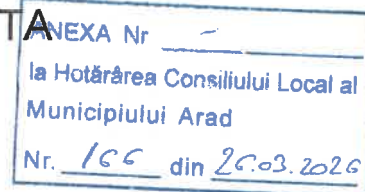


Proiect de management
pentru HUB cultural mART
perioada 2026-2029
Ovidiu Balint



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

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

În ultimii 3 ani de zile domeniul cultural a cunoscut o dezvoltare în municipiul Arad, atât din punctul de vedere al ofertei, cât și a consumului cultural. Oferta culturală s-a diversificat și prin inițiative private și prin propuneri inedite ale instituțiilor publice de cultură. S-au înființat 3 galerii private de artă plastică, s-a înființat un teatru privat, sunt pe cale să se înființeze alte două companii de teatru, s-au înființat trupe noi de muzică. Pe de altă parte Complexul Muzeal a deschis expoziții permanente noi, Biblioteca Județeană a fost reorganizată printr-un proiect european, Filarmonica și-a diversificat foarte mult oferta atât in-door, cât și out-door.

Aradul a fost de la începuturile sale o localitate în care au trăit oameni din mai multe neamuri și popoare, devenite și denumite mai târziu naționalități. Aradul a fost și un târg important, și un obiectiv militar important, și un port important al comerțului cu sare pe Mureș, dar, mai cu seamă, un centru cultural al zonei de confluență culturală. Aradul are cel mai vechi teatru de piatră, cu program permanent, de pe actualul teritoriu al României, înființat în același an cu cel din Oravița, în 1817. La sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului al XX-lea Aradul avea publicații jurnalistice și literare în limbile română, maghiară, germană, slovacă și sârbă. Nu întâmplător la Arad debutează, printre alții, Lucian Blaga. Și, deloc întâmplător, în perioada cedării Ardealului de Nord, în Cel de Al Doilea Război Mondial, la Arad se refugiază o importantă comunitate evreiască, ceea ce duce și la construirea celei de-a doua Sinagogi din Arad. În aceeași perioadă a sfârșitului de secol XIX și început de secol XX, Aradul avea cimitire vechi românesc, german, evreiesc, sârbesc. Un cimitir vechi, în accepțiune urbană, înseamnă cel puțin 200 de ani. Multe dintre casele aflate acum în centrul Aradului sunt construite pe aceste cimitire. O altă dovadă a faptului că arădenii au înțeles rolul culturii în viața lor cotidiană constă în faptul că cele mai importante edificii culturale ale orașului, respectiv Teatrul Clasic de astăzi și Palatul Cultural, care găzduiește Filarmonica și Muzeul județean de istorie, au fost construite prin subscripție publică. Chiar și în perioada comunistă, când destinul social al Aradului este schimbător cu preponderență spre industrializare, arădenii înființează cele mai multe trupe de muzică rock, pop și de muzică ușoară. Toate aceste considerente istorice au făcut din Arad un oraș multi-cultural, multi-etnic, multi-religios, identitate pe care o are și în ziua de astăzi.

Din punct de vedere instituțional, orașul Arad beneficiază de existența și activitatea instituțiilor de cultură necesare în viața culturală a unei urbe, subordonate Consiliului Local Municipal, un teatru profesionist, Teatrul Clasic „Ioan Slavici”, care include și o trupă de teatru profesionist de marionete (de altfel, singura de acest fel din România, celelalte trupe din țară fiind de păpuși), o filarmonică, Filarmonica Arad, instituție de elită culturală, care include și un cor profesionist, pe care nu și-o permite orice oraș, un centru cultural

municipal, CMC Arad, care asigură alternative la oferta culturală a municipiului. Pe de altă parte, deși cu o subordonare la Consiliul județean, în orașul Arad își desfășoară activitatea principală și celelalte instituții de cultură, Biblioteca județeană „A.D. Xenopol”, cu filialele din cartiere, Complexul Muzeal Arad, cu secțiile de istorie, arheologie, istoria Revoluției de la 1848, istoria naturii și cea de artă, și, nu în ultimul rând, Centrul Cultural județean, care completează oferta culturală arădeană, satisfăcând inclusiv cererea din sfera amatorilor, prin activitatea Școlii Populare de Artă.

Tot din punct de vedere instituțional, orașul Arad beneficiază de existența și activitatea excepțională a Liceului de Artă „Sabin Drăgoi”, entitate educațională care asigură atât o pepinieră artistică, dar și o pregătire a unui public educat pentru cultură, fiindcă nu toți absolvenții reușesc să se afirme în planul artistic, ori urmăresc alte destine sociale.

O altă instituție care pregătește educațional viitorul public al evenimentelor culturale este Palatul Copiilor, atelierele organizate aici fiind diverse și acoperă o paletă largă în oferta culturală adresată copiilor din Arad, de la artă plastică, până la clasa de actorie și jurnalism.

Toate aceste instituții culturale, pe lângă domeniile specifice pentru care au fost înființate și în care au programe anuale, acumulând tradiție și constanță, organizează festivaluri, cu adresabilitate către potențialul public arădean. Festivaluri de teatru, clasic, de marionete și nou, festivaluri de muzică simfonică, jazz, wind-orchestra, religioasă, operă, muzică folk, rock, folclorică, festivaluri ale cărții, de film, dedicate scriitorilor, festivaluri expoziționale, muzeale și de artă, festivaluri de cultură culinară, de fashion, de tehnică și tehnologie, festivaluri ale minorităților.

Cu alte cuvinte, instituțiile culturale arădene, finanțate din fonduri publice, municipale și județene, satisfac un public țintă al fiecărui domeniu cultural, diversificându-și programele anuale.

Din punct de vedere organizațional, cultura Aradului este reprezentată în mai toate breslele artistice, prin filiale ale Uniunii Artiștilor Plastici din România, Uniunii Scriitorilor din România, Uniunea Ziaristilor Profesioniști din România, Uniunea Arhitecților din România, asociații ale istoricilor, cenacluri literare și ale artiștilor plastici amatori. Fiecare dintre aceste organizații au publicații profesionale periodice, sau organizează expoziții cu artiști profesioniști și amatori, publică cărți ale scriitorilor, istoricilor, jurnaliștilor, activitățile acestor organizații oferind atât membrilor săi cât și publicului continuitatea actului cultural, vizibilitatea creațiilor artistice ale membrilor.

