformat centrul orașului într-un veritabil spațiu de întâlnire și petrecere a timpului liber, pentru toate vârstele.

Prezența publicului numeros, local și din afara orașului sau din țările vecine, demonstrează interesul crescut pentru evenimente, dar și potențialul turistic și economic al Timișoarei.

Impact cultural și educațional

- s-a promovat patrimoniul imaterial, prin activități cu tematică pască (atelier de decorarea ouălor, alte atelier meșteșugărești, concerte de pricesne ș.a)
- au fost puși în valoare artiștii locali, fără excepție – copii și tineri din școli de muzică, dans și arte performative – care au avut ocazia să evolueze pe o scenă, în inima orașului
- s-au creat punți între generații, prin programul divers, ce a inclus muzică clasică, corală, populară, jazz, pop ș.a.

Impact social

- evenimentul a favorizat coeziunea comunitară, oferind locuitorilor spații publice sigure și prietenoase, pentru petrecerea timpului în familie și cu prietenii
- activitățile dedicate copiilor, atelierle creative și prezența personajelor simbolice (Zâna Florilor, iepurași) au stimulat participarea activă a celor mici și a familiilor. În cartiere, activitățile precum vânătoria de ouă de ciocolată au descentralizat evenimentul și au implicat comunități mai puțin conectate la zona centrală

Impact economic

- 52 de comercianți și prestatori de servicii recreative au sprijinit bugetul local și, implicit, pe cel al Casei de Cultură, care, pusă constant în situația de a economisi resurse financiare, investește aceste venituri în decoruri sau pentru a asigura diversitatea programului la scenă
- evenimentul a generat vizibilitate pentru artiști și producători locali, consolidând segmentul creativ și contribuind la susținerea micilor întreprinzători
- a fost sprijinit turismul local, prin atragerea de vizitatori din alte orașe și din afara țării, cu impact pozitiv asupra economiei HoReCa și a comerțului

Impact urbanistic

Spații centrale – Piața Sfântul Gheorghe, Piața Libertății, Piața Unirii – și Piața Romanilor, din zona Traian, au fost reconfigurate temporar ca spații funcționale, interactive și tematice, oferind o nouă perspectivă asupra utilizării urbane în perioadele festive.

Mediatizarea proiectului

Târgul de Paște a fost promovat prin:

- afișe
- comunicat de presă
- postări pe pagina de Facebook/Instagram și pe site-ul Casei de Cultură
- postări pe pagina de Facebook/Instagram a Ansamblului „Timișul”
- ziarul „Lira”, folosit și ca program, pe parcursul Târgului, pus la dispoziția publicului la căsuțe
- broșura comună a instituțiilor culturale
- pliant „Oratoriul bizantin de Paști”
- articole în presă:
 - <https://www.roevent.org/evenimente/eveniment/targul-de-paste-2025-timisoara-cand-incepe-locatie-program-activitati-concerte/>
 - <https://infotimisoara.ro/folclor-de-martisor-expozitia-la-micul-fix-si-targul-de-paste-trei-evenimente-importante-in-martie-la-timisoara/>
 - <https://infotimisoara.ro/tag/targul-de-paste-2025-timisoara/>
 - <https://renasterea.ro/pro-consul-damian-draghici-brothers-lidia-buble-si-holograf-la-targul-de-paste-de-la-timisoara/>
 - <https://ziarultimisoara.ro/actualitate/15294-la-targul-de-pasti-vanatoare-de-oua-de-ciocolata-concerte-si-alaiul-bunei-vestiri>
 - <https://www.radioresita.ro/evenimente/targul-de-paste-2025-din-timisoara>
 - <https://www.pressalert.ro/2025/03/damian-draghici-brothers-lidia-buble-si-holograf-la-targul-de-paste-din-timisoara-in-ce-perioada-are-loc>
 - <https://timisplus.ro/hai-la-evenimentele-organizate-de-casa-de-cultura-a-municipiului-timisoara/>
 - <https://www.radioresita.ro/evenimente/targul-de-paste-2025-din-timisoara>
 - https://debanat.ro/2025/03/targul-de-pasti-de-la-timisoara-va-avea-loc-in-perioada-23-martie-23-aprilie-foto_439232.html
 - <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/program-duminica-se-deschide-targul-de-paste-la-timisoara-2025739/>
 - <https://www.libertatea.ro/stiri/targul-de-paste-2025-timisoara-program-complet-5237284>
 - <https://infotimisoara.ro/targul-de-paste-2025-din-timisoara-holograf-proconsul-lidia-buble->

- damian- draghici-si-alte-surprize-pentru-toate-varstele/
- <https://www.ziarultimisoara.ro/actualitate/15412-pregatiri-pentru-targul-de-pasti-programul-complet>
 - <https://renasterea.ro/timisoara-se-pregateste-pentru-targul-de-paste-16-truck-uri-si-32-de-casute-cu-produse-alimentare-si-nealimentare-dar-si-elemente-de-divertisment-programul-evenimentelor/>
 - <https://timisplus.ro/primavara-in-sarbatoare-targul-de-paste-timisoara-editia-a-xvi-a/>
 - <https://timpolis.ro/targ-de-paste-la-timisoara/>
 - <https://www.amosnews.ro/timisoara-se-pregateste-sa-intampine-primavara-cu-evenimente-deosebite-la-targul-de-paste/>
 - <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/targul-de-paste-2025-de-la-timisoara-program>
 - <https://www.radioresita.ro/evenimente/targul-de-paste-2025-din-timisoara-primavara-in-sarbatoare>
 - https://debanat.ro/2025/03/s-a-deschis-targul-de-paste-de-la-timisoara-foto_439730.html
 - <https://infotimisoara.ro/foto-program-targul-de-paste-2025-timisoara-concerte-spectacole-si-surprize/>
 - <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/foto-s-a-deschis-targul-de-paste-la-timisoara-2029015/>
 - https://stiridetimisoara.ro/incepe-targul-de-paste-casute-in-piata-libertatii-concerte-proconsul-damian-draghici-holograf-program_70323.html
 - <https://www.banatulazi.ro/foto-video-targul-de-paste-de-la-timisoara-si-a-deschis-portile-pentru-vizitatori/deschiderea-targului-de-paste-la-timisoara-23-martie-2025-11/>
 - <https://www.banatulazi.ro/foto-video-targul-de-paste-de-la-timisoara-si-a-deschis-portile-pentru-vizitatori/deschiderea-targului-de-paste-la-timisoara-23-martie-2025-11/>
 - <https://expressdebanat.ro/se-deschide-targul-de-pasti-din-timisoara-in-weekend/>
 - "Oratoriul Bizantin de Paști. Patimile și Învierea Domnului", la Biserica Millenium din Timișoara - Radio România Timișoara
 - TVR 3
 - Cum a cucerit Timisoara Oratoriul Bizantin de Pasti, compozitie a ploiesteanului Paul Constantinescu... FOTO DE COLECTIE - Prahova Business
 - Oratoriul Bizantin în biserica Millennium din Timișoara | Temesvári Római Katolikus Egyházmegye
 - Oratoriul Bizantin de Paști „Patimile și Învierea Domnului”, în Biserica Millennium din Timișoara
 - Evenimente de neratat în Timișoara. Oratoriu Bizantin, folclor și teatru pentru tineri – Info Timișoara
 - Oratoriul Bizantin de Paști - Pagina 1 | TVR.RO

ZIUA EUROPEI

Perioada: 5-9 mai 2025
Loc de desfășurare: Piața Libertății, Piața Sfântul Gheorghe
Număr participanți: 4.000 persoane (la evenimente) și cca 100.000 persoane (tranzit în Piața Sfântul Gheorghe, în luna mai)

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 350.000 lei

Venituri proprii: 0 lei

Buget cheltuit: 350.611 lei

(diferența de -611 lei a fost compensată din economia făcută la Străzi pentru comunitate)

Descrierea evenimentului

Element nou, care justifică viziunea asupra activității instituției: în 2025, Ziua Europei a renunțat la tradiționalul concert pe scenă mare, aducând cultura europeană „la firul ierbii”, între oameni. Astfel, în Piața Sfântul Gheorghe a fost organizat un happening de muzică europeană, care l-a avut ca progonist pe artistul Emanuel Cîrstea.

Pentru poporul român, 9 Mai este o triplă sărbătoare: proclamarea independenței de stat a României, care a avut loc în 1877, victoria coaliției Națiunilor Unite în cel de-Al Doilea Război Mondial, în 1945, și Ziua Europei, care rememorează istorica declarație a ministrului francez de Externe Robert Schuman, din 1950.

În acest context, Timișoara a marcat Ziua Europei și împlinirea a 75 de ani de la Declarația Schuman prin evenimente culturale, sportive și educative, organizate în Piața Libertății și Piața Sfântul Gheorghe (9 Mai), precum și în licee din cartierele timișorene (6-8 mai).

Vineri, 9 Mai 2025, Piața Libertății

Evenimentul a debutat la ora 10:00, cu un ceremonial militar și religios, urmat de cea de-a cincea ediție a „Crosului Europei”, destinat copiilor și desfășurat în parteneriat cu Asociația Club Sportiv „Campioni pentru viitor”, sub sloganul „Dă o tură pentru cultură!”.

Vizitarea pavilioanelor de prezentare ale membrilor Asociației Corp Consular Timișoara și ale unor instituții publice și organizații neguvernamentale a fost urmată de un recital al Muzicii militare a Brigăzii 18 Cercetare Supraveghere „Decebal”, care a deschis și programul artistic alcătuit, cu ocazia Zilei Europei, de Inspectoratul Școlar Județean Timiș.

Alte activități:

- activități sportive coordonate de Direcția Județeană de Sport Timiș (demonstrații de judo)
- exerciții de dresaj canin, disciplină canină și exerciții de intervenție cu câinii de serviciu ai Inspectoratului de Poliție Județean Timiș și ai Inspectoratului de Jandarmi Județean Timiș
- prezentarea tehnicii din dotarea Inspectoratului de Poliție Județean Timiș, Inspectoratului de Jandarmi Județean Timiș, a Inspectoratului Județean pentru Situații de Urgență Timiș, a Inspectoratului Teritorial al Poliției de Frontieră Timișoara și a Direcției Generale a Poliției Locale Timișoara



Ziua Europei este, în fiecare an, și un prilej de a „împrieteni” tinerii cu ideea europeană. Instrumentul ideal pentru a atinge acest obiectiv este spectacolul pentru liceeni „Călător printre stele”, pus în scenă de Mirela Puia și interpretat de actorii Matei Chioariu, Marin Lupanciuc, Diana Nițu și Adrian Jivan.

Producție a Casei de Cultură a Municipiului Timișoara, spectacolul a avut premiera în mai 2022 și propune o călătorie culturală amuzantă în țări ale Uniunii Europene, văzută prin ochii unor personaje contemporane – de la studentul hipster, la cuplul tânăr și pretențios. Un demers artistic care a adus Europa mai aproape de tineri, într-un mod relaxat, creativ și plin de energie.

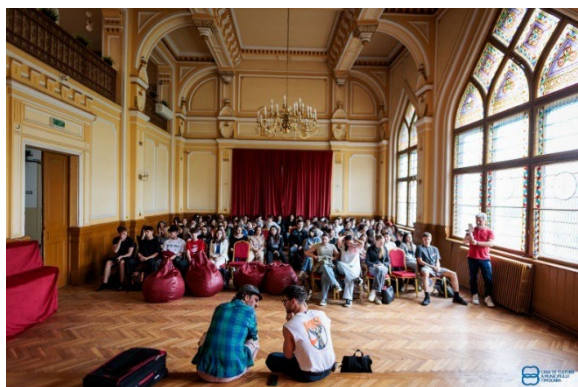
Spectacolul a fost prezentat la următoarele licee:

Luni, 5 mai 2025: Colegiul Național Pedagogic „Carmen Sylva”

Mărti, 6 mai 2025: Școala Gimnazială Nr. 24 și Liceul Teoretic „W. Shakespeare”

Miercuri, 7 mai 2025: Liceul Waldorf și Colegiul Național „Ana Aslan”

Joi, 8 mai 2025: Colegiul Economic „F.S. Nitti”



Într-un decor inedit, format din bile pictate cu steagul UE și steagurile statelor membre, Piața Sfântul Gheorghe a găzduit un spectacol susținut de Teatrul pentru Copii și Tineret „Merlin”, adresat copiilor din învățământul primar, și o lecție de educație civică despre Uniunea Europeană, ținută de domnul Jose Miguel Viñals Ariño, consul onorific al Regatului Spaniei, și moderată de jurnaliștii Sergiu Galiș și Andreea Oance. Tot aici a fost amenajată o expoziție de desene dedicată ideii europene.



În același decor, la ora 17:00 a început happeningul „Cântând printre stele”, care l-a avut ca protagonist pe artistul Emanuel Cîrstea, căruia i s-au alăturat actori, elevi, studenți și timișoreni din alte domenii profesionale, care au interpretat melodii cunoscute din repertoriile unor artiști europeni consacrați, în toate limbile Uniunii Europene.



Parteneri

Prefectura Timiș, Consiliul Județean Timiș, Corpul Consular, Brigada 18 ISR „Decebal”, Jandarmeria Timiș, ISU Timiș, Poliția de Frontieră Timiș, Inspectoratul Școlar Timiș, Direcția Județeană pentru Sport, IPJ Timiș, Asociația „Campioni pentru viitor” și Teatrul „Merlin”

Impact

Ediția 2025 a evenimentului dedicat Zilei Europei a reușit să transforme valorile Uniunii Europene în experiențe vii, accesibile și relevante pentru publicul larg, contribuind la consolidarea unei culturi civice active. Manifestările au contribuit la menținerea unei prezențe constante a publicului în zona centrală, prelungind dinamismul turistic și civic după sărbătorile de Paște.

Impact cultural

Evenimentele dedicate Zilei Europei au promovat identitatea culturală europeană, precum și valorile comune ale statelor membre ale Uniunii Europene. Prin spectacole de teatru, recitaluri muzicale multilingve, activități artistice și educative, publicul – în special tinerii – a fost implicat activ într-un demers de conștientizare a diversității culturale care stă la baza proiectului european.

Participarea instituțiilor de cultură și a artiștilor locali și internaționali a contribuit la consolidarea rolului Timișoarei ca oraș cultural european.

Impact social

Prin natura sa interactivă și incluzivă, evenimentul a contribuit la întărirea coeziunii sociale și a dialogului intercultural. Solidaritatea, unitatea și respectul reciproc au fost transmise prin forme accesibile și atractive.

Impact economic

Evenimentul a generat un flux constant de vizitatori în centrul Timișoarei, atât în ziua de 9 Mai (peste 4.000 de participanți direcți), cât și pe parcursul lunii mai, când aproximativ 100.000 de persoane au tranzitat Piața Sfântul Gheorghe, beneficiind de decorul tematic și activitățile conexe.

Această expunere a încurajat consumul în spațiile comerciale și culturale din zona centrală, contribuind indirect la dinamizarea economiei locale, în special în domeniul HoReCa și retail.

Impact urbanistic

Transformarea Pieței Libertății și a Pieței Sfântul Gheorghe în spații dedicate manifestărilor culturale, educative și civice, a evidențiat potențialul urban al acestor locații emblematice. Amenajarea decorului simbolic – bilele pictate cu steagurile statelor membre UE – și integrarea expoziției și a scenelor artistice în peisajul urban au contribuit la revitalizarea vizuală și funcțională a centrului istoric. Astfel, s-a întărit ideea că spațiul public poate fi utilizat inteligent, ca loc de întâlnire și exprimare a identității europene.

Mediatizarea proiectului

Ziua Europei a fost promovată prin:

- campanie de promovare online – postări informative sau cu imagini din eveniment
- comunicate de presă
- afișe
- clipuri promo și aftermoovie
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presă:
 - <https://infotimisoara.ro/zilele-europei-si-independentei-nationale-sarbatorite-cu-ceremonii-spectacole-si-activitati-pentru-toate-varstele-in-centrul-timisoarei/>
 - <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/manifestatii-spectacole-si-activitati-de-ziua-europei-in-pietele-centrale-ale-timisoarei-2052847/>
 - <https://www.opiniatimisoarei.ro/defilare-militara-spectacole-de-muzica-si-teatru-sau-competitii-sportive-de-ziua-europei-dar-si-de-ziua-independentei-nationale-la-timisoara/25/04/2025>
 - https://debanat.ro/2025/04/ziua-europei-si-ziua-independentei-nationale-vor-fi-sarbatorite-la-timisoara_442160.html
 - <https://stiriaccum.ro/2025/04/25/ce-surprize-ne-aduce-weekendul-dedicat-zilei-europei-si-zilei-independentei-la-timisoara/>
 - <https://www.observatordetimis.ro/2025/04/25/evenimente-dedicate-zilei-europei-la-timisoara/>
 - <https://timpolis.ro/ziua-europei-sarbatorita-la-timisoara/>
 - <https://www.sursadevest.ro/timisoara-sarbatoarele-ziua-europei-cu-spectacole-activitati-sportive-si-demonstratii-de-dresaj-canin-iata-programul-complet-al-evenimentelor/>
 - <https://www.tion.ro/capitala-culturala/program-ziua-europei-transforma-centrul-timisoarei-intr-un-festival-al-unitatii-2057200/>
 - <https://expressdebanat.ro/ziua-europei-sarbatorita-la-timisoara/>
 - <https://www.radioresita.ro/evenimente/ziua-europei-2025-la-timisoara-75-de-ani-de-solidaritate-cultura-si-identitate-europeana>
 - <https://renasterea.ro/la-timisoara-au-inceput-manifestarile-de-ziua-europei-si-ziua-independentei-nationale-a-romaniei-foto/>
 - <https://www.opiniatimisoarei.ro/defilare-militara-cros-pentru-copii-sau-cursuri-de-prim-ajutor-de-ziua-europei-la-timisoara-video/09/05/2025>

CIREȘAR

Perioada: 31 mai - 1 Iunie 2025
Loc de desfășurare: Parcul Copiilor
Număr participanți: 30.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 335.500 lei

Venituri proprii: 54.620 lei

Buget cheltuit: 335.542 lei

(diferența de -42 lei a fost compensată din economia realizată la Străzi pentru comunitate)

Descrierea evenimentului

Element nou, care justifică viziunea asupra activității instituției: noutatea acestei ediții a fost „plaja din oraș”, un concept nou, care a transformat Amfiteatrul din Parcul Copiilor într-o adevărată oază de vară, unde au avut loc sesiuni de zumba kids, petreceri cu spumă și activități interactive pe nisip. Atmosfera a fost întreținută de DJ, muzică live și o ediție specială a emisiunii „Radio Vacanța”, în parteneriat cu Radio România Reșița. În fiecare seară, plaja s-a transformat într-un cinematograful în aer liber, cu proiecții de filme „de Oscar”, pentru întreaga familie.

În 31 mai și 1 Iunie, Cireșar a făcut din Parcul Copiilor un tărâm al bucuriei, unde jocul, creativitatea, muzica și natura s-au împletit într-un program dedicat celor mici și familiilor lor.

Evenimentul a dovedit că Timișoara poate fi un model de bună practică în organizarea de manifestări culturale și educative dedicate copiilor, printr-o abordare complexă, interactivă și bine coordonată, care a generat bucurie, incluziune și participare comunitară masivă, într-un cadru prietenos, sigur și educativ. Pe plan cultural, a fost valorizată identitatea locală și multiculturalismul.