Comunității arădene i se mai adresează și alte organizații, prin evenimente culturale proprii, ori prin susținerea financiară a altora aparținând altor inițiatori. Este vorba despre cluburile Rotary, Lions și Richelieu.

În ultimii ani în Arad au fost înființate din ce în ce mai multe ONG-uri care au ales să își desfășoare activitatea în domeniul cultural, ceea ce a îmbogățit și a îmbogățit viața culturală a comunității prin organizarea unor evenimente inedite, festivaluri de arte vizuale, picturi murale pe clădiri degradate, festivaluri de muzică, inclusiv amenajări urbane de parcuri și scuaruri, amplasări de statui. În marea lor majoritate, aceste ONG-uri își desfășoară activitățile în parteneriat cu Primăria Aradului, ori în parteneriat cu instituții de cultură din subordinea Consiliului Local Municipal, CMC, Hub mARTA, ceea ce contribuie la diversificarea ofertei culturale a instituțiilor.

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

Puncte tari

-poziția geografică a orașului Arad;



cf. cu originalul

- existența unui program cultural al instituției HUB mARTA, care cuprinde proiecte ce s-au impus în viața culturală a orașului, dar și a zonei de Vest a țării;
- existența de parteneriate publice private cu cele două Universități arădene "Aurel Vlaicu" și "Vasile Goldiș", cu colegii naționale din Arad, cu ONG-uri reprezentative și cu antreprenori de importanță locală și regională;
- dezvoltarea unui cartier rezidențial pe terenul fostei fabrici de vagoane ASTRA, ceea ce va crește populația căruia HUB mARTA se adresează, pe o rază de 2 kilometri;
- existența unui Proiect Tehnic pentru reabilitarea clădirii M.A.R.T.A., realizat de Hub mARTA în anul 2025;
- oportunitatea finanțării reabilitării și reconversiei clădirii M.A.R.T.A. prin Programul pilot al Comisiei Europene New European Bauhaus, în valoare de 6.500.000 euro, până în 2029;
- accesul facil al unui potențial public din afara Aradului la rețele de transport rutier, feroviar, aerian;
- calitatea de monument istoric a clădirii M.A.R.T.A.;
- disponibilitatea autorității publice locale pentru finanțarea și înființarea unui nou spațiu cultural, prin renovarea unui monument istoric;
- vizibilitatea și situarea monumentului istoric, clădirea M.A.R.T.A., pe o arteră principală, Calea Aurel Vlaicu, într-o zonă care tinde să devină un al doilea centru de interes al orașului, prin vecinătatea cu cele două mall-uri comerciale Atrium și AFI, stația CFR, autogara, cu transport în comun și locuri de parcare existente;
- istoricul clădirii :fabrică de autobuze, fabrică de autoturisme, fabrică de avioane, fabrică de motoare de avion, fabrică de vagoane marfă, centru de calcul, redacție de ziar;
- infrastructura culturală existentă a Aradului, dată de clădiri monument istoric, printre care și clădirea M.A.R.T.A., care pot fi date sau redade vieții culturale prin proiecte de reconversie și reabilitare;
- suprafața desfășurată a clădirii M.A.R.T.A., de circa 10.000 mp, având o amprentă la sol de aproape 4000 metri pătrați, pe o medie de două nivele, cu demisol, parter, mezanin, două etaje;
- alcătuirea clădirii monument istoric, având mai multe săli, cu acces din mai multe părți ale clădirii;
- funcționarea HUB cultural mARTA ca instituție de guvernanță a clădirii monument istoric ;
- existența unui public constant, nu foarte numeros, pentru manifestări culturale;
- existența inițiativei private pentru organizarea evenimentelor culturale;
- potențialul pentru dezvoltare culturală a orașului, dat de numărul mare de clădiri monument istoric disponibile și aflate în proprietatea municipalității (inclusiv Cetatea Aradului);

Puncte slabe

- lipsa personalului specializat, fiind oprite angajările, deși organigrama instituției prevede numărul posturilor necesare pentru desfășurarea optimă a activității;
- subfinanțarea instituției astfel încât oferta culturală să poată să fie la nivelul cererii;
- starea avansată de degradare a clădirii monument istoric M.A.R.T.A.;
- absența unei mass-media specializată în promovarea actului cultural;

- slaba promovare a actului și evenimentului cultural organizate atât de instituțiile publice, cât și de entitățile private;
- inconsecvența politicilor publice locale în educarea publicului tânăr și în creșterea numărului de participanți la evenimentele culturale;
- lipsa unui program coerent și coordonat pentru evenimentele culturale ale orașului;
- oferta culturală, privată și instituționalizată, vizează și se bazează pe același public țintă, obosind astfel audiența;
- inconsecvența în respectarea Strategiei culturale existente;
- nerespectarea Strategiei Sectoriale în Domeniul Culturii pentru perioada 2023-2030;
- absența promovării parteneriatelor publice-private;

Oportunități.

- posibilitatea atragerii de fonduri nerambursabile prin apelurile de finanțare europene, ce urmează să fie deschise prin Programul financiar al UE 2021-2027 și prin Programul financiar următor al UE, cele mai importante fiind INTERREG, Europa Creativă, Europa pentru cetățeni, scopul atragerii acestora fiind reabilitarea și reconversia clădirii monument, dar și pentru inițierea de programe și proiecte culturale la nivel european;
- posibilitatea atragerii de fonduri nerambursabile SEE, poreclite „norvegiene”, prin apelurile de finanțare ce urmează să fie lansate în perioada 2026-2029;
- posibilitatea atragerii de fonduri nerambursabile prin apelurile de finanțare lansate de Guvernul României, prin programele POR, prin programele ADR Vest, prin intermediul programelor Ministerului Culturii, Administrației Fondului Cultural Național, atât pentru reabilitarea clădirii, cât și pentru proiecte culturale;
- atragerea de fonduri proprii, prin programele proprii de evenimente culturale și educație permanentă;
- atragerea de fonduri din sponsorizări și din redirectionări ale impozitului pe profit, ori ale impozitului pe venit;
- dezvoltarea de parteneriate publice-private între HUB cultural MARTA și ONG-uri sau antreprenori culturali;
- dezvoltarea de parteneriate cu instituții de învățământ superior și cu alți operatori ai altor forme de învățământ complementar;
- dezvoltarea instituției ca un furnizor de manageri culturali, care să poată transforma Aradul într-un centru de interes zonal al culturii, având în vedere potențialul dat de infrastructura de clădiri și spații disponibile, printre care și Cetatea Aradului;

Amenințări.

- subfinanțarea instituției;
- subdimensionarea personalului necesar pentru desfășurarea activității;
- accentuarea crizei economice, ori a crizei pricinuită de o posibilă extindere a conflictului din Ucraina;
- diminuarea interesului autorității publice locale pentru dezvoltarea culturii din municipiul Arad;
- schimbarea atitudinii puterii politice față de sprijinirea actului cultural de calitate;
- nerespectarea Strategiei de dezvoltare culturală a municipiului Arad;
- abandonarea proiectului de reabilitare și reconversie a monumentului istoric M.A.R.T.A.



-desființarea instituției HUB cultural MARTA

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

Istoricul clădirii monument istoric a creat o imagine favorabilă în mentalul colectiv arădean, publicul arătând o oarecare nerăbdare în așteptarea începerii activității instituției în clădirea M.A.R.T.A..

De asemenea, la 3 ani de când instituția a început să funcționeze, programele și proiectele propuse au reușit să se impună în viața culturală a orașului și în cea zonală, națională și internațională.

Pentru dezvoltarea acestei imagini favorabile inițiale, dar și pentru conturarea imaginii publice a noii instituții, sunt următoarele propuneri:

-publicarea unei monografii în imagini, trilingvă (română, maghiară, engleză), a clădirii monument istoric, atât în format printat, cât și în format digital;

-implicarea comunității antreprenoriale arădene;

-implicarea cetățenilor prin participarea activă la activitățile instituției;

-promovarea prin toate mijloacele publicitare, inclusiv prin paginile web www.hubmarta.ro, www.revistamarta.ro, www.undergroundfestival.ro, <https://www.facebook.com/profile.php?id=61559663613901&locale=ro> RO

-înființarea de parteneriate publice cu instituții de învățământ superior și consolidarea celor existente;

-înființarea de parteneriate publice-private cu ONG-uri din domeniul culturii sau cu antreprenori culturali și consolidarea celor existente;

4.propuneri pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari;

Conform celui mai recent studiu, Recensământul populației și al locuințelor din anul 2021, populația municipiului Arad se încadrează în tendința națională, adică este în scădere, ajungând în prezent la circa 145.000 de locuitori. Privită mai atent, însă, această scădere este înșelătoare, fiindcă același recensământ relevă creșterea populației în comunele din imediata vecinătate a municipiului Arad, Vladimirescu (cea mai mare creștere din județ), Horia, Șofronea etc. Așadar scăderea populației municipiului se datorează mutării domiciliului multor persoane în alte localități învecinate. Fenomenul se înscrie de asemenea în trendul național, mai ales după perioada pandemiei, când mare majoritate a locurilor de muncă s-a mutat în on-line, ceea ce dă libertatea de a presta în muncă din orice loc, fără a necesita o prezență fizică într-un loc de muncă organizat.

Același recensământ relevă și faptul că o pondere importantă în populația județului și a municipiului o au elevii și studenții, dar și că nivelul de studii ale populației este cu preponderență în favoarea celor medii și superioare.

Nu în ultimul rând, recensământul din anul 2021 a constatat aceeași structură multietnică și multiculturală a municipiului Arad, dar și faptul că numărul șomerilor era printre cele mai scăzute din țară. În schimb, în ultimii 2 ani, circa 1.500 de locuri de muncă au fost desființate, fiindcă multe firme au recurs la concedieri masive.

Aceste rezultate ale studiului citat duc la câteva concluzii: forța de muncă din municipiu este ocupată, ceea ce înseamnă că eventuale investiții vor fura de la alți angajatori existenți de pe piață. În cazul relocării multor investiții din domeniul automotive, care domină acum piața forței de muncă din Arad; nu există posibilitatea reconversiei

profesionale masive și într-un termen scurt; tinerii aflați în procesul de învățământ reprezintă circa o treime din populație.

Pe de altă parte, instituțiile publice de cultură, precum și organizațiile din domeniul culturii, au, pentru evenimentele și programele proprii, câte un public dedicat și constant. Mai concret, puține procente din publicul meloman face parte din publicul constant al spectacolelor de teatru și, cu atât mai puțin din publicul cinefil. Și invers. De asemenea, publicul vizitator al expozițiilor de artă plastică nu este neapărat același cu publicul vizitator al altor expoziții, muzeale etc.

Prin urmare, categoriile de potențiali beneficiari ai programelor și proiectelor instituției HUB cultural mARTA sunt diverse și dedicate actului de cultură. Îmbucurător este faptul că există un potențial public format din tineri. Singura categorie de public potențial, greu de adus la un eveniment cultural, o reprezintă populația mutată în localitățile din jurul municipiului.

De asemenea, există potențiali beneficiari ai programelor de educație permanentă ale instituției HUB cultural mARTA.

Propunerile pentru cunoașterea îndeaproape a categoriilor de beneficiari sunt:

- realizarea de dezbateri publice cu diverse publicuri țintă: elevi, studenți, antreprenori, reprezentanți ai ONG-urilor din domeniul culturii, artiști, scriitori, creatori de conținut virtual;
- realizarea unui studiu sociologic privind structura publicului arădean;
- realizarea unui sondaj de opinie cu privire la așteptările beneficiarilor față de programele și proiectele instituției;
- urmărirea reacțiilor la paginile de pe rețelele de socializare ale instituției și la website-urile instituției;

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

Grupurile țintă ale activităților instituției HUB cultural mARTA pe termen scurt sunt:

- tineri artiști și artiști debutanți;
- tineri și public care caută arte performative sau alte modalități de exprimare artistică, altele decât cele clasice;
- tineri care doresc să învețe meserii din industria spectacolului;
- personal calificat care dorește o reconversie profesională a meseriei în industria spectacolului;
- artiști profesioniști și amatori, cu spirit antreprenorial în cultură;
- publicul care nu frecventează programele actuale culturale, organizate instituțional;
- ONG-uri care își doresc parteneriate public-private, pentru inițierea de programe culturale inovative;
- publicul actului cultural virtual;