De asemenea, s-a demonstrat potențialul de atragere a resurselor private, arătând că un parc urban poate deveni un spațiu multifuncțional dinamic, capabil să răspundă nevoilor unei comunități în sărbătoare.

SÂMBĂȚĂ, 31 MAI 2025

CIREȘAR POPULAR

Parada costumelor populare purtate de copii, însoțiți de Zâna cu alțițe



SCENA MICHELANGELO

Spectacol Ansamblul „Timișul” Tineret și ansamblurile folclorice de copii ale minorităților din Banat

Dirijor: Nicolae Baniciu. Coregrafi: Ciprian David, Maria Topciov și Doina Susan



SCENA DIN PARC

Spectacole pentru copii – „Ariciul”, Teatrul pentru Copii și Tineret „Merlin” și „Prâslea-cel-Voinic și merele de aur”, Puppet Mania – apoi programe ale trupelor de copii din oraș: Dancing Stars Team, Școala de Muzică „Ramona Iatan”, Emotion, Icoane bănățene, trupa de dans a Liceului Waldorf, Extrem, MRB School, GMT & Sergiu Simionese, The Dancers, Anne Dance Studio



AMFITEATRU – PLAJA DIN ORAȘ

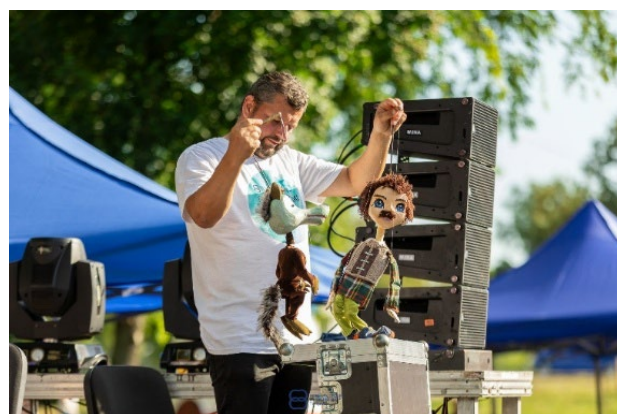
Zumba for kids, Spuma light party, DJ Bosch, „Aventuri din deșertul Sahara”, Teatru pentru Tine, cinema în aer liber: „Vulpea și iepurașul salvează pădurea”



DUMINICĂ, 1 Iunie 2025

SCENA MICHELANGELO

- Programe ale trupelor de copii din oraș: Top Dance, Active Dance Studio, Incubatorul de Arte, Școala de balet Denisse, Școala de canto „Diana Matei”, Magnum Team, Image Club & ARTonic
- Spectacolul pentru copii „Petrică și lupul”, basm simfonic de Serghei Prokofiev, în interpretarea orchestrei „Cantabile”. Dirijor: Radu Zaharia. Povestitor: Roxana Zaharia. Păpușari: Ionuț Pîrvulescu și Maria Gornic



SCENA DIN PARC

„Pitishow” în direct (Partener media: Radio Timișoara) și „Secretele barzilor”, Peregrinii
Programe ale trupelor de copii din oraș: Black Swan, Mini Mini Reflex, Școala „Elias Meici”, Clopoței Sfântului Nicolae, Beg Art, Rok Art, The Dancers, Dinamic Dance



AMFITEATRU – PLAJA DIN ORAȘ

Radio Vacanța (Partener media: Radio România Reșița), Spuma light party, DJ Bosch
Cinema în aer liber: „Flow” (un premiu și o nominalizare Oscar, un premiu Globul de Aur, două nominalizări BAFTA, o nominalizare la Cannes, un premiu și o nominalizare ale Academiei Europene de Film)

ALTE ACTIVITĂȚI

- ateliere creative, de pescuit, de tâmplărie, de pielărie, de reparat biciclete, de reciclat, de grădinărit ș.a., care au fost un prilej minunat de a petrece timp de calitate în familie
- activități sportive
- „autobuzul copilăriei”, pus cu generozitate la dispoziție de STPT, pe care copiii l-au pictat, îndrumați de artiști locali, și care „s-a plimbat” în cursă și după eveniment, asigurând vizibilitatea proiectului
- cursa răzuștelor
- curse gratuite cu „vaporetto Cireșar”, decorat cu jucării
- parc de distracții: tobogane, mașinuțe, eurojumpere, carusele (duminică, 1 Iunie, accesul la tobogane a fost gratuit, în intervalul orar 11:00-19:00)



Parteneri: Inspectoratul pentru Situații de Urgență Timiș, Inspectoratul de Poliție al Județului Timiș, Inspectoratul Județean de Jandarmi, Brigada 18 Cercetare Supraveghere „Decebal”, Agenția Națională Antidrog, Serviciul de Ambulanță Timiș, Societatea de Transport Public Timișoara, Poliția Locală Timișoara, Direcția de Asistență Socială Timișoara, Formațiunea de intervenție rapidă pe bază de voluntariat SALVO, Societatea de Transport Public Timișoara, Flight Festival, Codru Festival
Sponsori: Bosch, Veoneer, Drimoland, Little M House, Procar Škoda, Pizzeria Napoleon

Impact

Impact cultural

„Cireșar” a oferit un cadru inedit de exprimare artistică pentru copii și adolescenți din Timișoara și din județ. Parada costumelor populare, spectacolele de muzică, dans și teatru au promovat cultura într-o manieră accesibilă și atractivă pentru publicul tânăr. Participarea Teatrului „Merlin” sau a orchestrei „Cantabile” a ridicat standardul artistic al evenimentului și a oferit tinerilor artiști locali oportunitatea de afirmare.

Impact social

Cu peste 30.000 de participanți în doar două zile, Cireșar a devenit cel mai important eveniment dedicat copiilor, implicând interacțiune, incluziune și bucurie în rândul celor mici și al familiilor. Activitățile creative, educative, sportive și recreative au încurajat participarea activă a copiilor din diverse medii sociale, oferind ocazia de a petrece timp de calitate împreună, în familie.

Impact economic

Organizat în Parcul Copiilor, în apropierea centrului orașului, evenimentul a atras un flux consistent de vizitatori, generând un impact economic pozitiv pentru comercianții locali, operatorii de foodtruckuri, vânzătorii de jucării și atelierele artizanale. Prezența sponsorilor din mediul privat (Bosch, Veoneer, Procar, Drimoland etc.) a arătat că astfel de manifestări au capacitatea de a atrage sprijin financiar din afara sectorului public, întărind parteneriatele public-privat și susținând dezvoltarea sustenabilă a ofertei culturale pentru tineri.

Impact urbanistic

Prin transformarea completă a Parcului Copiilor într-un „oraș al distracției”, s-a reactivat un spațiu verde important din mediul urban. Reconfigurarea temporară a zonelor (scene, plajă urbană, trasee tematice, vaporetto decorat, parcuri de distracții) a demonstrat potențialul de adaptabilitate al spațiilor publice în funcție de nevoile comunității. De asemenea, evenimentul a contribuit la diversificarea modului în care orașul își folosește infrastructura pentru activități educative, culturale și recreative dedicate familiilor.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- crearea și distribuirea materialelor de promovare offline și online
- afișe expuse în spațiile Timpark și alte locații (școli, grădinițe etc.)
- pliant cu program
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presă:
 - o <https://actualitate.net/a/evenimente-de-ziua-copilului-2025-in-romania/>
 - o <https://www.romaniapozitiva.ro/banat-crisana/ciresar-un-weekend-de-poveste-pentru-cei-mici-in-inima-timisoarei-31-mai-1-iunie-parcul-copiiilor/>
 - o <https://expressdebanat.ro/program-pentru-cei-mici-in-parcul-copiiilor-din-timisoara-de-1-iunie/>
 - o <https://www.radioresita.ro/fapt-divers/ciresar-2025-weekend-de-poveste-pentru-copii-in-parcul-copiiilor-din-timisoara/>
 - o <https://www.tion.ro/capitala-culturala/1-iunie-la-timisoara-un-oras-intreg-devine-loc-de-joaca-de-ziua-copilului-2073451/>
 - o <https://www.opiniatimisoarei.ro/unde-ii-ducem-pe-copii-de-1-iunie-in-timisoara-surprizele-pregatite-pentru-cei-mici-de-ziua-lor/30/05/2025/>
 - o <https://timispress.ro/actualitate/locale/ciresar-spectacole-animatori-muzica-de-1-iunie-la-timisoara/>
 - o <https://www.tion.ro/azi-in-timisoara/ce-facem-astazi-1-iunie-2025-in-timisoara-2074615/>

FESTIVALUL INIMILOR

Perioada: 2-6 iulie 2025

Loc de desfășurare: Parcul Rozelor, Piața Unirii, Opera Națională Română Timișoara, Iulius Town, Bastionul Theresia, cartiere (EX-CENTRICA)

Număr participanți: 90.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 1.700.000 lei

Venituri proprii: 136.080 lei

Buget cheltuit: 1.676.194 lei

Descrierea evenimentului

Elemente noi, care justifică viziunea asupra activității instituției: cea de-a XXXIV-a ediție a Festivalului Inimilor a adus mai multe elemente noi: aducerea Festivalului în Piața Unirii, spațiu cu adresabilitate către un public cosmopolit, cu vârste cuprinse cu precădere între 18 și 30 de ani; organizarea a două evenimente de promovare pe Bastionul Theresia, destinate partenerilor, sponsorilor, presei; spectacolul extraordinar al ansamblului din China, pe scena Operei (primul spectacol indoor organizat la Festivalul Inimilor); „inimile-broșă cu cip”, care, atinse cu telefonul, duc pe site-ul Festivalului sau, în restul anului, pe site-ul Casei de Cultură a Municipiului Timișoara.

Pentru câteva zile, Timișoara a fost gazda patrimoniului cultural universal, reafirmându-și identitatea de capitală a culturii și construind punți între trecut și prezent, între comunități, generații și continente.

Eveniment cu o semnificație aparte, Festivalul Inimilor este primul festival internațional organizat în România după Revoluția din 1989 și cel mai important festival de coregrafie folclorică din Europa. Născut din dorința de a promova pacea, prietenia între culturi și redescoperirea valorilor culturale autentice, acesta a devenit, în timp, un simbol al libertății de expresie și al reconectării României la scena internațională a culturii tradiționale.

De-a lungul celor peste trei decenii de existență, Festivalul Inimilor a crescut constant în amploare, prestigiu și relevanță, devenind cel mai important proiect din calendarul Casei de Cultură a Municipiului Timișoara și cel mai iubit eveniment cultural de către publicul timișorean, alături de Târgul de Crăciun.

În 2025, ediția cu numărul 34 a Festivalului Inimilor a adus la Timișoara 35 de ansambluri, din 14 țări, de pe 4 continente, adică aproximativ 1.200 de artiști care au vizitat orașul. Au avut loc, pe parcursul a cinci zile, spectacole în Parcul Rozelor, performance-uri în alte puncte ale orașului (Piața Unirii, cartiere, Bastionul Theresia, Iulius Town), o expoziție senzorială de costume, destinată persoanelor nevăzătoare, precum și spectacolul de dans clasic chinezesc „Frumusețe dincolo de cuvinte”, susținut de Academia de Dans din Beijing, una dintre cele mai prestigioase instituții coregrafice din China. Acesta a reunit momente coregrafice inspirate din mitologia și cultura tradițională chineză, oferind publicului o experiență artistică deosebită, care a îmbinat eleganța mișcării cu simbolurile unei civilizații milenare. Evenimentul a fost organizat cu sprijinul Centrului de Cultură și Civilizație Chineză din București.



MIERCURI, 2 IULIE 2025

Bastion Theresia: Grupul „Zamorra”, Spania; Ansamblul „Slowianki”, Polonia;
Grupul „Beijing Academy”, China

Parada costumelor

Parcul Rozelor: Deschiderea festivalului
(spectacol de gală, cu participarea tuturor grupurilor străine)

Piața Unirii: Performance coregrafic: „Din Bihor, în America Latină”
Ansamblul „Crișana” feat. Fabricio Alma Delgado



JOI, 3 IULIE 2025

Bastion Theresia: Ansamblul „KUD Panče Pešev”, Macedonia de Nord; Grupul „Municipality of Agrinio folk dance”, Grecia; Ansamblul „Compañía Folklorica Danzantes”, Argentina

Parcul Rozelor: Spectacol

Piața Unirii: Grupul „Alma Guarani”, Paraguay; Grupul „Flying Georgians”, Georgia;
Ansamblul „Jurošík”, Slovacia

Opera Națională: „Frumusețe dincolo de cuvinte”, spectacol Academia de Dans Beijing

VINERI, 4 IULIE 2025

Catedrala Mitropolitană: Depunere de coroane la Monumentul Crucificării

Primăria Timișoara: Întâlnirea grupurilor străine cu conducerea Primăriei Timișoara

Parcul Rozelor: Spectacol

Piața Unirii: Ansamblul „Slowianki”, Polonia; Ansamblul „Compañía Folklorica Danzantes”, Argentina; Grupul „Art Association for youths”, Thailanda



SÂMBĂȚĂ, 5 IULIE 2025

Parcul Rozelor:

Piața Unirii:

Iulius Town:

Spectacol

Ansamblul „ORO Niš”, Serbia; Ansamblul „KUD Panče Pešev”, Macedonia de Nord; Grupul „Zamorra”, Spania

Grupul „Flying Georgians”, Georgia și Grupul „KUD Oton Župančič”, Slovenia



DUMINICĂ, 6 IULIE 2025

Parcul Rozelor:

Piața Unirii:

Spectacol de închidere a Festivalului

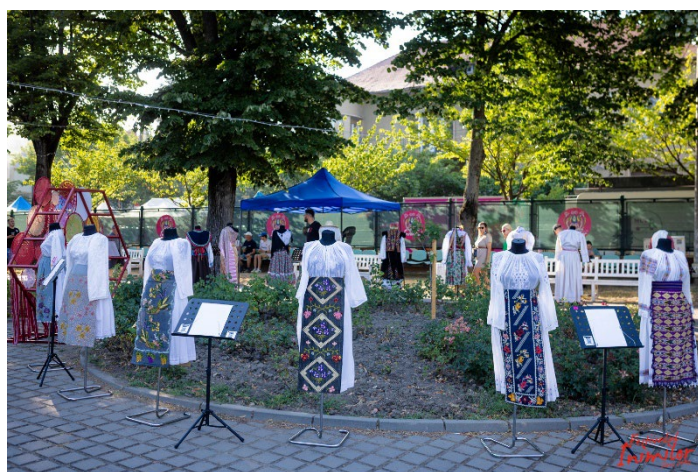
Ansamblul „Kapanski Razgrad”, Bulgaria; Grupul „KUD Oton Župančič”, Slovenia; Grupul „Municipality of Agrinio folk dance”, Grecia



5-6 IULIE 2025 | PARCUL ROZELOR

Expoziție de costume din patrimoniul ansamblurilor participante

Acțiune accesibilizată persoanelor nevăzătoare, prin traducerea explicațiilor în Braille, cu sprijinul Liceului Teoretic Special „Iris”, și însoțită de un atelier tactil, coordonat de Florina Jinga



ALTE ACTIVĂRI

Un element important, în dinamica evenimentului, a fost, în 2025, atenția deosebită acordată esteticii Festivalului, prin decorațiuni adaptate: inimile luminoase amplasate pe Bega, în dreptul Parcului Rozelor, inima colorată din Piața Unirii, decorațiunile luminoase și cu caracter etno din Parcul Rozelor.



Parteneri: Consiliul Județean Timiș, Clear View Media, Iulius Town, Cărturești, Procar Škoda

Parteneri media: TVR Timișoara, Radio România Reșița

Sponsor: Timișoreana

Impact

Festivalul Inimilor a devenit nu doar cel mai important eveniment folcloric din România și din Europa, ci și un vector de dinamică al Banatului de dincoace și de dincolo de Dunăre, fiind generator de conținut pentru alte festivaluri de acest gen, la Vrșac, în Serbia, sau la Băile Herculane.

Nici impactul economic nu este deloc de neglijat. Dincolo de cei mai bine de 1.000 de artiști care ne vizitează orașul în fiecare an și care sunt, pentru câteva zile, și turiști, festivalul atrage mii de vizitatori în regiune, care stimulează industria locală a ospitalității.

Impact cultural

Ediția anului 2025 a Festivalului Inimilor a urmărit promovarea patrimoniului folcloric internațional printr-un program artistic amplu, desfășurat în mai multe locații reprezentative ale Timișoarei.

Evenimentul a reafirmat poziția orașului nostru ca centru internațional al coregrafiei folclorice și al dialogului intercultural. Prin participarea a 35 de ansambluri din Europa, Asia și America Latină și prin programul bogat, divers, patrimoniul cultural imaterial a fost promovat în forme variate: dansuri, costume, muzică și obiceiuri tradiționale. Țări cu tradiții folclorice puternice – Argentina, Thailanda, China, Grecia, Serbia, Polonia sau Georgia – au adus în fața publicului timișorean o paletă largă de expresii culturale, generând un schimb autentic de valori și perspective.

Impact social

Cu un public de aproximativ 90.000 de participanți, Festivalul a fost un spațiu de întâlnire între comunități, generații și culturi. Parada costumelor, spectacolele desfășurate în locații diferite au transformat Timișoara într-o scenă vie, accesibilă tuturor, consolidând coeziunea socială și sentimentul de apartenență la un oraș deschis, tolerant și multicultural. Accesul gratuit, distribuția geografică a locațiilor și includerea expozițiilor accesibilizate pentru persoane nevăzătoare reflectă caracterul profund incluziv al evenimentului.

Impact educativ

Acțiunile diverse care au compus ediția din 2025 a Festivalului Inimilor au contribuit la dezvoltarea respectului față de diversitate și patrimoniu în rândul tinerilor și publicului larg. Evenimentul a facilitat învățarea prin contact direct cu alte culturi, promovând curiozitatea, toleranța și înțelegerea interculturală, într-un cadru informal și atractiv.

Impact urban

Desfășurarea activităților în locații-cheie ale orașului – Parcul Rozelor, Piața Unirii, Bastionul Theresia, Catedrală – a demonstrat potențialul Timișoarei de a susține evenimente culturale de anvergură. Integrarea Iulius Town și a lăcașurilor de cult în program a adus un plus de versatilitate, reflectând o viziune urbană integrativă, în care cultura se extinde natural în toate straturile comunității.

De asemenea, decorațiunile adaptate, ca puncte de atracție „per se”, reflectă impactul urban al evenimentului și încercarea de a-i conferi și componente „instagramabile”, preferate de publicul tânăr.

Mediatizarea proiectului

Pentru promovarea Festivalului Inimilor au fost făcute următoarele demersuri:

- crearea și distribuirea offline și online de materiale de promovare
- afișe expuse în spațiile Timpark
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- broșura comună a instituțiilor culturale
- conferință de presă

Evenimentul a fost mediatizat în presa locală, dar și în cea națională:

- o <https://infotimisoara.ro/festivalul-inimilor-2025-transforma-timisoara-intr-o-scena-globala-a-folclorului-artisti-din-14-tari-spectacole-in-tot-orasul-si-expozitii-pentru-nevazatori/>
- o <https://www.opiniatimisoarei.ro/timisoara-se-umple-de-culoare-la-festivalul-inimilor-5-zile-de-dans-si-voie-buna/22/06/2025>
- o <https://www.ziarultimisoara.ro/cultura/16192-se-apropie-festivalul-inimilor-editia-xxiv-cine-urca-pe-scena>
- o <https://www.radioresita.ro/evenimente/festivalul-inimilor-2025-timisoara-devine-capitala-dansului-folcloric-mondial>
- o <https://expressdebanat.ro/35-de-ansambluri-de-pe-patru-continente-la-festivalul-inimilor-din-timisoara/>
- o https://debanat.ro/2025/06/luna-iulie-e-plina-de-evenimente-la-timisoara-jazzx-si-festivalul-inimilor-cap-de-afis-foto_447338.html
- o <https://www.timnews.ro/timisoara/festivalul-inimilor-si-jazzx-deschid-vara-la-timisoara/2025/06/30/>
- o <https://www.opiniatimisoarei.ro/se-coloreaza-iarasi-timisoara-festivalul-inimilor-aproape-de-start-vor-fi-si-ansambluri-din-thailanda-paraguay-sau-argentina-ora-la-care-porneste-parada-portului-popular/02/07/2025>
- o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/festivalul-inimilor-2024-in-parcul-rozelor-program>
- o <https://www.observatordetimis.ro/2025/07/03/festivalul-inimilor-2025-editia-xxxiv-pentru-cateva-zile-timisoara-devine-gazda-a-patrimoniului-cultural-universal-video/festivalul-inimilor-editia-xxxiv-still065/>
- o <https://expressdebanat.ro/la-timisoara-continua-festivalul-inimilor-decoratiuni-plutitoare-si-artisti-din-intreaga-lume/>
- o <https://www.romaniapozitiva.ro/banat-crisana/festivalul-inimilor-imbratiseaza-timisoara-in-parcul-rozelor-piața-unirii-pe-strazi-in-cartiere-bucuria-culoarea-si-prietenia-cuceresc-orasul/>

ZIUA TIMIȘOAREI | CITY CELEBRATION

Perioada: 1-3 august 2025

Loc de desfășurare: Bd. I.C. Brătianu, Parcul Civic, Parcul Brătianu, Piața Unirii, Canalul Bega

Număr participanți: 25.000 persoane (ziua a 3-a)



DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 1.225.000 lei

(pentru ziua a 3-a)

Venituri proprii: 70.700 lei

Buget cheltuit: 1.026.486 lei

Descrierea evenimentului

***Elemente noi, care justifică viziunea asupra activității instituției:** noutatea celei de-a XXV-a ediții a Zilei Timișoarei este gestionarea în parteneriat a evenimentului, de către Casa de Cultură și Centrul de Proiecte al Municipiului Timișoara. De asemenea, Casa de Cultură a adus, în premieră la Timișoara, un show acvatic spectaculos, care a contribuit la schimbarea completă a paradigmei evenimentului.*

Eveniment organizat de peste 25 de ani de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara, Ziua Timișoarei s-a unit, în acest an, cu City Celebration, acțiune din cadrul programului Timișoara 2023, organizat de Centrul de Proiecte Timișoara, sub numele de Ziua Timișoarei / City Celebration.

În acest context, Casa de Cultură a coordonat programul de la scena principală în cea de-a treia zi de eveniment, dedicată muzicii românești și balcanice. Astfel, ținând cont de faptul că primele două zile au prilejuit întâlnirea publicului cu vedete internaționale precum Mika sau James Bay, pe 3 August, chiar de ziua orașului nostru, au urcat pe scenă Theo Rose, urmată de Ansamblul „Timișul” și soliștii de muzică populară Laura Lavric, Nicolae Furdui Iancu, Andreea Voica și Mariana Ionescu-Căpitănescu. Seara a fost încheiată de legendara trupă Bajaga i Instruktori, extrem de iubită la Timișoara, ceea ce a făcut ca Bd. I.C. Brătianu să fie „luat cu asalt” de mii de oameni.

Casa de Cultură a mai gestionat:

- relația cu comercianții (selecția, contractarea și instalarea celor 33 de comercianți acceptați)
- obținerea avizelor necesare derulării activităților comerciale (cu excepția avizului ISU, obținut de Centrul de Proiecte, pentru întregul eveniment)
- organizarea evenimentelor oficiale din data de 3 August, în Piața Unirii și la monumentul colonelului Virgil Economu
- organizarea ședinței festive a Consiliului local, în parteneriat cu Direcția Relații Comunitare a Primăriei Timișoara



Pe lângă spectacolul de la scenă, Casa de Cultură a avut inițiativa prezentării la Timișoara a show-ului acvatic „Aqua Forte Parade”, al companiei franceze „Iltopie”, cea mai cunoscută din Europa și nume de referință în teatrul de stradă internațional.

Prezentat publicului timișorean pe 2 și 3 august, „Acqua Forte Parade” a transformat Bega într-o scenă uriașă, depășind o poveste fantastică în mișcare, cu personaje gigantice, lumini, foc, fum și muzică, ce păreau desprinse din altă lume. Regizat de Dominique Noël, spectacolul a invitat la visare cu ochii deschiși și la descoperirea magiei care plutește la granița dintre realitate și fantezie.

Parteneri

Centrul de Proiecte Timișoara, Prefectura Timiș, Consiliul Județean Timiș, Administrația Bazinală a Apelor Banat (partenerii enumerați se referă doar la organizarea evenimentelor asumate de Casa de Cultură)





Impact

Formatul actual al evenimentului a prilejuit o participare mai numeroasă, a unor categorii mai variate de public decât în anii precedenți, ținând cont de faptul că cele două instituții organizatoare se adresează publicului larg (CCMT), respectiv publicului tânăr, cu precădere (Centrul de Proiecte).

Impact social și comunitar

În cea de-a treia zi a sărbătorii, Ziua Timișoarei a reușit să adune peste 25.000 de persoane într-un spațiu urban extins, creat special pentru celebrarea unui moment istoric semnificativ. Prezența diverselor categorii de public – de la familii cu copii, la seniori, de la timișoreni, la turiști – a încurajat dialogul între generații, coeziunea socială și apartenența la comunitate, generând un sentiment de mândrie locală.

Impact cultural

Prin diversitatea genurilor artistice prezentate – de la muzică populară și folk, la pop, rock și spectacole acvatice de teatru stradal – evenimentul a acoperit o paletă largă de gusturi și a permis coexistența unor publicuri diferite, în același spațiu cultural. Participarea unor artiști de renume național și internațional (Bajaga, Theo Rose, Ansamblul „Timișul”, soliști celebri de muzică folclorică) a ridicat standardul evenimentului, consolidând statutul Zilei Timișoarei ca reper cultural regional.

Impact economic

Prezența unui public numeros și organizarea zonei comerciale în proximitatea principalelor arii de desfășurare a activităților au dus la o creștere semnificativă a vânzărilor pentru comercianți. Participarea a 33 de operatori economici atent selecționați, diversitatea ofertei din zona de food & drinks și extinderea programului pe durata întregii zile au adus beneficii economice directe pentru actorii locali, dar și indirecte pentru economia orașului (transport, servicii, turism, cazare).

Impact urbanistic și de mobilitate

Închiderea circulației rutiere în zona centrală și extinderea ariei de desfășurare a activităților pe o suprafață mai largă – incluzând Piața Unirii, Parcul Civic, Parcul Brătianu, malul Begăi – au permis reconversia temporară a spațiului urban într-un cadru multifuncțional destinat oamenilor, nu

mașinilor. Acest tip de reconfigurare spațială a demonstrat potențialul orașului de a susține evenimente de mari dimensiuni în regim pietonal, încurajând mobilitatea alternativă și redescoperirea patrimoniului urban în mod activ și participativ.

Impact educațional și simbolic

Comemorarea momentului istoric de la 3 August 1919 și omagierea colonelului Virgil Economu au păstrat vie memoria istorică și au oferit un cadru solemn pentru transmiterea valorilor civice și identitare, permițând publicului larg să se reconecteze la semnificația istorică a orașului.

Impact instituțional și de parteneriat

Colaborarea dintre Casa de Cultură a Municipiului Timișoara și Centrul de Proiecte a demonstrat capacitatea administrației locale de a implementa proiecte culturale complexe printr-o abordare integrată, maximizând vizibilitatea evenimentului la nivel local, regional și național.

Mediatizarea proiectului

Campania de informare și promovare a fost preponderent asumată de Centrul de Proiecte. Pe lângă aceasta, Casa de Cultură a făcut următoarele demersuri de promovare:

- crearea și distribuirea de materiale de promovare, online și offline
- afișe pentru evenimentele gestionate de Casa de Cultură, expuse în locațiile Timpark
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultural
- broșura comună a instituțiilor culturale
- conferință de presă Bajaga
- articole în presă:
 - <https://www.pressalert.ro/2025/06/bajaga-i-instruktori-si-multi-alti-artisti-concerteaza-la-ziua-timisoarei/>
 - <https://www.tion.ro/capitala-culturala/program-pestre-80-de-evenimente-la-ziua-timisoarei-intre-1-si-3-august-2095308/>
 - <https://hotnews.ro/mika-james-bay-si-120-de-evenimente-la-ziua-timisoarei-in-1-3-august-2031198>
 - <https://expressdebanat.ro/spectacol-cu-lumini-foc-si-muzica-pe-canalul-bega/>
 - <https://www.tion.ro/capitala-culturala/program-timisoara-petrece-in-forta-pestre-180-de-evenimente-in-weekendul-aniversar-2112228/>
 - <https://www.opiniatimisoarei.ro/de-ziua-timisoarei-orasul-devine-o-scena-uriasa-aproape-200-de-evenimente-culturale-muzica-arta-film/31/07/2025>
 - <https://stiriletransilvaniei.eu/2025/08/01/in-perioada-1-3-august-2025-timisoara-devine-scena-unuia-dintre-cele-mai-ample-programe-culturale-dedicate-celebrarii-orasului-ziua-timisoarei-timisoara-city-celebration/>
 - <https://www.radioresita.ro/evenimente/ziua-timisoarei-city-celebration-2025>
 - <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/ziua-timisoarei-2025-program>
 - <https://banatmedia.ro/cultura/3-august-ziua-timisoarei-city-celebration-programul-evenimentelor/>
 - <https://www.modernism.ro/2025/08/01/ziua-timisoarei-timisoara-city-celebration-2025-un-oras-197-de-evenimente-trei-zile-de-sarbatoare-urbana-programul-actualizat/>
 - <https://www.g4media.ro/video-zilele-timisoarei-2025-aproape-200-de-evenimente-trei-zile-de-sarbatoare-urbana-james-bay-mika-si-bajaga-capii-de-afis-pe-scena-principala.html>
 - <https://www.sursadevest.ro/nebunie-in-centrul-orasului-zeci-de-mii-de-oameni-s-au-distrat-de-zilele-timisoarei-alaturi-de-mika-si-minelli/>
 - <https://celebrare-timisoara.ro/ro/noutati/spectacol-total-si-record-de-participare-vineri-si-sambata-la-ziua-timisoarei-timisoara-city-celebration/>
 - <https://stiridinromania.ro/zilele-timisoarei-alaturi-de-mika-minelli-si-bajaga-i-instruktori>
 - <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/foto-mika-a-electrizat-atmosfera-sambata-seara-la-ziua-timisoarei-artistul-a-coborat-de-pe-scena-printre-miile-de-spectatori-2113512/>
 - <https://www.tion.ro/capitala-culturala/la-multi-ani-timisoara-se-implinesc-106-ani-de-cand-trupele-romane-conduse-de-colonelul-virgil-economu-au-intrat-in-oras-2113473/>
 - <https://timisul-azi.ro/spectacol-acvatic-impresionant-pe-canalul-bega-in-timisoara/>
 - <https://agerpres.ro/social/2025/08/03/ziua-municipiului-timisoara-cu-evenimente-culturale-muzica-si-spectacole-acvatice--1473292>
 - <https://infotimisoara.ro/pestre-84-600-de-oameni-au-sarbatorit-ziua-timisoarei-2025-trei-zile-de-spectacole-muzica-si-recorduri-de-audienta/>
 - https://www.observatordetimis.ro/2025/08/04/timisoara-a-sarbatorit-in-forta-mika-james-bay-bajaga-si-alte-197-de-evenimente-i-au-unit-pe-timisoreni-intr-un-weekend-de-neuitat/mika-2-august-2025- ziua-timisoarei-timisoara-city-celebration-credit-foto-seba-tataru_-07/
 - <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/foto-ziua-timisoarei-bajaga-i-a-dedicat-o-melodie-lui-adrian-orza-plecat-prea-devreme-dintre-noi-2114010/>

- <https://www.sursadevest.ro/ultimele-acorduri-de-sarbatoare-la-ziua-timisoarei-bajaga-i-instruktori-theo-rose-si-ansamblul-timisul-au-facut-show-absolut/>
- <https://www.pressalert.ro/2025/08/final-de-poveste-cu-recitalul-extraordinar-al-celor-de-la-bajaga-instruktori-la-ziua-timisoarei/>
- <https://www.radioresita.ro/actualitate/ziua-timisoarei-2025-concerte-traditii-si-spectacol-acvatic-pestes-45-000-de-participanti-au-sarbatorit-in-trei-zile-de-evenimente>
- <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/foto-malurile-begai-neincapatoare-pentru-miile-de-oameni-veniti-sa-vada-acqua-forte-parade-2113635/>
- <https://www.pressalert.ro/2025/08/spectacol-acvatic-pe-bega-acqua-forte-parade-la-timisoara-city-celebration-foto/>
- <https://www.radiotimisoara.ro/timp-liber/fapt-divers/aqua-forte-parade-act-final-la-ziua-timisoarei-celebrarea-orasului-361966.html>

RUGA TIMIȘOAREI

Data: 15 septembrie 2025

Loc de desfășurare: Parcul Rozelor

Număr participanți: 5.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 215.900 lei

Venituri proprii: 22.250 lei

Buget cheltuit: 145.706 lei

Descrierea evenimentului

Element nou, care justifică viziunea asupra activității instituției: noutatea celei de-a XXVII-a ediții a Rugii Timișoarei este parteneriatul cu Cramele Recaș, în vederea amenajării unui decor autumnal adaptat și optarea pentru introducerea truck-urilor în Parcul Rozelor, pentru a evita blocarea Str. Alexandru Borza, în timpul instalării și desfășurării evenimentului.

Obicei rural, „importat” în spațiul urban de către membrii comunității cu rădăcini în satul bănățean, „ruga” este una dintre cele mai îndrăgite sărbători locale, dedicată cântecului, jocului și tradițiilor.

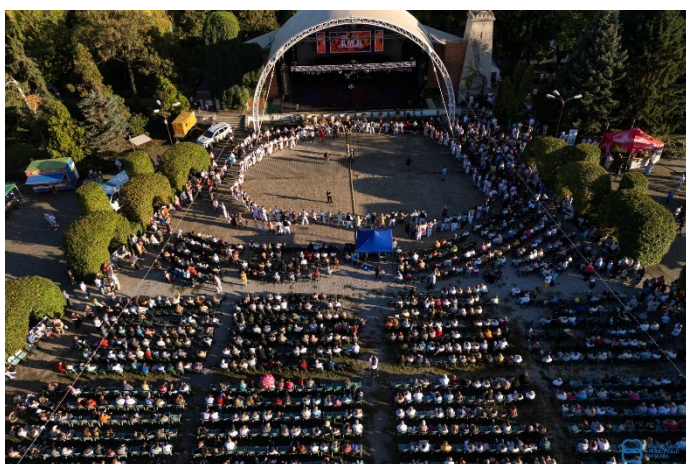
La Timișoara, în fiecare an, de Sfântul Iosif cel Nou de la Partoș, ocrotitorul Banatului, comunitatea se adună cu bucurie, în Parcul Rozelor, la Ruga Timișoarei, prilej de întâlnire între generații, un moment în care valorile spirituale și culturale ale locului se împletesc într-o atmosferă caldă și autentică.

Seara de sărbătoare a fost animată de Ansamblul „Timișul” și Ansamblul „Timișul” Tineret, coordonate de dirijorii Deian Galetin și Nicolae Baniciu, și „puse în mișcare” de coregrafii Maria Topciov, Doina Susan și Ciprian David. Li s-au alăturat, într-un regal folcloric, voci tinere și consacrate ale muzicii bănățene, care au dat glas cântecelor populare românești: Alexandra Acs, Ana-Maria Moldovan, Maria Șaptebani, Petronia Belean, Ana Coțe, Denisa Gavriluț-Pârvoni, Denisa Peia, Iasmina Kronbauer, Bianca Opăriuc, David Crișan, Dorinel Gavriluț-Pârvoni, Petrică Miulescu-Irimică, Dumitru Teleagă, Mihaela Petrovici, Olguța Berbec și Remus Novac, Dumitru Stoicănescu, Vlad Văcaru, Andreea Voica, Liliana Laichici și Carmen Popovici-Dumbravă.

Ruga Timișoarei este diferită de alte astfel de evenimente organizate în Banat, prin autenticitatea repertoriului și selecția extrem de atentă a soliștilor, pentru a evita total pervertirea melodiilor folclorice și denaturarea lor către ritmuri și versuri care nu au legătură cu puritatea folclorului românesc autentic.

Partener: Arhiepiscopia Ortodoxă a Timișoarei

Sponsori: Timișoreana, Procar Škoda



Impact

Ruga Timișoarei este o veritabilă sărbătoare a orașului, consolidând rolul acestei tradiții în viața culturală a comunității. Evenimentul a reunit o pleiadă de artiști și interpreți de muzică populară, care, alături de un public numeros și entuziast, au celebrat identitatea locală, valorile tradiționale și multiculturalitatea specifică zonei Banatului.

Prin calitatea actului artistic, diversitatea programului și participarea largă a publicului, Ruga Timișoarei și-a reafirmat statutul de reper cultural și social în peisajul urban local, oferind un cadru autentic de conectare între generații și comunități.



Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- crearea și distribuirea de materiale de promovare, online și offline
- afișe pentru evenimentele gestionate de Casa de Cultură, expuse în locațiile Timpark

- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presa locală și cea națională:
 - o <https://ampress.ro/ruga-timisoarei-2025-programul-complet-al-evenimentelor-anuntat-ce-nu-trebuie-sa-ratezi/>
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/ruga-timisoarei-2025-in-parcul-rozelor>
 - o https://debanat.ro/2025/09/timisoara-se-pregateste-de-ruga-luni-15-septembrie-ora-1700-in-parcul-rozelor_452382.html
 - o <https://www.timisoarastiri.ro/ruga-timisoarei-2025-program/>
 - o <https://www.radioresita.ro/eventimente/ruga-timisoarei-2025-traditie-credinta-si-spectacol-folcloric-in-parcul-rozelor>
 - o <https://www.pressalert.ro/2025/09/ruga-timisoarei-2025-artisti-de-renume-si-traditii-banatene-de-sfantul-iosif-cel-nou/>
 - o <https://www.tion.ro/capitala-culturala/ruga-timisoarei-aduce-pe-scena-artisti-indragiti-din-banat-si-noua-generatie-2136252/>
 - o <https://ziarultimisoara.ro/cultura/16718-se-apropie-ruga-timisoarei-regal-folcloric-in-parcul-rozelor>
 - o <https://expressdebanat.ro/cantec-joc-si-traditie-ruga-timisoarei-la-o-noua-editie/>



FESTIVALUL MINORITĂȚILOR ETNICE „MULTICULTiM”

Perioada: 19-20 septembrie 2025

Loc de desfășurare: Piața Libertății, Piața Sfântul Gheorghe, Sala Lira

Număr participanți: 30.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 415.000 lei

Venituri proprii: 64.285 lei

Buget cheltuit: 436.853 lei

(diferența de -21.853 lei a fost compensată din economia realizată la Ziua Persoanelor Vârstnice)

Descrierea evenimentului

Elemente noi, care justifică viziunea asupra activității instituției: cea de-a XIII-a ediție a Zilei Minorităților a lansat un nou brand – MulticulTiM – schimbând locul evenimentului (care s-a mutat din Parcul Rozelor, în Piața Libertății), extinzându-i durata – de la o zi, la două – diversificând activările și activitățile conexe (păpușile gigantice Dida și Doda, Sufrageria Multiculti, Tramvaiul Multiculti, conferința destinată migranților, ca minoritate mai recentă). De asemenea, au fost diversificate parteneriatele cu organizații din țară (Partida Romilor).