Grupurile țintă ale activităților instituției HUB cultural mARTA pe termen mediu sunt:

- publicul formelor alternative de exprimare artistică, altele decât cele promovate instituțional;
- ansambluri de dansatori, formații de muzică, trupe de teatru, artiști independenți în căutare de spații pentru creație și pentru reprezentarea producțiilor proprii;
- tineri care doresc să învețe meserii din industria spectacolului;



- personal calificat care dorește o reconversie profesională a meseriei în industria spectacolului;
- artiști profesioniști și amatori, cu spirit antreprenorial în cultură;
- publicul care nu frecventează programele actuale culturale, organizate instituțional;
- ONG-uri care își doresc parteneriate public-private, pentru inițierea de programe culturale inovative;
- tineri artiști și artiști debutanți;
- tineri și public care caută arte performative sau alte modalități de exprimare artistică, altele decât cele clasice;
- publicul actului cultural virtual;

6.profilul beneficiarului actual;

Profilul beneficiarului actual este conturat astfel:

- consumatorul de loisir;
- consumatorul de cultură nesatisfăcut de oferta existentă în Arad și în împrejurimile orașului;
- artiști profesioniști sau amatori în căutarea unui spațiu de exprimare sau în căutarea unui public;
- consumator de cultură on-line;
- oameni în căutarea altei profesii, ori în căutarea exprimării personalității proprii prin meseria stăpânită deja;
- oameni cu spirit antreprenorial în cultură;

B)Analiza activității instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia;

1.analiza programelor instituției;

Faptul că HUB mARTA funcționează ca un așezământ cultural, conform Legii 143/2007 care aprobă și completează OUG 118/2006, îi dă instituției o libertate în abordarea activităților în domeniile culturale, de la coordonări ale activităților artiștilor amatori, până la producții cu artiști profesioniști, dar și de la organizări de expoziții muzeale și de artă plastică, până la spectacole de teatru, producții multimedia, producții muzicale, concerte sau producții și proiecții cinematografice. De asemenea, acest tip de organizare permite și colaborarea cu instituții publice, de cultură sau ministere din România și din alte țări, precum și cu ONG-uri și antreprenori privați din domeniul culturii. Nu în ultimul rând, acest tip de organizare instituțională permite și dezvoltarea activității acesteia prin producția directă de produse culturale, ceea ce poate asigura o finanțare proprie importantă.

În cei 3 ani de la înființare instituția a avut câteva programe care s-au impus în viața culturală a Aradului.

A fost readus la viață Festivalul de teatru și film Underground, care are o anvergură europeană, fiind dedicat producțiilor și companiilor independente.

S-au creat două festivaluri noi de muzică, Fusion Festival, care reunește stiluri și abordări diferite ale genurilor rock și pop, și World Music Festival, care reunește trupe și stiluri muzicale inspirate din folclorul popoarelor lumii.

S-au inițiat o serie de ateliere, de actorie, regie și producție de film, scriere creativă., dramaturgie, arte plastice, denumite Workshop-urile mARTA, care lipseau din viața

culturală a Aradului și care se adresează mai multor categorii de publicuri țintă: artiști profesioniști, tineri, elevi sau studenți, artiști amatori.

Pentru promovarea turismului cultural de interes local s-a început proiectarea și fabricarea unei replici a autobuzului supraetajat produs la Arad în 1910, antrenând în acest proiect parteneriate cu mediul universitar, cu mediul economic și antreprenorial, dar și cu pediul politic-administrativ.

Au fost organizate mai multe expoziții de artă plastică.

A fost începută cercetarea și punerea în valoare a tradițiilor și obiceiurilor comunităților naționale din Arad pentru realizarea unui muzeu al acestora în clădirea monument istoric MARTA.

A fost negociată colaborarea cu Universitatea "Aurel Vlaicu" pentru înființarea unor cursuri de educație permanentă pentru meserii din industriile creative și de spectacole.

Au fost inițiate rezidențe artistice, care au produs trei spectacole de teatru și două simpozioane de sculptură, în urma cărora au fost mobilate urban două zone ale Aradului.

Au fost organizate conferințe și dezbateri despre tendințele actuale în cultură.

Elevii și studenții din Arad au fost anrenați în organizarea festivalurilor și evenimentelor de anvergură ale instituției.

Au fost începute achizițiile de obiecte pentru viitorul muzeu al tehnicii și tehnologiei, care își propune să evoce tradițiile și patrimoniul industrial al Aradului.

A fost preluată administrarea monumentului istoric Teatrul Vechi, reușindu-se reintroducerea lui în circuitul cultural, în parteneriat cu ONG-uri din Arad și din Ungaria;

Instituția a fost dotată cu cea mai modernă instalație de sonorizare indoor și outdoor, de circa 50.000 W, putere instalată, dar și cu o instalație de light design de ultima generație.

A fost elaborat Proiectul Tehnic pentru reabilitarea și reconversia monumentului istoric Casa MARTA, astfel încât Primăria Municipiului Arad să poată depune cererea de finanțare la ADR Vest, prin Programul New European Bauhaus.

Astfel, în perioada 2026-2029:

-managerul va gestiona website-urile de informare și promovare a activităților instituției, dar și de promovare a parteneriatelor cu instituții publice, ONG-uri și antreprenori culturali www.hubmarta.ro și www.undergroundfestival.ro ;

-managerul va crea un nou website www.revistamarta.ro , care va gădui o revistă de cultură de anvergură națională și europeană, în care vor fi promovate tinerele talente sub directa coordonare a numelor consacrate în cultura română;

-managerul crează și promovează programe de educație permanentă pentru adulți, dar și pentru tineri școlari sau studenți, în parteneriat cu instituții de învățământ superior și cu alți operatori în domeniul învățământului complementar;

-managerul instituției inițiază și coordonează programe și proiecte de coeziune socială prin parteneriate cu ONG-uri, antreprenori privați culturali și instituții publice, astfel încât inițiativa culturală să fie susținută constant;