Timișoara și-a sărbătorit diversitatea culturală la „MulticulTiM”, brand lansat cu acordul și contribuția creativă a reprezentanților minorităților etnice timișorene, care s-au întrunit în repetate rânduri, pe parcursul anului, la Casa de Cultură a Municipiului Timișoara, pentru a defini obiectivele noii „formule”.

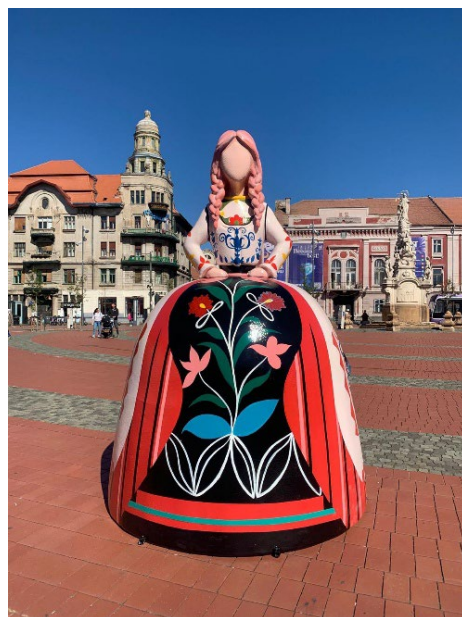
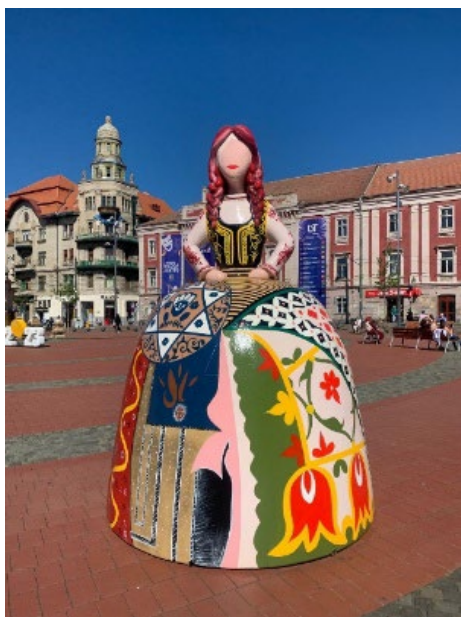
Evenimentul a propus activități pentru toate categoriile de public și i-a avut, ca invitați speciali, pe Alen Islamović, fostul solist Bjelo Dugme, Elena Gheorghe și ansamblul de dansuri armene „Vardavar”. Nume care a marcat generații întregi, Alen Islamović și-a început ascensiunea muzicală în anii '80, ca solist al trupei Divlje Jagode, unde vocea sa puternică și timbrul aparte l-au impus rapid în lumea rockului. Ulterior, a devenit vocea emblematică a formației Bijelo Dugme, alături de care a scris istorie prin concerte grandioase și hituri care răsună și astăzi. În cariera solo, a continuat să îmbine forța rockului cu sensibilitatea balcanică, dând naștere unor piese pline de energie și emoție. Apariția pe scena din Piața Libertății a fost un moment intens, în care publicul a cântat alături de el, într-o atmosferă vibrantă.



Un element nou al ediției din acest an a fost „Sufrageria Multiculti”. Proiect de avangardă culinară, curatoriat de Romana Rista, diplomat culinar, cunoscută și sub numele de „Fata care gătește cu flori”, acesta a implicat prezența, la aceeași masă, a reprezentanților comunităților etnice timișorene, dar și a jurnaliștilor și influencerilor. Atmosfera a fost animată de trupa Meteor Együttes Band. Evenimentul, care a avut loc vineri, 19 septembrie 2025, în Piața Sfântul Gheorghe, a adus laolaltă zestrea culinară a etniilor bănățene – de la francezii alsacieni și bulgarii pavliceni, la comunitatea evreiască, croații carașoveni sau cehii din Munții Banatului, până la slovaci din Lunca Mureșului, șvabii dunăreni, maghiarii colinari și sârbii din pustă – fiecare cu povești și rețete transmise din generație în generație.



Inspirate din păpușile madrilene Las Meninas, Dida și Doda au transformat Piața Libertății într-un loc „instagramabil”, contribuind, astfel, la promovarea virală a evenimentului.



O altă noutate a ediției 2025 a fost organizarea unei acțiuni dedicate migranților, care a avut loc sâmbătă, 20 septembrie 2025, la Sala Lira. „Cum funcționează migrația: mituri și realități” a fost un dialog care i-a avut ca invitați pe sociologul Corina Tulbure, Anatolie Coșciug, profesor universitar și specialist în integrarea migranților și impactul mobilităților asupra comunităților de origine, și Fawzia G. Rehejeh, reprezentantă a lumii arabe, care a adus o perspectivă personală și culturală asupra experienței migrației și a provocărilor identitare.



Corina Tulbure – jurnalist și cercetător cu experiență internațională în domeniul migrației și al drepturilor omului, a urmărit în scrierile și studiile sale modul în care migrația schimbă vieți și comunități, abordând cu sensibilitate și rigoare științifică temele legate de justiție socială și diversitate. **Anatolie Coșciug** – sociolog și specialist în migrație, a analizat fenomenele sociale și economice generate de mobilitatea oamenilor, fiind preocupat de felul în care migrația transformă relațiile dintre indivizi și societăți.

Fawzia G. Rehejeh – fondatoarea Centrului Cultural Arab din Sibiu, activistă și voce a comunităților migrante, a adus o perspectivă personală și autentică asupra experiențelor trăite de cei care își construiesc o nouă viață departe de casă.

Ca extensie a acestui demers, tema migrației a fost dusă și în mediul educațional, prin organizarea, în 22 septembrie 2025, a unor întâlniri dintre Corina Tulbure și elevii de la Colegiul Național Bănățean și Liceul Teoretic „Grigore Moisil”. Discuțiile au avut un pronunțat caracter educativ și interactiv, oferindu-le elevilor ocazia de a aborda subiecte precum miturile și realitățile migrației, diversitatea culturală, identitatea și impactul mobilității asupra societății contemporane, contribuind la dezvoltarea spiritului critic și a empatiei față de comunitățile migrante.



Decorat cu motive etno inspirate din costumele minorităților etnice bănățene, după un concept al scenografului Attila Bajkó, „tramvaiul multiculti” a fost garat, în perioada 19–21 septembrie, pe linia de rezervă din Piața Libertății și a adus, la rândul său, o perspectivă nouă asupra sărbătorii, găzduind lansări de carte, recitaluri de chitară, duduk, poezie, spectacole pentru liceeni ș.a. Succesul „tramvaiului multiculti” a făcut ca acesta să circule pe linia 4 până la finalul anului 2025.



Un moment mult așteptat al celor două zile a fost și parada costumelor, care s-a desfășurat sâmbătă, 20 septembrie 2025, la ora 16:00, pornind din Piața Libertății.



Programul MULTICULTiM din spațiul public a fost următorul:

VINERI, 19 SEPTEMBRIE 2025

PIAȚA SFÂNTUL GHEORGHE

COPII ȘI LUMEA MULTICULTI

„Cine a furat merele de aur?”, teatru de păpuși interactiv (în limbile maghiară și română)

„Hai la joacă cu clovnul Öcsi!”, spectacol-atelier interactiv pentru copii

Ansamblul „Die Lustigen Lenauschüller”, dansuri tradiționale șvăbești

Grupul de țitere „Bokréta”, muzică instrumentală tradițională

SUFRAGERIA MULTICULTI

Concept mix & match de zestre culinară marca „Fata care gătește cu flori”

Invitat: Meteor Együttes Band



PIAȚA LIBERTĂȚII

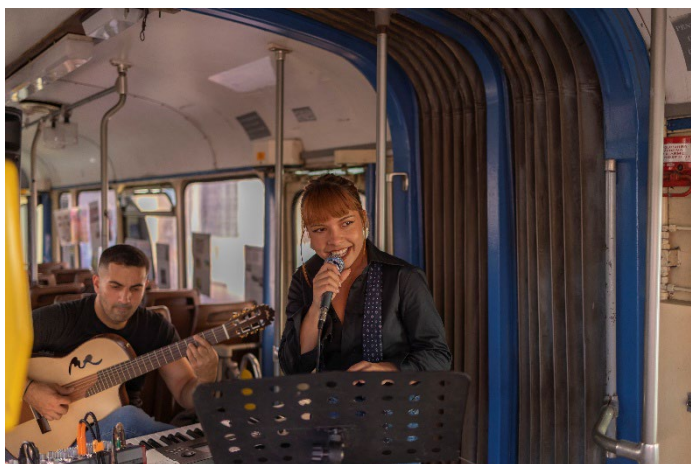
TRAMVAIUL MULTICULTI

Expoziție de ziare ale culturilor minoritare

„Călător printre stele”, spectacol pentru liceeni

„Zestre culinară”, prezentare de carte Romana Rista

Recital de chitară & voce, Alexandru Cena & Maria Busuioc



SCENĂ

Spectacol Ansamblul „Timișul” și Elena Gheorghe & Band
Soliști: Doriana Talpeș, Renate Binkitsch, Pera Todorovici



SÂMBĂTĂ, 20 SEPTEMBRIE 2025 PIAȚA LIBERTĂȚII

TRAMVAIUL MULTICULTI

Lansare de carte, Editura Hasefer. Invitat: Corul Shalom

Recital duduk, Cosmin Bălean

Recital de poezie multiculturală (versuri din literatura etniilor timișorene, în interpretarea actorilor Matei Chioariu, Adrian Jivan, Diana Nițu, Ariana Harșani)

COPIII DESCOPERĂ BANATUL MULTICULTI

Das Märchenland / Lumea poveștilor, atelier de povești în limba germană

Blumentanz / Dansul florilor, atelier de pictat panglici cu motive florale

Flinke Hände / Mâini dibace, atelier de noduri pentru șaluri tradiționale

Ateliere ucrainene: coronițe & acadele

Ateliere creative evreiești & maghiare

Ateliere de confecționat bijuterii și obiecte din alamă – Asociația Meșteșugarilor Romi

PARADA COSTUMELOR TRADIȚIONALE

SCENĂ

Spectacol folcloric cu ansamblurile „Eszterlánc”, „Slavjak”, „Mladost”, Ansamblul cehilor din Timișoara, „Vergissmeinnicht” Buziaș, „Sânziene bănățene” Giarmata, „Lulughi Shukar” și „Vardavar”

Concert Alen Islamović & Band. Intro: Luca Dragu Band

Parteneri: Asociația Meșteșugarilor Romi, Primăria Dudeștii Vechi, Asociația „Dacia Capta”, Uniunea Sârbilor din România, Societatea Makedon-Armână, Asociația Comunitară pentru Banat, Comunitatea Evreilor, Forumul Democrat al Germanilor din Banat, Uniunea Bulgară din Banat, Uniunea Ucrainenilor din România (Filiala Timiș), Asociația Centrul de Resurse pentru Regenerare Urbană, Comunitatea slovacă din Butin, Asociația culturală „Belii Begrem”, Asociația Banat Link, Uniunea

Sponsori: Continental Automotive Romania, Elba Lighting Technology, Mewi

Impact

Festivalul Minorităților Etnice joacă un rol important în promovarea diversității culturale și a dialogului intercultural. Prin evidențierea tradițiilor fiecărei comunități etnice, festivalul contribuie la consolidarea respectului reciproc, la păstrarea identității culturale și la întărirea coeziunii sociale. Este o oportunitate valoroasă de a educa publicul, de a anima viața culturală locală și de a construi legături durabile între cetățenii orașului, indiferent de etnie sau origine.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- crearea și distribuirea de materiale de promovare, online și offline
- afișe pentru evenimentele gestionate de Casa de Cultură, expuse în locațiile Timpark
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presa locală și cea națională:
 - o <https://focustim.ro/multicultim-festivalul-minoritatilor-etnice-19-20-septembrie-2025-ora-1100-piata-libertatii-piata-sfantul-gheorghe/>
 - o <https://zilesinopti.ro/evenimente/multicultim-festivalul-minoritatilor-etnice/>
 - o <https://www.casadeculturatim.ro/eveniment/multicultim-festivalul-minoritatilor-etnice/>
 - o <https://www.radioresita.ro/evenimente/multicultim-2025-festivalul-minoritatilor-etnice-din-timisoara-aduce-muzica-dans-si-gastronomie-multiculturala>
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/multicultim-festivalul-minoritatilor-etnice-la-timisoara-program>
 - o <https://orasul-timisoara.ro/local-34355/>
 - o <https://degustam.ro/festivalul-minoritatilor-multicultim-2025-revine-in-timisoara/>
 - o <https://timisplus.ro/multicultim-2025-aduce-diversitatea-culturala-in-centrul-timisoarei-concerte-gastronomie-si-parada-costumelor/>
 - o <https://www.articulat.ro/2025/09/18/festivalul-etniilor-multicultim-minoritati/>
 - o <https://bestoftimisoara.ro/multicultim-festivalul-minoritatilor-etnice-in-pietele-libertatii-si-sfantul-gheorghe/>

VREI SĂ NE-NTÂLNIM SÂMBĂTĂ SEARĂ?

Ziua persoanelor vârstnice

Data: 27 septembrie 2025

Loc de desfășurare: Parcul Rozelor

Număr participanți: 2.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 130.000 lei

Venituri proprii: 1.770 lei

Buget cheltuit: 90.524 lei

Descrierea evenimentului

Elemente noi, care justifică viziunea asupra activității instituției: evenimentul „Vrei să ne-ntâlnim sâmbătă seară?”, organizat de Casa de Cultură a Municipiului Timișoara în parteneriat cu Direcția de Asistență Socială, a schimbat complet paradigma acțiunilor organizate anterior de Ziua persoanelor vârstnice.

Dacă, până în acest an, această sărbătoare era marcată prin performance-uri ale Ansamblului „Timișul” în centrele de seniori, în 2025 s-a reușit organizarea unui eveniment amplu, care a implicat crearea unui cadru de întâlnire și conectare între generații, promovarea implicării active a persoanelor vârstnice și valorizarea patrimoniului imaterial interbelic românesc.

Concertul de muzică interbelică românească „Vrei să ne-ntâlnim sâmbătă seară?” a readus în prim-plan piese cunoscute din repertoriul marilor compozitori români Vasile Vasilache, Ionel Fernic, Nicușor Constantinescu, Gherase Dendrino ș.a.

Evenimentul, care a avut loc sâmbătă, 27 septembrie 2025, a prilejuit prezența, pe scena din Parcul Rozelor, a doi artiști de excepție, ale căror voci au rămas întipărite în memoria celor prezenți: Irina Sârbu, interpretă de jazz, cu un timbru cald și rafinat, capabilă să redea cu delicatețe emoția șlagărelor de odinioară, și Mihai Bisericanu, actor al Teatrului Bulandra din București, care a completat atmosfera cu sensibilitate și forță interpretativă, invitând publicul să re trăiască farmecul perioadei interbelice, cu eleganța și atmosfera ei distinctă.



Concertul a fost însoțit de ateliere de tricatat, croșetat, quilling și mici reparații de haine, desen și pictură, confectionarea de flori și alte ornamente din hârtie, precum și mesaje scrise sau desenate pentru bunici. Au fost organizate jocuri și activități de altădată: păpuși din porumb, cârpe, ațe sau bețe, mingi din cârpe, coronițe împletite din flori, moară din carton cu pionii din porumb și fasole, X și 0 sau domino realizat manual. De asemenea, au fost incluse monitorizarea glicemiei, a tensiunii arteriale și a greutății, consiliere pentru sănătate, terapie prin mișcare și muzică, dar și o expoziție cu obiecte tradiționale din casa bunicilor – macrameuri, carpete și alte lucruri lucrate cu mîgălă.



„Tinerii” de peste 60 de ani au beneficiat de intrare liberă, în baza unei invitații ridicate de la secretariatul Casei de Cultură, iar cei mai tineri au putut achiziționa bilete de pe www.bilete.ro.

Partener: Direcția de Asistență Socială a Municipiului Timișoara

Impact

Acest eveniment a creat un spațiu de întâlnire și conectare intergenerațională, aducând împreună seniori, familii și tineri în cadrul unor activități comune. A oferit persoanelor vârstnice un context de recunoaștere, valorizare și implicare activă în viața comunității. Activitățile de consiliere pentru sănătate au contribuit la promovarea unui stil de viață sănătos și la creșterea gradului de conștientizare asupra importanței îngrijirii personale. Accesul gratuit a încurajat participarea largă, reducând barierele economice.

A fost readus în atenția publicului patrimoniul muzical românesc, din care fac parte compozitori importanți, precum Vasile Vasilache, Ionel Fernic sau Gherase Dendrino.

Atmosfera inspirată din perioada interbelică a contribuit la reactivarea memoriei culturale și la oferirea unei experiențe artistice autentice și emoționante.

Prezența artiștilor Irina Sârbu și Mihai Bisericanu a ridicat calitatea artistică a evenimentului, generând apreciere și vizibilitate culturală.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- crearea și distribuirea materialelor de promovare offline și online, prin postări zilnice
- afișe expuse în spațiile Timpark
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presa locală:
 - <https://expressdebanat.ro/vrei-sa-ne-ntalnim-sambata-seara-concert-inedit-la-timisoara-de-ziua-persoanelor-varstnice>
 - <https://www.casadeculturatm.ro/eveniment/vrei-sa-ne-intalnim-sambata-seara-ziua-persoanelor-varstnice>
 - <https://www.banatnews.ro/vrei-sa-ne-ntalnim-sambata-seara-spectacol-dedicat-seniorilor-timisoarei-in-parcul-rozelor>
 - https://ghidulbanatului.ro/vrei-sa-ne-ntalnim-sambata-seara-muzica-altor-vremuri-in-parcul-rozelor_29918

TÂRGUL DE CRĂCIUN

Perioada: 30 noiembrie 2025-7 ianuarie 2026
Loc de desfășurare: Piața Victoriei, Piața Libertății, Piața Unirii, Piața Sfântul Gheorghe
Număr participanți: 1.750.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 1.910.560 lei

Venituri proprii: 1.312.005 lei

Buget cheltuit: 1.857.857 lei

Descrierea evenimentului

Elemente noi, care justifică viziunea asupra activității instituției:

Ediția din 2025 a Târgului de Crăciun din Timișoara a adus o serie de noutăți semnificative, menite să diversifice experiența publicului și să crească atractivitatea evenimentului. Un element deosebit l-a reprezentat bradul-carusel amplasat în Piața Libertății, o instalație spectaculoasă, care a devenit un punct de atracție pentru vizitatori. O altă premieră a fost spectacolul pe gheață „Harry on Ice”, prezentat pe patinoar de o trupă ucraineană recunoscută internațional, care a adus în program o producție de mare impact vizual, adresată întregii familii.

Tot ca noutate, în cadrul acestei ediții, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara a elaborat și implementat două regulamente noi, menite să susțină participarea și diversitatea artistică. Primul a vizat artiștii voluntari, care s-au putut înscrie pentru a susține recitaluri gratuite pe scena Târgului de Crăciun, oferind astfel o platformă deschisă de exprimare artistică. Cel de-al doilea regulament a fost dedicat Căsuței Creative, un concept care a permis înscrierea artizanilor care nu pot participa pe întreaga durată a Târgului, fie din cauza volumului limitat de produse, fie pentru că activitatea lor presupune producție continuă. Această măsură a sprijinit micii creatori locali și a contribuit la diversificarea ofertei artisanale.

Ajuns la cea de-a XVIII-a ediție, Târgul de Crăciun din Timișoara și-a deschis porțile în 30 noiembrie, marcând debutul sezonului sărbătorilor de iarnă în oraș. Pe parcursul a cinci săptămâni, între 30 noiembrie 2025 și 7 ianuarie 2026, Târgul de Crăciun a animat principalele piețe ale orașului – Piața Victoriei, Piața Libertății, Piața Sfântul Gheorghe și Piața Unirii – oferind publicului o experiență completă de sărbătoare. Vizitatorii au avut la dispoziție roata panoramică, patinoarul, trei carusele și trenulețul lui Moș Crăciun, care a purtat copii, părinți și bunici prin spațiile decorate festiv.

Pe scena din Piața Victoriei, pe toată durata Târgului, au avut loc, seară de seară, colinde, spectacole și momente artistice pregătite special pentru această ediție, susținute de artiști locali și invitați. Programul artistic detaliat a fost pus la dispoziția publicului prin intermediul QR codurilor amplasate pe căsuțe și la scenă, precum și în ediția de final de an a ziarului „Lira”, disponibilă în cadrul Târgului.





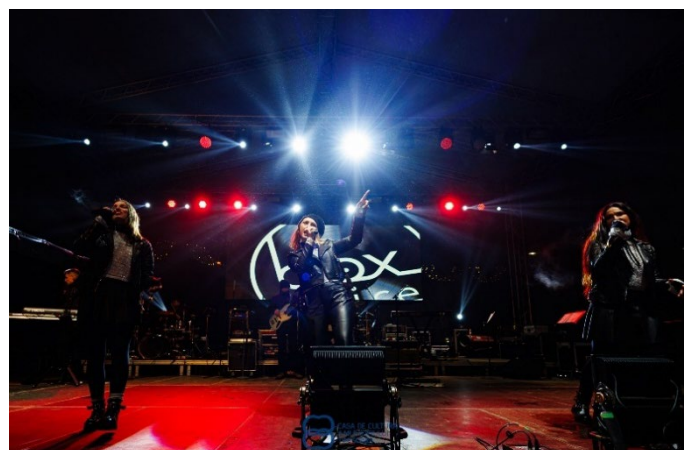
Vezi program detaliat aici:

https://www.canva.com/design/DAG5JG6SIsc/aMpzAeX9idZ_X6SgdTf2dQ/view?utm_content=DAG5JG6SIsc&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlId=hfaa3559080



MOMENTE-CHEIE

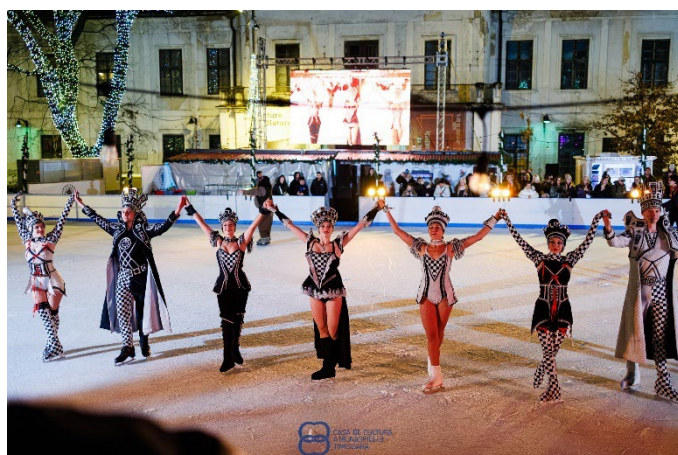
Târgul de Crăciun 2025 a început de Sfântul Andrei, cu deschiderea oficială, pe ritmurile Muzicii Militare a Brigăzii 18 ISR „Decebal”, moment urmat, la ora 18:00, de aprinderea bradului și a iluminatului festiv, care a dat startul programului artistic de Crăciun. Publicul s-a bucurat de un intro muzical susținut de trupa timișoreană Box Office și de concertul Ștefan Bănică Jr. & Band, apreciat pentru energia și eleganța sa muzicală.



Un alt moment important a avut loc în 6 decembrie, când publicul s-a bucurat de concertul Alexandrei Ungureanu, un recital cald și sensibil, care a făcut din seara de Moș Nicolae un moment festiv.



În 7 decembrie, Piața Libertății a devenit un spațiu de poveste, prin spectacolul „Harry on Ice”, susținut de Circus on Ice Savieliev Grand. Recunoscută internațional, trupa a transformat patinoarul într-un univers magic inspirat din lumea Harry Potter, îmbinând patinajul artistic cu acrobații și momente teatrale spectaculoase.



Atmosfera de sărbătoare a continuat în 12 decembrie, cu concertul de colinde susținut de Narcisa Suciu & Band, un moment emoționant, care a potențat liniștea și bucuria specifică acestei perioade.



În 13 decembrie, scena Târgului a găzduit concertul Moonlight Breakfast & Orchestra, un eveniment aparte, care a adus în program o combinație elegantă între sonorități moderne și orchestrale, oferind publicului o experiență muzicală rafinată și diferită de concertele tradiționale de sezon.



Un moment cu puternică încărcătură identitară a avut loc în 14 decembrie, prin spectacolul susținut de Ansamblul „Timișul” Tineret și Ansamblul „Timișul” & corala „Contrast”, care au prezentat un program dedicat tradițiilor românești, punând în valoare portul, cântecul și dansul popular, alături de momente corale specifice perioadei sărbătorilor.



În 18 decembrie, Târgul de Crăciun a sărbătorit Ziua Minorităților Naționale și diversitatea culturală a Timișoarei, prin cântece și dansuri din folclorul minorităților orașului: germani, maghiari, bulgari, ucraineni, cehi, sârbi, romi ș.a.



Un moment așteptat, în special de cei mici, a avut loc în 21 decembrie, când a fost prezentat spectacolul „Spărgătorul de nuci”, urmat de sosirea lui Moș Crăciun, care a venit cu daruri pentru toți copiii aflați în piață, transformând ziua într-unul dintre cele mai îndrăgite momente ale Târgului de Crăciun.



DECORAȚIUNI ȘI INSTALAȚII FESTIVE

În perioada sărbătorilor de iarnă din 2025, Timișoara a fost împodobită cu noi instalații luminoase, care au completat și îmbogățit decorurile existente din anii anteriori. Casa de Cultură a Municipiului Timișoara a achiziționat instalații și decorațiuni noi: un ursuleț luminos instalat în Piața Libertății, perdele de led, globuri și fulgi, pentru crearea unei atmosfere festive unitare și atractive în mai multe zone ale orașului.

Piața Victoriei



Piața Libertății



Piața Sfântul Gheorghe



Piața Unirii



Piața Traian

Piața Traian a fost inclusă în atmosfera festivă a sărbătorilor de iarnă, decorațiunile luminoase punând în valoare spațiul urban. De asemenea, pe una din clădirile din piață au fost realizate proiecții cu tematică hibernală, contribuind la extinderea decorului festiv și la crearea unei atmosfere vizuale unitare. Cheltuielile aferente amenajării Pieței Traian au fost suportate din programul EX-CENTRICA (vezi p. 113).



Partenerii și sponsorii au contribuit parțial la extinderea decorului festiv, conform dispozițiilor primite din partea Municipality. Astfel, Lidl a amplasat Căsuța lui Moș Crăciun, un spațiu dedicat copiilor, unde au fost organizate ateliere creative, iar Timișoreana a amplasat o instalație luminoasă în Parcul Central.



GASTRONOMIE

Componenta gastronomică a Târgului de Crăciun Timișoara a avut un rol important în atractivitatea evenimentului, reunind numeroși comercianți și producători din domeniul alimentar. Vizitatorii s-au bucurat de o ofertă variată de mâncare cu specific tradițional, gătită la fața locului și apreciată de publicul local și de turiști.



Parteneri: Visit Timișoara, asociațiile aferente trupelor de muzică și dans care au performat gratuit pe scena Târgului de Crăciun

Sponsori: Lidl, Timișoreana, Continental Electronic Solutions

Partener media: TVR Timișoara

Impact

Târgul de Crăciun Timișoara 2025 a avut un impact major asupra vieții culturale și comunitare a orașului, consolidându-și rolul de eveniment emblematic al sezonului de iarnă și atrăgând un număr semnificativ de turiști. Noutățile acestui an – bradul-carusel din Piața Libertății, spectacolul pe gheață „Harry on Ice”, noile formate de participare pentru artiști voluntari și artizani – au crescut atractivitatea și diversitatea evenimentului. Programul artistic constant, extinderea decorului festiv în mai multe zone ale orașului și implicarea partenerilor au contribuit la revitalizarea spațiului public, susținerea creativității locale și consolidarea coeziunii sociale.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- postări zilnice pe paginile de Facebook și Instagram, CCMT și Târgul de Crăciun
- landing page-ul Târgului de Crăciun: <https://www.casadeculturatm.ro/targul-de-craciun-din-timisoara-2025/>
- crearea și distribuirea de materiale de promovare online și offline
- expunerea evenimentului pe cuburile din oraș (6 ale CCMT și 4 ale Visit Timișoara)
- afișe expuse în spațiile Timpark și alte locații
- coduri QR cu programul, amplasate pe căsuțe

- apariții la radio și televiziune
- colaborări cu influenceri: Foodisiak, Best of Timișoara, Presspectiva, BoredinTM, E fain la Timișoara ș.a.
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- broșura comună a instituțiilor culturale
- articole în presa locală și națională:
 - o <https://www.ziuaadevest.ro/targul-de-craciun-din-timisoara-isi-deschide-portile-pe-30-noiembrie-2025-programul-oficial-al-magiei-de-sarbatori/>
 - o <https://stirileprotv.ro/stiri/travel/mai-multi-turisti-din-serbia-si-ungaria-vin-pentru-zi-in-romania-atrasi-de-targurile-de-craciun-din-timisoara-si-brasov.html>
 - o <https://www.eximtur.ro/blog/7-targuri-de-craciun-din-romania-pe-care-sa-le-vizitezi-in-2024>
 - o <https://www.pressalert.ro/2025/12/ravihazard-pregateste-un-concert-special-cu-trei-voci-feminine-la-targul-de-craciun-din-timisoara/>
 - o <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/evenimente/cele-mai-frumoase-targuri-de-craciun-din-romania-in-2025-orasele-unde-sunt-amenajate-piete-festive>
3512203?_grsc=cookiesIsUndef0&_grts=58900291&_grua=89db729cfcdc129111f017b0e7ac324a&_grn=1
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/targul-de-craciun-2025-de-la-timisoara-program>
 - o <https://stiriletransilvaniei.eu/2025/11/10/timisoara-aduce-magia-sarbatorilor-cu-un-brad-carusel-unic-la-targul-de-craciun-2025/>
 - o <https://www.observatordetimis.ro/2025/11/30/targul-de-craciun-de-la-timisoara-si-a-deschis-portile/>
 - o <https://infotimisoara.ro/targul-de-craciun-din-timisoara-incepe-pe-30-noiembrie-lumini-aprinse-concerte-mari-si-magie-in-tot-orasul/>
 - o <https://orasul-timisoara.ro/local-35576/>
 - o https://www.roevent.org/evenimente/eveniment/targul-de-craciun-2025-timisoara-data-deschidere-program-cu-concerte-colinde-si-sosirea-lui-mos-craciun/#google_vignette
 - o https://renasterea.ro/targul-de-craciun-de-la-timisoara-se-deschide-duminica-30-noiembrie-programul-complet/#google_vignette
 - o <https://orasul-timisoara.ro/local-35412/>
 - o <https://www.radioresita.ro/evenimente/targul-de-craciun-timisoara-2025-se-deschide-pe-30-noiembrie-cu-stefan-banica-jr-si-un-spectacol-magic-de-lumini>
 - o <https://www.opiniatimisoarei.ro/momentul-deschiderii-targului-de-craciun-de-la-timisoara-programul-complet/30/11/2025>
 - o <https://infotimisoara.ro/targul-de-craciun-din-timisoara-promovat-in-patru-tari-orasul-mizeaza-pe-un-nou-val-de-turisti-in-2025/>
 - o <https://www.romaniapozitiva.ro/cultura/ajuns-la-cea-de-a-xviii-a-editie-targul-de-craciun-din-timisoara-isi-deschide-portile-duminica-30-noiembrie-2025/>
 - o <https://agerpres.ro/social/2025/11/10/timis-pregatiri-pentru-targul-de-craciun-noutatea-acestui-an-va-fi-bradul-carusel--1501411>
 - o <https://www.timisoreni.ro/despre/targul-de-craciun-in-piata-victoriei/>
 - o <https://expressdebanat.ro/concerte-colinde-si-surprize-pe-patinoar-in-prima-saptamana-a-targului-de-craciun-din-timisoara/>
 - o <https://timisplus.ro/deschidem-magia-iernii-hai-la-targul-de-craciun-timisoara-2025-editia-a-xviii-a/>
 - o <https://www.radiovacanta.ro/stiri/targul-de-craciun-timisoara-2025-se-deschide-pe-30-noiembrie-68687.html>
 - o https://ghidulbanatului.ro/stefan-banica-deschide-targul-de-craciun-de-la-timisoara_31077.html
 - o <https://buletindetimisoara.ro/timisoara-targul-de-craciun-se-deschide-pe-30-noiembrie-stefan-banica-junior-promite-un-spectacol-inedit-pe-scena-din-piata-victoriei/>
 - o <https://www.libertatea.ro/stiri/targul-de-craciun-timisoara-2025-principalele-atractii-ale-evenimentului-5506554>
 - o <https://www.radiovacanta.ro/evenimente/timisoara-universul-lui-harry-potter-prinde-viata-pe-gheata-69771.html>
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/timp-liber/divertisment/harry-potter-on-ice-spectacol-de-acrobatie-pe-gheata-in-premiera-la-targul-de-craciun-369920.html>
 - o <https://www.tion.ro/capitala-culturala/harry-potter-pe-patine-spectacol-extraordinar-la-targul-de-craciun-din-timisoara-2189569/>
 - o <https://bestoftimisoara.ro/universul-lui-harry-potter-prinde-viata-pe-gheata-in-piata-libertatii-un-spectacol-fermecator-adus-la-timisoara-de-circus-on-ice-savieliev-grand/>
 - o https://stiridetimisoara.ro/un-spectacol-inspirat-din-universul-harry-potter-va-avea-loc-duminica-7-decembrie-in-piata-libertatii-din-timisoara-trupa-circus-on-ice-savieliev-grand-va-transforma-patinoarul-intr-un-show-de-lumi_77427.html#google_vignette
 - o <https://www.observatordetimis.ro/2025/12/03/universul-lui-harry-potter-prinde-viata-pe-gheata-in-piata-libertatii/>
 - o Universul lui Harry Potter prinde viață pe gheață, în Piața Libertății – Circus on Ice Savieliev Grand aduce magia la Timișoara » Radio România Reșița

ZIUA NAȚIONALĂ A ROMÂNIEI

Data: 1 Decembrie 2025

Loc de desfășurare: Piața Victoriei

Număr participanți: 12.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 400.000 lei

Venituri proprii: 0 lei

Buget cheltuit: 255.282 lei

Descrierea evenimentului

Elemente noi, care justifică viziunea asupra activității instituției: „Un prânz pentru pace”, acțiune comună, a instituțiilor publice timișorene (Prefectura Timiș, Consiliul Județean Timiș și Primăria Timișoara, prin Casa de Cultură a Municipiului), în parteneriat cu Arhiepiscopia Ortodoxă a Timișoarei și Asociația HORETIM. De asemenea, în cadrul spectacolului din seara de 1 Decembrie, a fost realizată o asociere artistică între trupa Zdob și Zhub și orchestra Ansamblului „Timișul”, ceea ce a contribuit la o mai bună cunoaștere a Ansamblului într-o arie culturală diferită de cea folclorică și la încheierea de parteneriate ulterioare.

De 1 Decembrie, timișorenii au fost invitați să trăiască spiritul românesc într-o seară specială desfășurată în Piața Victoriei, care, începând cu ora 18:00, a adus pe aceeași scenă Ansamblul „Timișul” și trupa Zdob și Zhub. Evenimentul a fost completat de retragerea cu torțe, a cărei trecere prin Piața Victoriei a contribuit la atmosfera solemnă și festivă a Zilei Naționale.

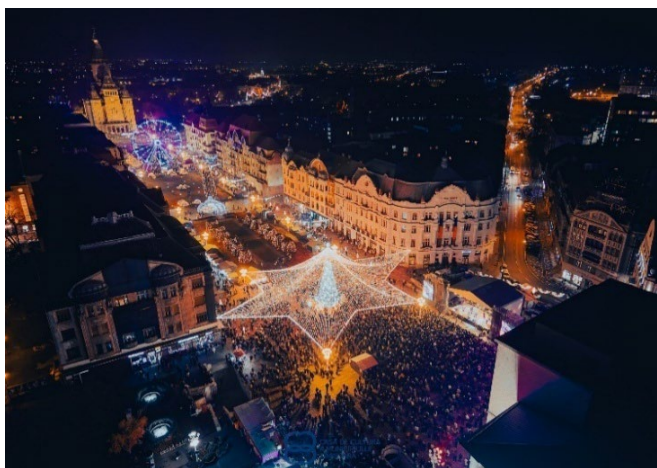


Apreciată pentru modul în care îmbină tradițiile moldovenești cu rockul modern, trupa Zdob și Zhub a susținut un concert energic, care a înșuflețit publicul prezent. Creată în 1994, trupa s-a remarcat prin prezențe constante pe marile scene europene, reprezentând Republica Moldova de trei ori la Eurovision și concertând alături de artiști internaționali: Red Hot Chili Peppers, Emir Kusturica & No Smoking Orchestra, Rollins Band, Rage Against The Machine, Soulfly sau Garbage.



Înființat în 1968, Ansamblul „Timișul” al Casei de Cultură a Municipiului Timișoara a devenit, de-a lungul timpului, una dintre poveștile de succes ale Banatului. Recunoscut pe plan național și internațional, ansamblul deține un palmares bogat de premii și distincții, promovând tradițiile și obiceiurile bănățene cu profesionalism, emoție și eleganță.

Ansamblul „Timișul” a prezentat un tablou coregrafic al tuturor zonelor României, alături de soliști îndrăgiți, precum Andreea Voica, Oana și Raluca Stanca, Ghiță Călțun Brancu și Dumitru Stoicănescu, oferind publicului un spectacol reprezentativ pentru sărbătoarea națională.