-managerul va asigura administrarea spațiilor din interiorul clădirii monument istoric, care vor fi amenajate prin Programul New European Bauhaus, finanțare în valoare de 6.950.000 euro, ca săli de spectacole, săli de concerte, săli pentru expoziții permanente muzeale, săli pentru expoziții periodice, săli pentru rezidențe artistice în domeniul muzical, actoricesc sau al artelor vizuale, spații pentru creații multimedia, spații pentru cursuri de



specializare în industria spectacolului, spații pentru cursuri de specializare în recondiționare și renovare de obiecte de artă;

-managerul va propune un plan pentru dezvoltare culturală a municipiului Arad, bazat pe infrastructura de clădiri existente în patrimoniul public și privat al orașului, care să contribuie la îndeplinirea Strategiei culturale a municipiului Arad pentru perioada 2026-2030;

-prin acest Proiect de management sunt propuse spre implementare proiecte culturale, care să asigure o activitate permanentă, 24/7, în clădirea monument istoric Casa MARTA, așa încât în orice zi, la orice oră (cu excepția celor nocturne târzii), în interior să se desfășoare o activitate sau un eveniment cultural;

-activitățile și evenimentele zilnice vor fi organizate atât prin resurse proprii, dar și prin parteneriate cu ONG-uri și antreprenori culturali privați;

-produsele și serviciile culturale vor fi: expoziții muzeale permanente; expoziții de artă plastică, expoziții de artă fotografică; proiecții cinematografice; spectacole de teatru; concerte de muzică rock, folk, jazz, simfonică, de cameră, experimentală; activități pentru dezvoltare personală (workshop-uri, conferințe, cenecluri, cursuri de inițiere artistică);

-prin proiectul de management se va asigura amenajarea colecției muzeale de interes local, intitulată „Muzeul tehnicii și tehnologiei arădene”, care va promova istoria clădirii monument istoric, dar și a altor industrii și tehnologii care au existat în Arad, precum și a colecției muzeale de interes local, intitulată „Muzeul comunităților naționale din Arad”; ambele colecții muzeale vor avea și o prezentare virtuală prin intermediul website-ului instituției;

-organizarea acestor două expoziții muzeale permanente va avea nevoie de o cercetare a domeniilor, achiziționarea de exponate, conservarea lor, protejarea lor în cadrul expozițiilor;

-promovarea patrimoniului imaterial se va realiza prin înființarea unui ansamblu folcloric semi-profesionist;

-prin proiectul de management, în parteneriat cu instituții de învățământ superior din România, Ungaria și cu alți parteneri specializați în educația permanentă din Anglia și Franța, se vor organiza cursuri post-liceale și post-universitare pentru meserii din domeniul industriei de spectacol și pentru cursuri de master în management cultural;

-prin proiectul de management și în parteneriat cu parteneri specializați în educația permanentă se vor organiza cursuri de reconversie profesională și specializare în construirea de aparate, aparatură, confecții și utilaje pentru industria de divertisment;

-prin proiectul de management și în parteneriat cu parteneri specializați în educația permanentă se vor organiza cursuri de specializare în recondiționarea și renovarea obiectelor de artă și a obiectelor arhitecturale și de mobilier urban;

-parteneriatul cu operatori specializați în educația permanentă este necesar deoarece procedura de acreditare a unor astfel de cursuri durează foarte mult, ceea ce ar întârzia începerea activității instituției;

-prin proiectul de management se va continua organizarea Festivalului de teatru și film pentru producții independente Underground, un festival de muzică jazz și fushion, wind orchestra (fanfară), festival de teatru-circ, un festival stradal al aparatelor, utilajelor și confecțiilor pentru divertisment, un festival folcloric de anvergură europeană zonală dedicat jocului fecioresc ardelenesc (intrat în Patrimoniul UNESCO);

-se va continua tradiția organizării de tabere și simpozioane de sculptură, iar operele rezultate vor mobila spații publice din Arad, se vor organiza bienală de artă numerică, expoziție de artă holografică;

-prin proiectul de management se vor organiza activități culturale extrașcolare, de tip after-school, pentru educarea viitorului public, dedicate preșcolarilor, școlarilor și elevilor, cum vor fi ateliere de manufactură pentru fabricarea păpușilor, a marionetelor, roboți, ateliere de teatru etc;

-se vor achiziționa exponatele pentru viitoarea colecție muzeală „Muzeul tehnicii și tehnologiei”, care va avea caracter de expoziție permanentă; Muzeul va avea și o componentă virtuală interactivă;

-se vor organiza expoziții temporare ale artiștilor rezidenți în HUB;

-se va publica monografia clădirii monument istoric;

-website-ul instituției va găzdui și o publicație de cultură de interes național, www.revistamarta.ro ;

-proiectul de management urmărește și transformarea clădirii monument istoric, sediu al instituției HUB cultural mARTA, în obiectiv pentru turismul cultural ;

-educația permanentă, una dintre activitățile principale ale instituției, va include cursuri de formare profesională în meserii din industria spectacolului;

-rezidențele artistice vor fi organizate în mai multe săli amenajate pentru artiști plastici, artiști fotografi, muzicieni, actori, săli care se pot transforma în expoziții temporare, săli de concerte sau de spectacole și proiecții cinematografice, săli pentru maniferstări artistice multimedia;

-pe termen scurt și mediu, cercetarea se va axa pe domeniul muzeal și pe cel al dezvoltării multimedia și virtuală ale activităților instituției;

-parteneriatele cu ONG-uri și antreprenori culturali din România și Uniunea Europeană vor completa oferta culturală a HUB-ului ;

-se vor organiza ateliere pentru producția de aparate, utilaje, mașinării pentru divertisment stradal;

-se va completa dotarea cu aparatură și echipamente specifice actului cultural, astfel încât să se utilizeze toate încăperile Casei MARTA;

2.concluzii

2.1 reformularea mesajului

Nu este cazul unei reformulări a mesajului instituției, pentru că denumirea acestui așezământ cultural definește explicit rolul și scopul existenței și activității lui. HUB este un cuvânt preluat din limba engleză și înseamnă, în această limbă, „principala parte, sau partea centrală a unui loc în care se desfășoară multă activitate”. Transpus în ceea ce își propune noua instituție, prin proiectul de management, ar însemna locul în care artele se inter-conectează, locul în care publicul interacționează permanent, nu doar ca un receptor al mesajului și al produsului artistic, ci și ca un participant implicat în producția lui. De asemenea, instituția va fi o conexiune între oferta culturală instituționalizată, cererea publicurilor țintă și inițiativa organizațiilor neguvernamentale și cea a antreprenorilor culturali.