UN PRÂNZ PENTRU PACE

Data: 1 Decembrie 2025

Loc de desfășurare: Piața Victoriei

Număr participanți: 2.000 persoane

Acțiune comună, a instituțiilor publice timișorene (Prefectura Timiș, Consiliul Județean Timiș și Primăria Timișoara, prin Casa de Cultură a Municipiului), în parteneriat cu Arhiepiscopia Ortodoxă a Timișoarei și Asociația HORETIM, „Un prânz pentru pace” a apropiat reprezentanții instituțiilor de comunitate, într-un moment autentic de comuniune, intensificată și de prezența antropologului Camelia Burghel și a scriitorului Borco Ilin.



Parteneri: Asociația HORETIM, Prefectura Județului Timiș, Consiliul Județean Timiș, Comenduirea Garnizoanei Timișoara, Arhiepiscopia Ortodoxă a Timișoarei, Instituția Prefectului Județul Timiș, Brigada 18 Cercetare Supraveghere „Decebal”

Partener media: TVR Timișoara

Impact

Evenimentul organizat de Ziua Națională a României a avut un impact comunitar și simbolic, reunind un public numeros într-un cadru festiv, care a pus în valoare identitatea națională și sentimentul de apartenență. Îmbinarea tradiției cu forme contemporane de expresie artistică, prin prezența Ansamblului „Timișul” și a trupei Zdob și Zdub, a creat o experiență accesibilă și relevantă pentru toate categoriile de public.

La nivel cultural și artistic, evenimentul a consolidat rolul Casei de Cultură a Municipiului Timișoara ca promotor al patrimoniului imaterial românesc, punând în dialog folclorul autentic cu muzica modernă. Retragerea cu torțe a adăugat o dimensiune ceremonială și emoțională programului, iar tabloul coregrafic prezentat de Ansamblul „Timișul” a contribuit la transmiterea valorilor culturale către noile generații, întărind legătura dintre tradiție, memorie și spațiul public contemporan.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- campanie de promovare online – postări informative dedicate, foto/video
- comunicate de presă
- afișe
- radio și televiziune
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- cuburile promo din oraș
- broșura comună a instituțiilor
- articole în presa locală:
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/administratie-politica/administratie-public/sarbatoare-de-ziua-nationala-la-timisoara-zdob-si-zdub-si-ansamblul-timisul-in-piata-victoriei-369942.html>
 - o <https://www.ziuainvest.ro/timisoara-marcheaza-ziua-nationala-a-romaniei-cu-un-spectacol-festiv-in-piata-victoriei/>
 - o <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/timisoara-sarbatoarele-ziua-nationala-in-piata-victoriei-zdob-si-zdub-si-andreea-voica-urca-pe-scena-2182420/>
 - o <https://www.radiovacanta.ro/evenimente/timisoara-sarbatoarele-ziua-nationala-cu-zdob-si-zdub-si-ansamblul-timisul-69235.html>
 - o <https://www.sursadevest.ro/foto-video-ziua-nationala-a-romaniei-marcata-la-timisoara-parada-militara-din-centrul-orasului-a-atras-mii-de-spectatori/>
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/timp-liber/fapt-divers/timisoara-sarbatoarele-ziua-nationala-cu-zdob-si-zdub-si-ansamblul-timisul-in-piata-victoriei-369103.html>
 - o <https://buletindetimisoara.ro/timisoara-zdob-si-zdub-si-andreea-voica-canta-in-piata-victoriei-de-ziua-nationala-a-romaniei-evenimentul-este-programat-de-la-ora-18-00/>
 - o <https://www.opiniatimisoarei.ro/parada-militara-retragere-cu-torte-si-concert-de-ziua-nationala-a-romaniei-la-timisoara-intreg-programul-de-1-decembrie/26/11/2025>
 - o https://debanat.ro/2025/11/ziua-nationala-a-romaniei-va-fi-sarbatorita-la-timisoara-cu-o-serie-de-actiuni-si-ceremoniale_457755.html

MANIFESTĂRI DEDICATE REVOLUȚIEI DIN DECEMBRIE 1989

Perioada: 15-20 martie și 1-21 decembrie 2025

Loc de desfășurare: zona centrală a orașului, Iulius Town, Cinema Studio

Număr participanți: 17.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 450.000 lei

Buget cheltuit: 447.545 lei

Venituri proprii: 0 lei

Descrierea evenimentului

Elemente noi, care justifică viziunea asupra activității instituției: pentru prima dată, în istoricul instituției, au fost marcați nu doar cei 36 de ani trecuți de la Revoluția din Decembrie, ci și cei 35 de la Proclamația de la Timișoara, prima Constituție a României libere. De asemenea, inovatoare este și reinterpretarea inedită a expoziției „35”, prezentată la Garnizoană în 2024, în inima consumerismului contemporan, la Iulius Town.

Sâmbătă, 15 martie 2025, la Cinema Studio, am marcat împreună 35 de ani de la Proclamația de la Timișoara, un moment de reflecție asupra valorilor democratice și a impactului acestui document fundamental asupra societății românești contemporane.

Evenimentul a reunit invitați de seamă – personalități din diverse arii culturale: jurnaliștii Florin Negruțiu și Ioana Ene Dogiu, scriitorul și filozoful Horia-Roman Patapievici, istoricul Thierry Wolton, Vasile Bănescu, membru al Consiliului Național al Audiovizualului, scriitoarea Sabina Fati. Dezbaterile au fost moderate de Brândușa Armanca, oferind publicului un prilej de analiză profundă asupra moștenirii Proclamației și a relevanței sale astăzi.



În decembrie 2025, la 36 de ani de la declanșarea Revoluției Române din Decembrie 1989, memoria eroilor martiri a fost onorată printr-un demers colectiv de aducere aminte și reflecție.

În acest context, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara, împreună cu asociațiile de revoluționari, organizații culturale și educaționale, a derulat manifestări comemorative dedicate evenimentelor din Decembrie 1989, cu scopul de a păstra vie memoria momentelor decisive, de a onora sacrificiul eroilor și de a transmite către generațiile tinere semnificația profundă a libertății câștigate cu prețul vieții.

Programul a inclus evenimente culturale, educaționale, artistice și religioase, momente de reculegere, expoziții, lansări de carte, ceremonii comemorative și concerte, menite să aducă împreună întreaga comunitate în jurul memoriei Revoluției.

Vezi program detaliat aici:

https://www.canva.com/design/DAG7lTgxH2k/e1x83nnGfscW4sXP3qFGzQ/view?utm_content=DAG7lTgxH2k&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=uniquelinks&utlId=hd0826a9cd2

Între acestea, în activitatea instituției noastre un rol important îl dețin zilele de 16 decembrie, când ne aducem aminte de începutul Revoluției printr-un concert rock, sincronizat, an de an, cu partenerii noștri de la Druckeria, și 20 decembrie – ziua în care Revoluția s-a mutat din stradă, în balconul Operei, iar Timișoara a fost declarată primul oraș liber de comunism.

După ce, prin HCL nr. 179/25.05.2010, data de 20 decembrie a fost declarată „zi de importanță locală”, ea a devenit și ziua în care, pe scena din Piața Victoriei, se organizează „Rock for Revolution”, concert rock dedicat Revoluției și libertății.

În 2025, concertul, desfășurat sâmbătă, 20 decembrie, a adus la Timișoara trupele Vița de Vie și Sarmalele Reci, precedate de formația timișoreană Sonatic.

Trupa Sonatic face parte din „noul val” al rockului alternativ timișorean, propunând un sound modern, cu influențe indie și post-grunge, susținut de mesaje autentice și multă energie scenică. Prezența lor pe scena „Rock for Revolution” a simbolizat legătura dintre generația care a trăit Revoluția și cea care duce mai departe spiritul libertății prin muzică. Din trupă fac parte Bogdan Racz, Mihai Berdeiu, Radu Racz și Sorin Ghiniță.

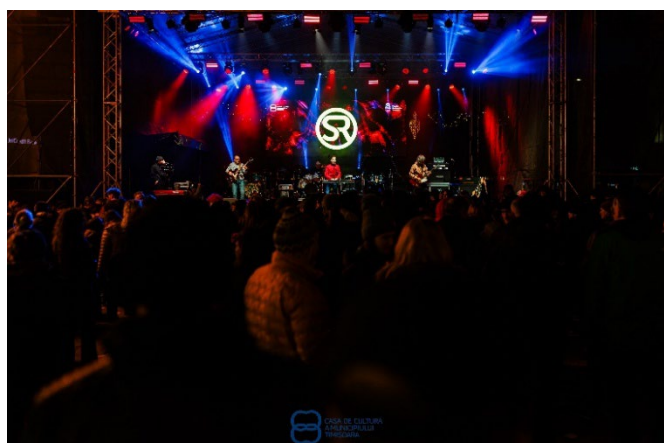


Vița de Vie, una dintre cele mai longevive și respectate trupe din România, a oferit un concert puternic, într-un stil ce îmbină rockul alternativ cu influențele moderne. Trupa, condusă de Adrian Despot, a adus în fața publicului piese reprezentative, precum „Basul și cu toba mare” și „Sunetul mai tare”, transmițând un mesaj de libertate și curaj.

Componența trupei: Adrian Despot, Cezar Popescu, Adrian Ciuplea, Sorin Tănase și Mihai Ardelean



Formație emblematică a anilor '90, cunoscută pentru ironia fină a textelor și pentru combinația originală de rock, jazz și blues, Sarmalele Reci a completat seara cu o apariție scenică transformată în manifest artistic. Piesele „Țara te vrea prost” și „Violeta” au adus în prim-plan umorul și luciditatea, ca forme de reflecție și rezistență, fiind cântate la unison de publicul numeros, prezent la concert. Componența trupei: Zoltán András, Emil Viciu, Radu Râmniceanu și Bogdan Bereucă



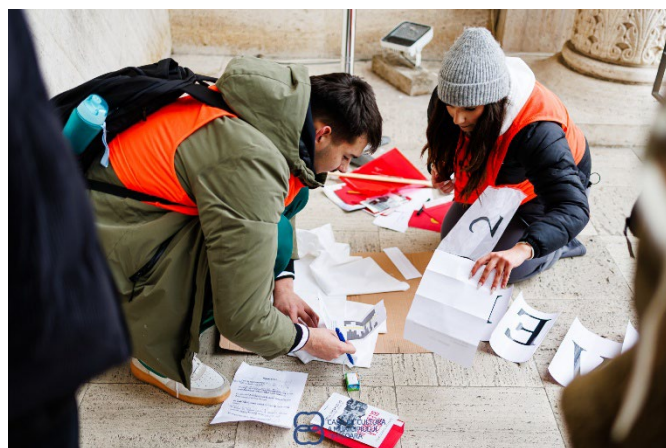


CIRCUIT 89

Concurs „treasures hunt” despre Revoluția din Decembrie 1989

Pentru a apropia tinerii de istoria recentă și de semnificația Revoluției din Decembrie 1989, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara a organizat a doua ediție a concursului Circuit 89, dedicat elevilor de liceu. Competiția a reunit 12 echipe din licee timișorene, care au parcurs contra cronometru un traseu cu misiuni în punctele-cheie ale Revoluției: Piața Maria, Catedrala Mitropolitană, Consiliul Județean Timiș, Piața Unirii, Piața Libertății, Facultatea de Muzică și Teatru, Primăria Municipiului Timișoara și Palatul Culturii.

Concursul s-a desfășurat sub forma unui parcurs interactiv cu probe istorice, civice și creative, îmbinând documentarea, jocul de echipă și reflecția asupra valorilor libertății. Participanții au avut de rezolvat misiuni variate: identificarea unor repere istorice, rezolvarea de ecuații și ghicitori, interacțiuni cu comercianți și trecători, deplasări cu mijloacele de transport în comun, momente performative (coregrafie, reconstituiri fotografice), probe de memorie legate de lozinci, eroi ai Revoluției și Imnul Revoluției, precum și activități simbolice dedicate solidarității și sacrificiului (dăruirea pâinii, realizarea unei cruci din candelă, confecționarea unei pancarte cu mesaj civic).



Punctul de plecare a fost Sala Lira, unde concurenții au primit kitul de start și au participat la o prezentare introductivă despre Revoluția din 1989, realizată de Visit Timișoara, prin ghidul turistic Ludovic Satmari. Finalul competiției a avut loc în Piața Victoriei, în balconul Operei Naționale Române din Timișoara. Premiarea câștigătorilor a fost organizată pe scena Târgului de Crăciun.



Câștigătorii ediției Circuit 89 – 2025

Premiul I: Colegiul Economic „F.S. Nitti”

Profesor coordonator: Stoi Sebastian

Elevi: Bratiș Denisa-Cristina, Onișor Iulia-Cristina

Premiul II: Colegiul Național „C.D. Loga”

Profesor coordonator: Carabet Dorin

Elevi: Tatu Raul-Gabriel, Ban Bianca Cristiana



Premiul III: Liceul Tehnologic Energetic „Regele Ferdinand I”

Profesor coordonator: Covercă Georgiana

Elevi: Bârlădianu Dragoș, Păuleț Andrada

Mențiuni: Colegiul Tehnic „Emanuil Ungureanu”

Profesor coordonator: Arjoca Raluca-Andreea

Elevi: Gavril Denisa-Elena, Amza Cristina-Andreea



Prin caracterul său dinamic, interdisciplinar și profund ancorat în istoria orașului, concursul Circuit 89 este un instrument eficient de educație civică și memorie colectivă, oferindu-le tinerilor o experiență directă de înțelegere a valorilor pentru care Timișoara este simbol al libertății.

35+1. EVADAREA DIN EPOCA DE AUR

În perioada 1-21 decembrie 2025, Casa de Cultură a Municipiului Timișoara, în parteneriat cu Societatea Timișoara și Iulius Town, a prezentat la Iulius Town proiectul „35+1. Evadare din Epoca de Aur”. Acesta a constat în amenajarea unui spațiu conceput ca o experiență culturală inedită în inima consumerismului contemporan și intitulat „Epoca de Aur’s Shop”, funcționând ca o poartă simbolică către perioada de dinainte de Decembrie ’89 și invitând publicul la o reflecție asupra fricii, tăcerii impuse și lipsei libertății, în contrast cu prezentul.

În acest cadru au fost expuse fotografii realizate în zilele Revoluției, la Timișoara, de Cătălin Regea, prezentate într-un amplu context vizual creat de artistul Adrian Florin Pop, care a amplificat tensiunea dintre memoria Revoluției și atmosfera cotidianului comunist cu ajutorul unor obiecte reprezentative ale epocii (bibelouri și televizoare vechi pe care au rulat colaje cu emisiuni TV din perioada comunistă). Nu a lipsit nici simularea unui magazin de tip „Alimentara”, cu rafturi goale, cârlige fără mărfuri și câteva produse specifice anilor ’80: pufuleți, Eugenia, ciocolata ROM etc.



Accesibil publicului larg, spațiul a găzduit și câteva evenimente adaptate:

Deschiderea „Epoca de Aur’s Shop” a avut loc la 1 Decembrie 2025, printr-un happening care a inclus momente performative, menite să sugereze tranziția de la comunism, la democrație, într-un cadru accesibil publicului larg, la Iulius Town.



În 11 decembrie 2025, Epoca de Aur's Shop a găzduit o întâlnire cu Cătălin Ranco Pițu, fost șef al parchetelor militare și autor al volumului „Ruperea blestemului” (Editura Litera, 2024). Discuția a oferit publicului o perspectivă documentată asupra mecanismelor juridice și politice care au marcat perioada imediat următoare Revoluției din Decembrie 1989, contribuind la clarificarea unor aspecte esențiale ale istoriei recente.



Pe 16 și 17 decembrie 2025 a fost prezentat spectacolul „Vis de libertate”, în regia Mirelei Puia, cu participarea actorilor Matei Chioariu, Diana Nițu, Ariana Harșani și Adrian Jivan. Reprezentațiile s-au adresat cu precădere publicului tânăr, format din liceeni timișoreni, facilitând înțelegerea evenimentelor din Decembrie 1989 cu ajutorul limbajului teatral.



Ultimul eveniment desfășurat la „Epoca de Aur's Shop”, care a avut loc vineri, 19 decembrie, a fost o întâlnire cu Robert Șerban, scriitor și om de televiziune, și a propus un dialog deschis despre memorie, libertate și rolul culturii în înțelegerea trecutului recent, completând dimensiunea reflexivă a proiectului și oferind publicului o perspectivă literară și personală asupra Revoluției.



Parteneri

Fundația Națională a Revoluției din Decembrie 1989, Asociația A.L.T.A.R. 1989, Asociația „17 Decembrie, a Răniților și Familiilor Îndoliate în Revoluția din Decembrie 1989”, Asociația „Memorialul Revoluției 16-22 Decembrie 1989”, Frontul Democratic Român, Asociația Revoluționară „Frăție, Egalitate, Colaborare, Cooperare”, Asociația „Victoria”, a Luptătorilor în Revoluția din Timișoara, Forumul Revoluției din Decembrie 1989, Asociația „Revoluția 1989 Timișoara”, Asociația pentru Recunoașterea Meritului Revoluționarilor, Asociația „16 Decembrie 1989”, Asociația Luptătorilor din Revoluția Anticomunistă, Asociația 16-22 decembrie 1989, Asociația Laurii Victoriei Revoluției din Decembrie 1989, Iulius Town Timișoara, Societatea Timișoara, Baraka Artist

Parteneri media: TVR Timișoara și Radio Timișoara

Impact

Manifestările organizate în martie și decembrie 2025 au avut un impact cultural, educațional și comunitar major, transformând rememorarea Revoluției din Decembrie 1989 și a Proclamației de la Timișoara într-un demers coerent, participativ și multidimensional. Prin diversitatea formatelor – expoziții, spectacole, concerte, întâlniri publice, concursuri educaționale – programul a reușit să aducă împreună instituții, organizații civice, artiști, elevi, cadre didactice și public de toate vârstele, reafirmând rolul Timișoarei ca oraș al libertății și menținând vie memoria Revoluției ca valoare activă, capabilă să genereze dialog, solidaritate și coeziune socială în prezent.

Concursul Circuit 89, spectacolele pentru liceeni și întâlnirile cu istorici, autori și martori ai Revoluției au facilitat o transmitere directă și vie a istoriei recente către tineri.

Proiectul „35+1. Evadare din Epoca de Aur” și concertul „Rock for Revolution” au demonstrat capacitatea artei de a funcționa ca instrument de conștientizare, punând în dialog trecutul traumatic cu forme de expresie contemporane. Integrarea acestora în spații neconvenționale, precum centre comerciale sau piața publică, a extins semnificativ audiența și a crescut accesibilitatea mesajului.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- campanie de promovare online – postări informative, foto/video
- comunicate de presă
- afișe
- apariții la radio și televiziune
- Ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- cuburile din oraș (6 ale CCMT)
- broșura comună a instituțiilor
- articole în presa locală și națională:
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/evenimente-dedicate-comemorarii-revolutiei-de-la-timisoara-program> Radio România Timișoara
 - o <https://ziuadevest.ro/36-de-ani-de-la-revolutia-din-decembrie-1989-programul-manifestarilor-aniversare-si-comemorative-la-timisoara/>
 - o <https://www.observatordetimis.ro/2025/12/20/concert-rock-for-revolution-la-timisoara/> Observator de Timis
 - o <https://www.opiniatimisoarei.ro/concert-sonatic-vita-de-vie-si-sarmalele-eci-rock-for-revolution-in-ziua-in-care-timisoara-devenea-primul-oras-liber-de-comunism-din-romania/18/12/2025>
 - o <https://www.tion.ro/stirile-judetului-timis/liceenii-din-timisoara-in-cautarea-memoriei-revolutiei-incepe-concursul-circuit-89-2183494/> Tion
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/timp-liber/divertisment/circuit-89-liceenii-din-timisoara-pornesc-pe-urmele-revolutiei-din-1989-intr-un-treasure-hunt-cu-premii-369313.html> Radio România Timișoara
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/social/ultimele-zile-de-inscriere-la-circuit-89-liceenii-din-timisoara-pornesc-pe-urmele-revolutiei-din-1989-369923.html> Radio România Timișoara
 - o <https://tvrinfo.ro/circuit-89-liceenii-din-timisoara-pe-urmele-revolutiei-din-1989/>
 - o <https://www.radioresita.ro/cultura/351-evadare-din-epoca-de-aur-la-timisoara> Radio România Reșița
 - o <https://ziarultimisoara.ro/actualitate/17361-35-1-evadare-din-epoca-de-aur-la-iulius-town> ziarultimisoara.ro
 - o <https://www.romaniapozitiva.ro/banat-crisana/351-evadare-din-epoca-de-aur/>

REVELION 2026

Data: 31 decembrie 2025
Loc de desfășurare: Piața Victoriei
Număr participanți: 17.000 persoane

DATE FINANCIARE ȘI ACTIVITĂȚI PROIECT

Buget estimat (venituri proprii + subvenții): 500.000 lei

Buget cheltuit: 586.357 lei

Venituri proprii: 0 lei

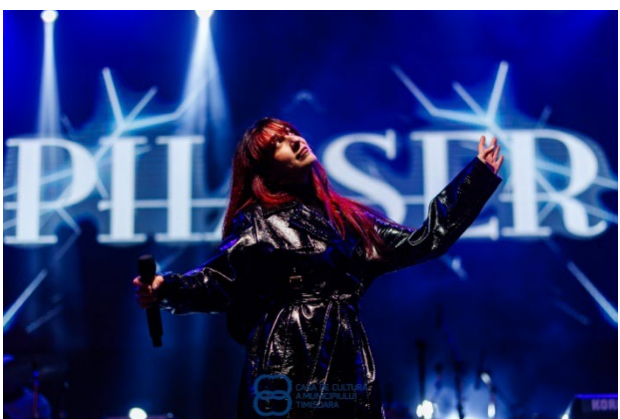
(diferența de -86.357 lei a fost compensată din economia realizată la Ziua României)

Descrierea evenimentului

Elemente noi, care justifică viziunea asupra activității instituției: Timișoara a fost singurul oraș din România care a sărbătorit Revelionul cu invitați internaționali.

Revelionul din Piața Victoriei a propus o seară specială, dedicată întâmpinării noului an prin muzică live, într-un program conceput pentru un public numeros și divers. Evenimentul a reunit artiști din România și din străinătate.

Seara a debutat cu DJ Sean Norvis și formația timișoreană PHASER, care au încălzit atmosfera, și a continuat cu recitalul susținut de Ruslana Stepanivna Lijiciko, artistă ucraineană de renume internațional, câștigătoare a Concursului Muzical Eurovision 2004 și deținătoare a titlului de Artist Național al Ucrainei. Muzica sa, o fuziune energetică de pop-rock-dance și elemente inspirate din folclorul carpatic, a adus pe scenă un mesaj puternic și expresiv.





După focul de artificii de la miezul nopții, atmosfera festivă a fost amplificată de Lupii lui Calancea, formație din Republica Moldova, condusă de basistul și compozitorul Alex Calancea, care a propus un sound distinctiv, îmbinând folclorul autentic românesc cu influențe de rock, trap și ritmuri tribale.

La încheierea programului trupei moldovene, DJ-ul și producătorul timișorean Sean Norvis a continuat să anime seara pentru publicul tânăr rămas să sărbătorească în centru trecerea dintre ani. Recunoscut pentru stilul său versatil și pentru dezvoltarea curentului „Electro Popular”, care îmbină muzica electronică modernă cu elemente din folclorul românesc, Sean Norvis a revenit pe scenă alături de MC Steliano, EvveE și Simona Rusu, completând seara cu momente dinamice și intervenții live adaptate.

Impact

Revelionul a avut un impact cultural și comunitar, reunind un public numeros într-un spațiu simbolic al orașului și transformând noaptea dintre ani într-un moment de celebrare colectivă. Diversitatea artistică a programului – de la muzică live și fuziuni folclorice contemporane, până la muzică electronică – a permis aprofundarea sentimentului de apartenență și coeziune a comunității.

La nivel artistic și de imagine, Revelionul a pus în valoare atât scena muzicală locală, cât și artiști internaționali de renume, consolidând vizibilitatea Timișoarei ca oraș capabil să producă și să găzduiască evenimente culturale de anvergură. Integrarea after party-ului și a conceptului „Electro Popular” a demonstrat caracterul inovator al conținuturilor și deschiderea către forme contemporane de expresie, contribuind la atragerea unui public tânăr și la diversificarea ofertei culturale urbane.

Mediatizarea proiectului

Evenimentul a fost mediatizat prin:

- campanie de promovare online – postări dedicate, foto/video
- comunicate de presă
- afișe
- apariții la radio și televiziune
- ziarul „Lira” și newsletterul Casei de Cultură
- cuburile din oraș (6 ale CCMT, 5 ale Visit Timișoara)
- broșura comună a instituțiilor
- articole în presa locală:
 - o <https://www.radiotimisoara.ro/agenda-evenimente/revelion-2026-in-piata-victoriei-din-timisoara-cu-ruslana-si-lupii-lui-calancea>
 - o <https://www.observatordetimis.ro/2025/12/22/revelion-2026-la-timisoara-ruslana-si-lupii-lui-calancea-urca-pe-scena-din-piata-victoriei/>
 - o Revelion 2025–2026 la Timișoara: Ruslana, Lupii lui Calancea și transport public după miezul nopții
 - o Ruslana și Lupii lui Calancea cântă la Revelion 2026, la Timișoara - TimisPress.ro
 - o VIDEO Revelion 2026 în centrul Timișoarei. Ucraineanca Ruslana și Lupii lui Calancea din Republica Moldova, capi de afiș - Ghidul Banatului
 - o Ruslana și Lupii lui Calancea, spectacol de Revelion în centrul Timișoarei
 - o De Revelion, timișorenii le vor cânta ucraineanca Ruslana Stepanivna Lijiciko, câștigătoarea Eurovision, și moldovenii Lupii lui Calancea
 - o Revelion 2026 la Timișoara: Phaser, Ruslana, Lupii lui Calancea și Sean Norvis în Piața Victoriei » Radio România Reșița
 - o VIDEO. Revelion cu mii de persoane în centrul Timișoarei. Numeroși sârbi petrec noaptea dintre ani aici - Tion
 - o Un oraș, zeci de evenimente: Revelion 2026 la Timișoara, harta petrecerilor - Best of Timisoara

F.
PREVIZIONAREA EVOLUȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE A
INSTITUȚIEI, CU O ESTIMARE A RESURSELOR
FINANCIARE CE AR TREBUI ALOCATE DE CĂTRE
AUTORITATE ȘI A VENITURILOR
CE POT FI ATRASE DIN ALTE SURSE

1.

Proiectul de venituri și cheltuieli pentru următoarea perioadă de raportare

BUGET ESTIMATIV REPARAȚII 2026 CHELTUIELI (SUME NECESARE PROPUSE)

Suma estimată pentru reparații este de **565.000 lei**, fiind necesară pentru următoarele lucrări:

Nr. crt.	Denumire obiect	Valoare (lei)
1	Reparații corp curte interioară Sala Lira, cu înlocuire geamuri	200.000
2	Reparații tavan Sala Lira	110.000
3	Reparații pereți Galeria Rotonda, casa scării și alte spații interioare	35.000
4	Reparații intrare instituție (inclusiv scări și acces persoane cu dizabilități)	30.000
5	Reparații hale Lipovei și Olimpia	60.000
6	Reparații Parcul Rozelor (backstage și acces lateral)	50.000
7	Reparații cabine Parcul Rozelor (parțial)	25.000
8	Reparații spațiu tehnic Parcul Rozelor	25.000
9	Reparații studio Lira (spațiu administrat)	30.000
	TOTAL	565.000

ARGUMENTAREA NECESITĂȚII

Reparații fațadă Sala Lira (curte interioară, Bd. 16 Decembrie 1989), cu înlocuire geamuri

Obținerea autorizării ISU implică, în primul rând, spargerea unei ieșiri de urgență în Sala Lira, spre curtea interioară de pe Bd. 16 Decembrie 1989, ceea ce atrage după sine necesitatea efectuării unor reparații ulterioare, pe interior și pe exterior. În acest context, luând în considerare și starea avansată de degradare a peretelui din curtea interioară a Sălii Lira, se impun reparații ale acestuia pe toată suprafața. Acestea nu sunt incluse în proiectul de refacere a fațadei exterioare a imobilului, coordonat de Asociația de Proprietari, prin urmare revin Casei de Cultură. Reparațiile pentru care se solicită alocatii bugetare includ și înlocuirea ferestrelor, neconforme, din punctul de vedere al Direcției pentru Cultură și Patrimoniu, precum și montarea de jaluzele exterioare, necesare pentru crearea de întuneric (heblu), la spectacolele instituției.

Reparații tavan Sala Lira (conform recomandării ISU, în vederea obținerii autorizației)

O altă condiție de acordare a autorizației ISU este desfacerea completă a tavanului din Sala Lira, în vederea înlocuirii materialelor inflamabile (stuf, paie etc.) și a securizării antifoc a spațiului. Suma solicitată include și eventuale reparații ale parchetului, în caz de deteriorare, pe parcursul înlocuirii tavanului.

Reparații pereți Galeria Rotonda, casa scării și alte spații interioare

Având în vedere traficul intens din Galeria Rotonda, care servește și ca „sală de așteptare” pentru părinții care își așteaptă copiii la cursurile de dans ale Ansamblului „Timișul”, sunt necesare anual reparații ale pereților, înnegriți de scaunele pe care publicul le lipește, adesea, de pereți. De asemenea, deși sunt folosite simeze, pereții se degradează și la montarea expozițiilor.

Reparații intrare instituție (inclusiv scări și acces persoane cu dizabilități)

În anul 2023 a fost montată o rampă de acces pentru persoanele cu dizabilități. Având în vedere gradul de înclinare a accesului în clădire, este indispensabilă montarea unei balustrade și adaptarea rampei existente. Se impune și reabilitarea intrării în instituție (trepte și acces).

Reparații hale Lipovei și Olimpia

Casa de Cultură este cel mai important organizator de evenimente din spațiul public al orașului. Târgurile de Crăciun și de Paște, Revelionul, concertele de Ziua României, Ziua Timișoarei etc. implică instalarea de căsuțe și/sau de decorațiuni voluminoase, care trebuie depozitate în condiții decente, pentru a prelungi durata lor de viață. Instituția dispune de o hală în zona periurbană a Timișoarei și de spații de depozitare închiriate la Pasmatex, în anul 2025, însă acestea nu sunt suficiente, fiind necesare și alte spații în oraș, pentru lucruri folosite cu recurență: pavilioane, mese, bănci etc. În prezent, Casa de

Cultură utilizează două foste puncte termice, în zona Lipovei și zona Olimpia, care necesită lucrări urgente de reparații, pentru a evita degradarea obiectelor stocate în interior.

Reparații Parcul Rozelor (backstage și acces lateral)

Fiind un loc adăpostit și retras, Parcul Rozelor este un spațiu foarte căutat de către persoanele fără domiciliu. Aflându-ne, în repetate rânduri, în situația de a le evacua și, implicit, de a curăța spațiile ocupate de aceștia, considerăm necesară securizarea accesului lateral la scenă.

De asemenea, este nevoie de amenajarea unui spațiu tehnic, pentru depozitare și pentru regia tehnică, pe parcursul spectacolelor.

Reparații apartament administrat (Str. General Berthelot)

În 2024 și 2025 au fost făcute reparații importante la spațiul din Str. General Berthelot, transformat în studio de podcast, după preluarea lui de la sculptorul amator Nicolae Popovici. Pentru ca spațiul să poată fi valorificat prin închiriere, este nevoie de finalizarea reparațiilor, în 2026.

BUGET ESTIMATIV UNIFORME ȘI COSTUME 2026

Suma propusă, de **587.600 lei**, este necesară pentru achiziționarea următoarelor bunuri:

Nr. crt.	Denumire produs	UM	Cantitate	Preț cu TVA	Valoarea cu TVA
1	Echipamente personal tehnic	buc.	4	1.000	4.000
2	Opinci băieți	perechi	20	300	6.000
3	Opinci fete	perechi	20	300	6.000
4	Cizme băieți	perechi	40	400	16.000
5	Pantofi fete	perechi	40	300	12.000
6	Laibăre fete, tineret	buc.	24	350	8.400
7	Laibăre băieți, tineret	buc.	20	500	10.000
8	Pălării căluș, băieți	buc.	12	500	6.000
9	Cămăși orchestră	buc.	30	500	15.000
10	Costume ungurești (12 perechi)	buc.	24	6.000	144.000
11	Costume nemțești (12 perechi)	buc.	24	6.000	144.000
12	Costume Banat, tineret (24 perechi)	buc.	48	4.400	211.200
13	Căciuli băieți	buc.	20	250	5.000
	TOTAL				587.600

Proiect „far” al Casei de Cultură din 1968, Ansamblul „Timișul” este invitat pe scenele locale, naționale și internaționale, atât cu dansuri din Banat, cât și cu cele din folclorul celorlalte zone etnografice românești sau al minorităților etnice bănățene.

Pentru că, din punct de vedere financiar, confecționarea de costume noi din toate zonele etnografice nu ar fi fost realistă dintr-o dată, am demarat în 2024, cu costume din zona Făgărașului, și am continuat în 2025, cu: 28 ținute civile (Ambasadă) fete; 12 perechi costume sârbești; 12 cămăși Bihor, băieți; 6 costume Oaș, băieți; 2 costume Oaș, fete; 12 albituri (poale și ii) Banat, fete; 12 albituri (pantaloni și cămăși) Banat, băieți.

Este important ca acest demers să continue în 2026, când ne propunem să acordăm atenție încălțăminteii, costumelor nemțești și ungurești și celor destinate echipei de tineret a Ansamblului.

De asemenea, este imperativă confecționarea unui set de cămăși de schimb pentru orchestră, absolut necesare, mai cu seamă în cadrul evenimentelor care durează mai multe zile și care implică prezența orchestrei de mai multe ori.

BUGET ESTIMATIV OBIECTE INVENTAR 2026

Suma propusă, de **454.400 lei**, este necesară pentru achiziționarea următoarelor bunuri:

Nr. crt.	Denumire produs	UM	Cantitate	Preț cu TVA	Valoare cu TVA
1	Scaune Parcul Rozelor (*6 scaune)	Baterii	300	1.428	428.400
2	Ciocan rotopercutor	buc.	1	2.000	3.000
3	Fierăstrău pendular	buc.	1	1.500	2.500
4	Mașină de găurit	buc.	2	1.200	2.400
5	Acumulatori	buc.	4	800	3.200
6	Umerașe	buc.	500	6	3.000
7	Suflantă	buc.	1	2.500	2.500
8	Trolere	buc.	30	300	9.000
	TOTAL				454.000

BUGET ESTIMATIV INVESTIȚII 2026

Având în vedere referatele de necesitate privind cuprinderea în Programul de Dezvoltare 2026, solicităm aprobarea următoarelor obiective de investiții, în valoare de **1.020.000 lei**:

Nr. crt.	Denumirea obiectivului	Valoare cu TVA
1	Decorațiuni Târguri	479.100
2	Căsuțe Târguri, 10 buc.	500.000
3	Calculator, 3 buc.	14.700
4	Licențe, 3 buc.	1.200
5	Program digitalizare înscrieri Târguri	25.000
	TOTAL	1.020.000

ARGUMENTAREA NECESITĂȚII

Decorațiunile, luminoase sau de tip butaforie, sunt o parte esențială a sărbătorilor, indiferent de sezon. În ultimii trei ani, Casa de Cultură și-a asumat creșterea în notorietate și bun gust a Târgurilor de Crăciun și de Paște, dar mai ales a Târgului de Crăciun, care este cel mai așteptat eveniment al anului, atât de către timișoreni, cât și de turiști. Pentru a rentabiliza achizițiile în materie de decorațiuni făcute în perioada 2022-2025, precum și pentru utilizarea responsabilă a alocațiilor bugetare și obținerea unui efect estetic satisfăcător, fără investiții mari, în această perioadă, acestea au fost amplasate în piețe diferite (cu titlu de exemplu: decorul polar din 2023 a fost mutat, în 2025, din Piața Sfântul Gheorghe, în Piața Unirii; castelul luminos a fost amplasat, de la an, la an, în Piața Unirii, Piața Libertății și Piața Sfântul Gheorghe) sau au fost reinterpretate, în funcție de eveniment/anotimp (cu titlu de exemplu: castelul luminos utilizat la Târgul de Crăciun, în 2024, a fost decorat cu fluturi colorați și utilizat la Târgul de Paște, în 2025).

În acest context, având în vedere că decorațiunile actuale sunt uzate moral, dar nu și fizic, propunem amplasarea lor, în viitor, în cartiere, și investirea în decoruri noi, pentru zona centrală a orașului.

Căsuțe târguri

Căsuțele utilizate în prezent la Târgul de Crăciun și la Târgul de Paște sunt confecționate în perioada 2016-2018. Pentru a le prelungi durata de viață și a da un aspect „nou” Târgurilor, în perioada 2022-2025 au fost vopsite de două ori (le-a fost schimbată culoarea din alb, în roșu, apoi din roșu, în verde), li s-au montat acoperișuri noi și le-au fost făcute reparații uzuale, de întreținere. Cu toate acestea, căsuțele actuale sunt uzate fizic și moral. Prin urmare, considerăm necesară confecționarea a 10 căsuțe noi, care ar conferi Târgurilor un aspect estetic superior celui actual.

Calculatoare, 3 buc., necesare pentru înlocuirea parțială a echipamentelor uzate, pentru a căror reparație costurile sunt superioare celor aferente achiziționării de echipamente noi.

Licențe, 3 buc., necesare pentru calculatoarele achiziționate.

Program digitalizare pentru înscrieri participanți la târguri

Programul permite instalarea unei platforme integrate de management al înscrierilor, care asigură fluidizarea unui proces actualmente greoi atât pentru participanți, cât și pentru evaluatori.