Numele HUB-ului este o anagramă a fostei denumiri M.A.R.T.A., în limba maghiară, în traducere liberă „fabrica maghiară de autoturisme”. „mARTA” înseamnă multi-



cultural, multi-etnic, multi-media, multitudinea de exprimări artistice găzduite, semnificații care întregesc mesajul instituției.

2.2 descrierea principalelor direcții pentru îndeplinirea misiunii.

Principalele direcții pentru îndeplinirea misiunii instituției vor respecta Strategia Sectorială în Domeniul Culturii dezvoltată de Ministerul Culturii pentru perioada 2023-2030 (SSDC), dar și a Strategiei de dezvoltare culturală a municipiului Arad pentru perioada 2026-2030. Astfel, prin direcțiile trasate se va încerca să se depășească barierele de consum cultural: cele fizice, prin dezvoltarea infrastructurii culturale; cele economice, prin atragerea de resurse financiare care să completeze subvenția asigurată din bugetul local; cele sociale, prin dezvoltarea de programe care să reducă decalajele dintre zonele defavorizate și vulnerabile; cele educaționale, prin crearea de programe de educație permanentă și alfabetizare culturală.

Principalele direcții pentru dezvoltarea instituției HUB cultural mARTA în vederea îndeplinirii misiunii acesteia, definită în Caietul de obiective, sunt:

a) Reabilitarea, reconversia și amenajarea clădirii monument istoric, astfel încât spațiile din interior să poată găzdui evenimente culturale diverse, pentru un public cât mai divers. Protejarea patrimoniului material și imaterial al zonei din care face parte Aradul.

- asigurarea logisticii și infrastructurii necesare

- sustenabilitatea patrimoniului

- îmbogățirea patrimoniului material

b) Dezvoltarea parteneriatelor pentru atragerea de fonduri cu finanțare nerambursabilă, dar și pentru implementarea politicii de coeziune socială și incluziune socială. Pentru că inițiativele culturale au un impact social direct, satisfăcând o nevoie spirituală, dar pot să și aducă beneficii economice pe termen lung.

- parteneriate publice-private

- parteneriate instituționale

- protecție socială prin reconversie profesională în domeniile industriilor creative

- creșterea veniturilor proprii ale instituției

c) Creșterea accesibilității la actul de cultură, atât prin diversificarea ofertei culturale instituționale, dar și prin implicarea participativă a publicurilor țintă pentru obținerea unui produs cultural de calitate.

- asigurarea producției proprii instituționale prin încurajarea inițiativei participative;

- oferirea spațiilor amenajate ale instituției pentru parteneriate care să mărească diversificarea ofertei culturale;

d) Promovarea identității multiculturale și multi-etnice a zonei Aradului.

- încurajarea educației prin cultură;

- accentul pe cultura tradiției și inovarea artistică ce poate construi tradiții;

e) Dezvoltarea industriilor creative.

- dezvoltarea producției culturale

- educație permanentă

- susținerea și dezvoltarea rezidențelor artistice



C) Analiza organizării instituției și propuneri de restructurare și/sau organizare, după caz:

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

Instituția are un Regulament de organizare și funcționare, un stat de funcții și o organigramă adaptate la nevoile pentru o funcționare optimă toate fiind și aprobate prin Hotărâri ale Consiliului Local Municipal Arad. Toate posturile prevăzute în Organigramă sunt posturi unice și sunt pentru personal contractual.

Însă, există doar 4 posturi ocupate, din totalul de 17 pentru execuție și unul de conducere, înafara celui de manager.

Au fost elaborate Regulamentul intern, contractele individuale de muncă, fișele posturilor pentru personalul angajat și pentru posturile prevăzute în Organigrama instituției.

Posturile prevăzute în Organigramă și neocupate au fost externalizate, cum este cazul celor de contabilitate, achiziții publice și juridic.

De asemenea, va trebui întocmit un alt buget de venituri și cheltuieli pentru anul în curs, 2026, în care să fie incluse subvenții pentru asigurarea procentului de contribuție proprie financiară pentru atragerea de fonduri europene și guvernamentale nerambursabile. Aceste procente de contribuție proprie a solicitanților pentru astfel de finanțări nerambursabile este cuprins între 2% și 20%, în funcție de apelul de finanțare deschis de către organisme și instituțiile Uniunii Europene și cele guvernamentale.

2. propuneri privind modificarea reglementărilor interne;

Până ce lucrările de reabilitare și reconversie la Casa MARTA se vor finaliza, conform Proiectului Tehnic și Autorizației de Construire emisă de Primăria Arad trebuie elaborat și Contractul Colectiv de Muncă pe instituție, fiindcă numărul de persoane încadrate va fi mai mare de 10.

De asemenea, după finalizarea lucrărilor de reabilitare, va trebui adaptat Regulamentul de Ordine Interioară, care va trebui să includă măsuri de prevenire a incendiilor pentru întreaga clădire, măsuri de disciplină internă și pentru vizitatori, măsuri de siguranță etc.

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

Capacitatea instituțională este asigurată prin statul de funcții și organigrama deja existente, prin cele 19 posturi înființate, dintre care două de conducere.

În anul 2026 instituția funcționează cu un personal mult subdimensionat, fiind doar 4 posturi ocupate, din 18 disponibile în Organigrama aprobată. Alte trei posturi sunt externalizate, unul de conducere și două de execuție, astfel încât instituția să poată funcționa la minima capacitate optimă.

În Regulamentul de organizare și funcționare sunt prevăzute posibilitățile de externalizare a unor posturi, ori a unor servicii. Această posibilitate de externalizare a unor posturi sau servicii pot crește capacitatea de dinamizare a activității instituției. Cu atât mai mult cu cât deocamdată imobilul M.A.R.T.A. este o ruină, iar activitatea instituției nu se poate desfășura la sediu. Or, instituția HUB cultural mARTA are nevoie de mobilitate și dinamică pentru atragerea de fonduri care să poată asigura și reabilitarea și reconversia clădirii, dar și achiziții patrimoniale și a dotărilor necesare. În plus, având în vedere provocările crizelor actuale, sanitară, economică, conflictuală-regională, trebuie create condițiile propice și pentru munca de la distanță pentru îndeplinirea misiunii instituției.



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

În acest moment, la începutul anului 2026, instituția are un sediu atribuit în anul 2025 de către Primăria municipiului Arad, pe Bulevardul Revoluției, nr. 50.

Încă, în anul 2026, instituția nu deține nici un spațiu pe care să îl poată utiliza pentru organizarea de evenimente culturale, conform programului minimal propus prin Poiectul de management, cu excepția clădirii monument istoric Teatrul Vechi, pe care îl administrează în parteneriat cu Asociația Kamaraszinhaz din Arad, care însă se află într-o stare avansată de degradare, putând fi folosit dosar pe perioada verii.

Printr-o Hotărâre a Consiliului Local Municipal instituției i-a fost dat în administrare și clădirea monument istoric Casa MARTA, care urmează să fie reabilitată prin fondurile nerambursabile atrase în parteneriat cu Primăria Arad, prin Programul NEB, în valoare de 6.950.000 euro, în perioada 2026-2029. După reabilitare și reconversie, clădirea monument istoric MARTA va găzdui 5 săli multifuncționale pentru organizarea de expoziții, conferințe, spectacole de teatru, concerte, alte 20 de săli pentru ateliere de creație, alte 4 săli pentru cele două muzee ce vor fi amenajate, al tehnicii și tehnologiei și cel al comunităților naționale, alte 10 săli pentru alte funcțiuni (spațiu de co-working, spațiu de relaxare, magazin de suveniruri etc.), conform Proiectului Tehnic elaborat de Hub MARTA

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

Instituția delegării este un instrument obligatoriu de folosit în procesul de management. Nu există un manager care să poată acoperi integral și zilnic, la performanță maximă, obiectivele asumate printr-un program managerial, fără să utilizeze instituția delegării pentru îndeplinirea unor sarcini.

De pildă, asigurarea unei activități culturale valoroasă pentru educarea și dezvoltarea publicului nu se poate realiza fără un personal angajat de calitate profesională al instituției (sau externalizat), care poate îndeplini parte din sarcinile programului de management.

Delegarea pentru obținerea performanței manageriale devine aproape o necesitate în cazul elaborării de proiecte care pot atrage finanțări nerambursabile din fonduri europene sau guvernamentale, întrucât volumul de muncă în astfel de cazuri este foarte mare, fiind imposibil de acoperit de un singur om, managerul.

Alte cazuri în care utilizarea instituției delegării este nu doar recomandată, ci necesară, sunt cele ale elaborării de strategii specifice, în măsură să asigure desfășurarea în condiții performante de activități curente și de perspectivă ale instituției.

D) Analiza situației economico-financiare a instituției:

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

1.analiza datelor de buget din caietul de obiective

1.1 bugetul de venituri

Veniturile instituției sunt de două categorii: subvenții și venituri proprii. Pentru perioada 2023-2026 subvențiile au fost subdimensionate, față de solicitările instituției, astfel încât programul de management pentru perioada respectivă să putut fi îndeplinit. Din această cauză, dar și din cauza faptului că instituția nu a beneficiat de nici un spațiu ca sediu pentru desfășurarea activității, primind acest sediu abia în aprilie 2025, veniturile proprii propuse inițial fiind imposibil de realizat.

Cu toate acestea, instituția a depus 7 proiecte, pe diverse linii de finanțare nerambursabilă, pentru atragerea de venituri proprii. Însă, fiind o instituție nou înființată a fost greu de acumulat punctajul suficient de bun pentru a primi finanțările respective. Veniturile proprii au fost atrase prin intermediul parteneriatelor cu diferite ONG-uri, de interes local sau național.

Subvențiile propuse pentru perioada 2026-2029 vor fi cel puțin la nivelul celor propuse pentru anul 2026, deoarece, prin parteneriatul cu Primăria Arad, Hub MARTA, ca instituție de guvernanță a imobilului monument istoric Casa MARTA, va trebui să pregătească și să realizeze programele culturale propuse.

Pentru perioada 2026-2029 există deja o sursă de venituri proprii, în valoare totală de 135.000 euro, care a fost atrasă prin managementul instituției prin parteneriatul cu Primăria Arad, în Programul de finanțare nerambursabilă New European Bauhaus al Comisiei Europene. Fondurile vor fi utilizate pentru programele culturale ale instituției, la capitolul SOFT al programului de finanțare.

Tot pentru perioada 2026-2029, prin Proiectul de management propus, instituția va accesa alte fonduri nerambursabile ale programelor europene, cum ar fi <https://www.europa-creativa.eu/> sau ale ADR Vest, sau ale programelor Ministerului Culturii <https://www.cultura.ro/>

Veniturile proprii, pentru perioada 2026-2029, vor putea fi suplimentate din închirierile echipamentelor de sonorizare și light design achiziționate în anul 2025, conform unor tarife ce vor sta la baza ofertelor de închiriere.

O altă sursă de venituri proprii, începând cu anul 2026 va fi din exploatarea autobuzului supraetajat ce va fi dat în folosință pentru turism cultural în municipiul Arad începând din vara anului 2026 (circa 90.000 lei, în primul an, din bilete, închirieri etc.)

După finalizarea lucrărilor de reabilitare a imobilului monument istoric Casa MARTA, veniturile proprii și cele atrase vor crește exponențial, datorită spațiilor care vor putea fi folosite pentru organizarea de evenimente culturale, fiind estimate venituri de circa 1.190.000 lei anual. Anexăm Macheta financiară propusă pentru Programul NEB.

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

Bugetul de cheltuieli propus pentru anul 2026 nu a fost aprobat nici la nivel național, nici la nivel local, la data depunerii Proiectului de management. Cu toate acestea, anexăm propunerea pentru proiectul de buget pentru anul 2026.

Pentru perioada 2023-2026, Bugetul de cheltuieli a fost subdimensionat și la categoria personal, și la categorie bunuri și servicii, precum și la capitolele de cheltuieli cu colaboratorii. La capitolele de cheltuieli cu întreținerea și cheltuieli de capital nu au fost necesare sume prevăzute pentru aceeași perioadă, pentru că instituția nu a avut niciun sediu și nici un spațiu de administrat până în anul 2025.