CHELTUIELI (SUME NECESARE PROPUSE) PENTRU URMĂTOAREA PERIOADĂ DE RAPORTARE

TOTAL BUGET CHELTUIELI SURSA G, PENTRU ANUL 2026

Denumirea indicatorilor	Clasificația	Proiect cheltuieli 2026
Total cheltuieli (Funcționare + Dezv.)		21.382.784
SECȚIUNEA DE FUNCȚIONARE		20.016.767
Cheltuieli curente		20.016.767
Titlul I Cheltuieli de personal	10	4.311.109
Cheltuieli salariale în bani	10.01	4.201.050
Salarii de bază	10.01.01	3.905.191
Spor pentru condiții de muncă	10.01.05	198.528
Alte sporuri	10.01.06	12.480
Indemnizații de hrană	10.01.17	80.851
Alte drepturi salariale	10.01.30	4.000
Cheltuieli salariale în natură	10.02	15.535
Vouchere de vacanță	10.02.06	15.535
Contribuții	10.03	94.524
Contribuția asiguratorie de muncă	10.03.07	94.524
Titlul II Bunuri și servicii	20	15.702.658
Bunuri și servicii	20.01	5.500.634
Furnituri de birou	20.01.01	84.800
Materiale pentru curățenie	20.01.02	3.500
Încălzit, iluminat și forță motrică	20.01.03	330.567
Apă, canal și salubritate	20.01.04	15.000
Carburanți și lubrifianți	20.01.05	38.934
Piese de schimb	20.01.06	16.000
Transport	20.01.07	264.000
Poștă, telecomunicații, radio și internet	20.01.08	17.100
Materiale și prestări servicii cu caracter funcțional	20.01.09	1.835.000
Alte bunuri și servicii pentru întreținere	20.01.30	2.895.733

Reparații curente	20.02	565.000
Bunuri de natura obiectelor de inventar	20.05	1.273.658
Uniforme și echipamente	20.05.01	687.558
Alte obiecte de inventar	20.05.30	586.100
Deplasări, detașări, transferări	20.06	412.872
Deplasări interne, detașări, transferări	20.06.01	280.772
Deplasări în străinătate	20.06.02	132.100
Pregătire profesională	20.13	21.000
Alte cheltuieli	20.30	7.932.494
Reclamă și publicitate	20.30.01	264.000
Prime de asigurare non viață	20.30.03	3.000
Chirii	20.30.04	1.010.904
Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	20.30.30	6.654.590
SECȚIUNEA DE DEZVOLTARE		
Cheltuieli de capital	70	1.366.017
Titlul III Active nefinanciare	71	1.366.017
Active fixe	71.01	1.366.017
Construcții	71.01.01	0
Mașini, echipamente și mijloace de transport	71.01.02	14.700
Mobilier, aparatură birotică și alte active corporale	71.01.03	1.325.117
Alte active fixe	71.01.30	26.200

VENITURI PROPRII ȘI SUBVENȚII (SUME ESTIMATE)
SURSA FINANȚARE: 02G PENTRU ANUL 2026

Denumirea indicatorilor	Cod indicator	Proiect venituri 2026
SECȚIUNEA FUNCȚIONARE + DEZVOLTARE		21.382.784
Total venituri	00.01	20.016.767
Venituri curente	00.02	20.016.767
Venituri nefiscale	16.00.03	1.390.000
Venituri din proprietate	16.00.04	100.000
Venituri din concesiuni și închirieri	30.02G.05.30	100.000
Alte venituri din concesiuni și închirieri de către instituțiile publice	30.02G.05.30	100.000
Vânzări de bunuri și servicii	31.00.01	1.290.000
Venituri din prestări de servicii și alte activități	33.02G	1.290.000
Venituri din serbări și spectacole școlare, manifestări culturale, artistice și sportive	33.02G.50	120.000
Alte venituri din prestări de servicii și alte activități	33.02G.50	1.170.000
Subvenții de la alte administrații	43.02G	18.626.767
Subvenții pentru instituții publice / alocații bugetare	43.02G.09	18.626.767
SECȚIUNEA DEZVOLTARE		
Total venituri	00.01	1.366.017
Subvenții destinate secțiunii de dezvoltare	43.02G.19	1.366.017

2.

Număr estimat de beneficiari pentru următoarea perioadă de management (2026)

Nr. crt.	Denumirea manifestării	Perioada	Număr de beneficiari	Spațiu
1	Sărbători pe rit vechi	02.01.-07.01.2026	17.000	Spațiul public Alte spații
2	Târgul de Paște	22.03-14.04.2026	700.000	Spațiul public
3	9 Mai, Ziua Europei	07-13.05.2026	10.000	Alte spații Spațiul public
4	Cireșar	31.05-01.06.2026	30.000	Spațiul public
5	Festivalul Inimilor	01.07-05.07.2026	90.000	Spațiul public
6	Ziua Timișoarei	01.08-04.08.2026	25.000	Spațiul public
7	Ruga Timișoarei	15.09.2026	5.000	Spațiul public
8	Ziua Minorităților	19-20.09.2026	30.000	Spațiul public
9	Străzi pentru comunitate	05-06.10.2026	3.000	Spațiul public
10	1 Decembrie Ziua Națională a României	01.12.2026	10.000	Spațiul public Alte spații
11	Manifestări dedicate Revoluției din Decembrie 1989	15-20.12.2026	15.000	Spațiul public Alte spații
12	Târgul de Crăciun	29.11.- 31.12.2026	1.600.000	Spațiul public
13	Revelion 2027	31.12.2026	17.000	Spațiul public
14	ETNOPOL	01.01-31.12.2026	135.000	Sediu, spațiul public, alte spații
15	EDUPOL	01.02-31.12.2026	30.000	Sediu, spațiul public, alte spații
16	EX-CENTRICA Acțiuni în cartiere (rugi de cartier, Povești din vecini, componente din cartiere ale altor proiecte etc.)	01.06-31.12.2026	30.000	Spațiul public Alte spații
17	Ziua persoanelor vârstnice	01.10-31.10.2026	3.000	Alte spații
18	Cultivarea trecutului militar, Ziua Imnului, Ziua Drapelului, Ziua Armatei	03.03-31.12.2026	200	Alte spații
TOTAL			2.750.200	

3. Analiza programului minimal realizat

Programul minimal aferent anului 2025 este reliefat în tabelul următor:

Nr. crt.	Program	Scurtă descriere program	Număr proiecte program	Denumire proiecte	Buget proiect (alocații bugetare +venituri)	Cheltuieli proiect
1	EDUPOL	vezi cap. E, subcap. 6, p. 79-103	27	6 Lir'Art (expoziții Galeria Rotonda) 11 Lira Books 10 Bookfest (5 evenimente principale, 1 Sala Lira și 4 vizite scriitori la școli) 1 Ziarul Lira Lira on Stage 1 Ghidul micului spectator (premiera, finanțare AFCN) 1 Teatru-n patru (premiera) Alternativ (alte acțiuni de educație culturală) 1 Ziua Culturii Naționale 1 Ioan Holender 90. Un destin condus de muzică 1 Marea dictare urbană 1 Cultura încotro? 1 Zeul Măcelului 3 Stagiunea Lira (Harap-Alb; Vis de libertate)	30.000 247.000 296.000 135.000 20.000 0 0 0 1000 7000 69.000	31.001 246.708 295.842 134.674 58.390 36.488 71.001 651 6.384 68.716
				TOTAL	805.000	949.855
2	ETNOPOL (nu include participările Ansamblului „Timișul” la evenimentele orașului)	vezi cap. E, subcap. 6, p. 63-79	18	1 Folclor de Mărțișor 1 Azi, la noi, cântă tot natul 1 Festival-concurs „Luca Novac” 6 diverse (colaboratori, participări la acțiuni caritabile sau parteneriat D.A.S.) 6 turnee internaționale 3 turnee naționale	100.000 100.000 100.000 63.500 510.000 155.000	49.006 99.977 168.816 52.183 505.128 19.119
				TOTAL	1.028.500	894.229
3	EX-CENTRICA (acțiuni în cartiere)	vezi cap. E, subcap. 6, p. 104-111	14	1 Povești din vecini (Dacia) 1 Povești din vecini (Soarelui) 1 Povești din vecini (Lipovei) 1 Ruga cartierului Freidorf 1 Ruga cartierului Calea Martirilor 1 Târgul de Crăciun (Piața Traian) 3 Festivalul Inimilor 5 Târgul de Paște (5 cartiere)	120.000 125.000 120.000 120.000 120.000 70.000 50.000 35.000	81.701 82.762 88.174 90.740 59.252 68.349 48.552 0
				TOTAL	760.000	519.530
4	ECOCULTURA	vezi cap. E, subcap. 6, p. 112-114	1	Străzi pentru comunitate	110.400	108.557
				TOTAL	110.400	108.557
5	CRONOCULTURA (Agenda culturală)	vezi cap. E, subcap. 6, p. 115-173	90	2 Sărbători pe rit vechi 27 Târgul de Paște 9 Ziua Europei 2 Cireșar 12 Festivalul Inimilor (5*2+2) 1 Ziua Timișoarei 1 Ruga Timișoarei 3 MulticulTiM 1 Ziua persoanelor vârstnice 22 Târgul de Crăciun 1 Ziua României 8 Revoluția din Decembrie '89 1 Revelion Cultivarea trecutului militar	185.000 1.626.000 350.000 335.500 1.700.000 1.225.000 215.900 415.000 130.000 1.910.560 400.000 450.000 500.000 20.000	153.564 1.468.156 350.611 335.542 1.676.194 1.026.486 145.706 436.853 90.524 1.857.857 255.282 447.545 586.357 7.576
				TOTAL	9.462.960	8.838.252
	TOTAL		150		12.166.860	11.310.424

RAPORT DE ACTIVITATE PRIVIND MANAGEMENTUL CASEI DE CULTURĂ A MUNICIPIULUI TIMIȘOARA

ANEXĂ

OBSERVAȚII COMISIE, EVALUARE ANUALĂ 2024

- 1. În cadrul analizei SWOT, identificarea unor aspecte care se referă la o varietate mai mare a programelor instituției, în prezent fiind vorba despre activitatea Ansamblului „Timișul”, despre evenimentele de pe agenda orașului și despre aspecte generice ale activității instituției**

Comparativ cu raportul de activitate privind managementul Casei de Cultură a Municipiului Timișoara pentru anul 2024, prezentul raport detaliază analiza SWOT atât generic, cât și cu exemplificări privind evenimentele instituției (p. 9-12).

- 2. Deși conceptul de „țintă” este, într-adevăr, problematic în abordarea publicului pentru actul cultural, ideea de a defini cât mai bine publicul unui program sau proiect cultural este valabilă. În acest sens, merită create profiluri de public, pentru a continua îmbunătățirea abordării și implicării acestuia**

Casa de Cultură a Municipiului Timișoara organizează anual un volum extins și variat de evenimente care implică o gamă largă de publicuri, cu așteptări, motivații și comportamente culturale diferite, evidențiate și detaliate la p. 24-26 ale prezentului raport.

- 3. Diversitatea activităților Casei de Cultură este foarte mare, iar acest lucru prezintă riscul să se disipeze eforturile și resursele existente, care sunt subdimensionate. Este nevoie de o mai mare convergență a instituției în jurul câtorva programe și proiecte și de prioritizare**

Având în vedere că proiectele care compun Agenda culturală a CCMT sunt obligatorii în oraș, iar programele de educație culturală (EDUPOL), activare a cartierelor (EX-CENTRICA) și punere în valoare a patrimoniului cultural imaterial folcloric (ETNOPOL) sunt indispensabile pentru evoluția comunității prin cultură, reducerea cantitativă a activității instituției este dificil de realizat. Deși, în 2025, a fost realizată o anumită prioritizare, prin eliminarea anumitor proiecte (MESHter) sau activități din cadrul programelor (Lira Film, Lira Tea Talks și MusicAll, din EDUPOL) și scăderea numărului de vernisaje din Galeria Rotonda, activitatea instituției rămâne foarte intensă, iar pretențiile publicului timișorean, foarte mari, ceea ce face dificilă îndeplinirea misiunii, cu efectivele actuale.

- 4. O mai strânsă colaborare cu Compartimentul Minorități și Relații Etnice din cadrul PMT și cu alte organizații de profil, pe lângă instituțiile timișorene, care să se implice. De asemenea, este intenția PMT de a realiza, în perioada următoare, o strategie pentru minorități etnice la nivelul orașului, iar implicarea Casei de Cultură este esențială**

Casa de Cultură a avut, dintotdeauna, o relație foarte apropiată cu minoritățile etnice. Aceasta s-a reflectat, în ultimii patru ani, în prezența acestora la numeroase evenimente ale instituției (în afară de Ziua Minorităților): Cireșar, Ziua Europei, Ziua Timișoarei, Târgul de Crăciun, Târgul de Paște, Festivalul Inimilor etc. În 2025, această legătură a fost intensificată și formal, prin implicarea Direcției de Relații Comunitare și a consilierilor locali Imre Farkas și Silvia Radoicovici, materializată în schimbarea de paradigmă în ceea ce privește evenimentul anual dedicat minorităților etnice timișorene (MulticultiM).

- 5. Integrarea unei analize sumare a proiectelor și a evenimentelor realizate cu parteneri și clienți (în cazul subcontractărilor) în Galeria Rotonda, Sala Lira, Teatrul de Vară din Parcul Rozelor, din punctul de vedere al tipului de public, al tipului de eveniment, al numărului de participanți, al profilului partenerilor**

Vezi p. 42-45, în prezentul raport

6. Dezvoltarea parteneriatelor internaționale, nu doar pentru organizarea de evenimente, ci, mai ales, pentru realizarea de proiecte, inclusiv cele care pot reprezenta oportunități pentru dezvoltarea capacității instituționale și formarea profesională a acestora

Anul 2025 a fost propice dezvoltării parteneriatelor internaționale, nu doar pentru organizarea de evenimente, ci, mai ales, pentru realizarea de proiecte comune, inclusiv cele care pot reprezenta oportunități pentru dezvoltarea capacității instituționale și formarea profesională a angajaților (Chișinău). Descrierea acestor parteneriate este detaliată la paginile 8, 39, 76 și 77, ale prezentului raport.

7. Crearea de oportunități de formare profesională pentru angajați

Vezi p. 39, în prezentul raport

8. Utilizarea analizei TOWS în demersul de interpretare a analizei SWOT bine realizate și în cel de planificare a activităților

Folosind toate elementele deja formulate (puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări), a fost realizată o analiză TOWS, care include corelarea strategică a factorilor interni și externi.

Detaliată la p. 13-19 ale prezentului raport, aceasta evidențiază faptul că CCMT dispune de resurse solide (reputație, tradiție, vizibilitate, infrastructură) și operează într-un oraș cu potențial cultural indiscutabil, dar se confruntă cu limite structurale, logistice, administrative și legislative, care pot fi înlăturate prin parteneriate, digitalizare, atragerea tinerilor și consolidarea rolului strategic al instituției în calendarul cultural municipal.

9. Acțiuni de comunicare publică care să evidențieze activitățile și rezultatele programelor mai puțin vizibile cum este EDUPOL

EDUPOL a avut, în 2025, o comunicare publică inedită, prin acțiuni precum „ședința cu părinții altfel”, organizată la lansarea spectacolului „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator”.

10. Publicarea raportului anual de activitate într-un format accesibil și atractiv pentru publicul larg, pe site-ul oficial și pe rețelele sociale, într-un format simplificat vizual

În 2025 a avut loc prezentarea cercetărilor sociologice realizate de Casa de Cultură, sub numele de „Cultura, încotro?”, care a favorizat viitoare parteneriate între instituțiile culturale locale, în atingerea unor obiective comune, precum evitarea comportamentelor indezirabile la spectacole.

11. Extinderea parteneriatelor internaționale

Recomandare cu obiective identice cu cele ale recomandării nr. 6.

12. Creșterea notorietății sediului CCMT

În 2025, notorietatea sediului CCMT, frecventat deja, de mai multe ori pe săptămână, de familiile copiilor care fac cursuri de dans la Ansamblul „Timișul”, a crescut prin creșterea numărului de evenimente organizate în Sala Lira (cu precădere în cadrul programului EDUPOL, dar și în parteneriate) și prin diversificarea categoriilor de public la evenimentele deja existente în Agenda instituției.

13. Dezvoltarea dialogului cu managerii de cartier

În acest an, prin plecarea la București, ca secretar de stat, a Domnului Dan Reșitnec, fost responsabil cu activitatea managerilor de cartier, în cadrul Primăriei Timișoara, colaborarea cu aceștia s-a limitat la promovarea acțiunilor programului EX-CENTRICA (Povești din vecini, rugi de cartier).

14. Atragerea de voluntari (stagiați)

În 2025, CCMT a avut un stagiar Master CA, în următoarele perioade:

- 02.12.2024-15.12.2024 (6 ore/zi) , Semestrul I
- 30.05.2025 până în 30.06.2025 (6 ore/zi), Semestrul II

La încheierea masterului, studenta a devenit colaborator al Casei de Cultură, cu sarcini din domeniul Comunicării.

15. Exploatarea posibilităților de colaborare cu alte Case de Cultură din țară și, mai ales, din străinătate

2025 a prilejuit încheierea de parteneriate cu Casa de Cultură „Traian Grozăvescu” din Lugoj, cu Palatul Culturii „Teodor Costescu” din Drobeta-Turnu Severin, cu Centar Narodne Umetnosti din Serbia, precum și cu Institutul Cultural Român din New York.

16. Realizarea de turnee naționale și internaționale ale Ansamblului „Timișul” și a unora dintre producțiile proprii

În afara prezenței Ansamblului „Timișul” în afara orașului nostru (vezi ETNOPOL, p. 77-78), în 2025 a fost intensificată și prezentarea producțiilor proprii în alte orașe din țară și de peste hotare. Astfel, „Patricia și distractorii. Ghidul micului spectator” a ajuns la Lugoj, Drobeta-Turnu Severin și Vrșac (Serbia), iar „Harap-Alb”, la Reșița, în cadrul unui schimb cu Teatrul de Vest, care a prezentat, la rândul-i, spectacolul „Cei trei purceluși”, la Târgul de Paște din Timișoara.

17. O colaborare mai strânsă cu Direcția de Asistență Socială a Municipiului Timișoara

Casa de Cultură a avut, dintotdeauna, o relație foarte apropiată cu Direcția de Asistență Socială. Aceasta s-a reflectat, în ultimii patru ani, în prezența Ansamblului „Timișul” în centrele de vârstnici gestionate de Direcție și la anumite evenimente organizate de Centrul Cultural Kuncz. În plus, în 2025, această legătură a fost intensificată prin organizarea, în parteneriat, a unui eveniment de amploare cu ocazia Zilei persoanelor vârstnice (vezi p. 148-150). De asemenea, Casa de Cultură a pus la dispoziția D.A.S. decorațiuni luminoase de Crăciun, pentru Centrul de zi de pe Str. Ioan Plavoșin, și o căsuță de lemn, în vederea organizării unei campanii, în Piața Libertății.

18. În afara accentului pus pe folclor, propun organizarea mai multor evenimente de actualitate care atrag publicul adolescent și chiar exploatarea potențialului studenților din Timișoara

În 2025 au fost organizate mai multe evenimente menite să atragă publicul adolescent și studențesc: Circuit 89, spectacolul pentru adolescenți „Teatru-n patru”, prezentarea unor spectacole produse în anii anteriori („Vis de libertate”, „Călător printre stele”, „Colaj Eminescu”, „Harap-Alb” etc.).

19. Sprijinirea formațiilor tinere de amatori (rock, pop, rap etc.) prin organizarea unor evenimente de genul „Battle of the Bands”

În 2025 a fost inițiat un demers, pe lângă Inspectoratul Școlar Timiș, de identificare a trupelor de elevi, în vederea organizării unor astfel de evenimente. Acesta a rămas, însă, fără răspuns din partea Inspectoratului.

20. Clarificarea misiunilor și obiectivelor Casei de Cultură, ale Centrului de Proiecte și ale compartimentelor din cadrul autorității

Casa de Cultură face toate eforturile pentru a evita confuziile în această privință, prin comunicarea clară a evenimentelor proprii și a celor organizate în parteneriat (Ziua Timișoarei) și exprimarea misiunii, ori de câte ori se ivește ocazia.

Clarificarea misiunilor și obiectivelor Casei de Cultură, ale Centrului de Proiecte și ale compartimentelor din cadrul Autorității se poate realiza, însă, foarte eficient, prin redactarea, în viitorul cât mai apropiat, a unei strategii culturale municipale coerente, clare și benefice comunității.