Pentru perioada 2026-2029 Bugetul de cheltuieli de personal va depăși nivelul propus pentru anul 2026, deoarece va fi necesar creșterea numărului de persoane angajate, conform Organigramei aprobate, de la 4 la cel puțin 10 angajați.

Apoi, un alt capitol la care vor crește cheltuielile este acela al cheltuielilor de întreținere, atât la sediul de pe bulevardul Revoluției, nr. 50, cât și la Casa MARTA, după reabilitare. Cheltuielile la capitolul colaboratori vor crește de asemenea datorită dezvoltării programului cultural și creșterii numărului de colaboratori.



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

Întrucât în caietul de obiective sunt specificate două perioade total distincte pentru care ar trebui efectuată această analiză comparativă, respectiv 2023-2026, estimată și realizată, și 2026-2029, doar estimată, enunțul fiind confuz, Proiectul de management pentru perioada 2026-2029 prezintă ambele analize comparative, pentru ambele perioade, conform tabelului solicitat, atât programele realizate în perioada 2023-2026, cât și propunerile pentru perioada 2026-2029:

Propuneri pentru perioada 2026-2029:

NR.CTR.	Programul /proiectului	Devizul estimat (mii lei)	Devizul realizat	Observatii , comentarii , concluzii
1	2	3	4	%
1.	Reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric M.A.R.T.A., care va deveni sediul instituției. -amenajarea și dotarea sălilor și spațiilor, în funcție de destinația fiecăreia: săli pentru rezidențe teatrale, artă plastică, artă fotografică, de dans modern, de circ, de muzică și multimedia; săli multivalente pentru organizarea de spectacole, concerte, expoziții și târguri și workshop-uri; sală de bar-restaurant; camere și spații pentru cazarea oaspeților, a rezidenților sau a artiștilor invitați la evenimentele organizate; ateliere pentru educație permanentă și pentru producție culturală; sălile de expoziție ale celor două colecții muzeale; birourile instituției; magazin de suveniruri; săli pentru Casa de Cultură a Studenților din Arad; sală pentru tipografie; studio de înregistrări audio;	35.000		

2.	Educația permanentă prin reconversie profesională în domenii din industria spectacolului și prin cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative. -cursuri organizate în parteneriat cu instituții de învățământ superior pentru profesii și meserii din industria spectacolului; -cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative și management cultural; -înființarea de ateliere pentru producția de aparate, aparatură și mașinării pentru industria de divertisment stradal;	300		
3	Susținerea și promovarea rezidențelor artistice și a parteneriatelor publice-private. -rezidențe artistice în: muzică, teatru, film, dans, arte plastice, artă fotografică, circ și multimedia; -parteneriate pentru utilizarea spațiilor din Casa MARTA și pentru coproducții artistice;	300		
4	Promovarea instituției și a programelor culturale. -administrarea website-urilor www.hubmarta.ro, www.undergroundfestival.ro, www.revistamarta.ro ; -administrarea paginilor pe rețele de socializare; -redactarea și tipărirea revistei grafice și tipărire a imobilului -înființarea unei tipografii digitale;	300		



	-amenajarea unui studio multimedia;			
5	Amenajarea colecțiilor muzeale „Muzeul tehnicii și tehnologiei” și „Muzeul comunităților naționale din Arad”. -cercetarea, achiziția de obiecte, fotografii și documente, amenajarea colecției muzeale „Muzeul tehnicii și tehnologiei arădene”; -cercetarea, achiziția de obiecte, înregistrări, fotografii, costume, amenajarea colecției muzeale „Muzeul comunităților naționale din Arad”; -târg anual al produselor tradiționale, create de meșteri populari;	1.000		
6	Înființarea Casei de Cultură a Studenților. -Casa de Cultură a Studenților, parteneriat instituțional și public-privat;	500		
7	Programe culturale. Proiecte: -Expozițiile de artă plastică și artă fotografică ale rezidenților; -Simpozionul de sculptură de la Arad -Revista de cultură mARTA -Bienala de artă numerică -Bienala de artă holografică -Festivalul internațional de teatru și film al producțiilor independente Underground -Workshop-urile mARTA -Conferințele mARTA, promovarea istoriei locale -HUB literar mARTA	9.000		



	-Festival de fanfare și wind orchestra -Fusion Festival -World Music Festival -Festivalul internațional al jocului fecioresc -Festivalul de teatru și film al elevilor și studenților -Festival internațional de teatru- circ Arcadia -Festivalul stradal al basmelor și al poveștilor -Circuite turistice culturale cu autobuzul supraetajat -Producții teatrale și cinematografice -"Aradul colorat"-proiect de amenajare artistică urbană			
	Total:30.080	Total :46.400	Total:	

Pentru perioada 2023-2026:

Nr. Crt.	Programul/proiectul	Devizul estimat	Devizul realizat	Observatii, comentarii, concluzii
(1)	(2)	(3)	(4)	(%)
ANUL 2023				
1.	Simpozionul de sculptura, ediția a I a	84.716	84.716	
2.	Workshop mARTA, Renshi de Arad	9.605,00	9.605,00	
3.	Realizare pagini web	33.982,00	33.982,00	
4.	Atelier dramaturgie AR-FUN	2.500,00	2.500,00	
TOTAL ANUL 2023		130.803	130.803	
ANUL 2024				
1.	Workshop mARTA, Renshi de Arad	30.000,00	11.000,00	
2.	AR-FUN, WORKSHOP 2024	25.000,00	17.000,00	
3.	Teatru aplicat în educația non-formală	20.000,00	12.000,00	
4.	Arad, Platoul de cinema	26.000,00	21.000,00	
5.	Roots (Rădăcini)-workshop Marta	44.000,00	34.000,00	
6.	Producție spectacol "The voyager"	30.000,00	19.000,00	
7.	Cronica-între reclamă și protecția consumatorului-workshop Marta	35.000,00	19.000,00	
8.	Înființarea trupei Art-Studio	0,00	0,00	
9.	Festival de circ "Arcadia"	50.000,00	50.000,00	
10.	Festival de teatru și film pentru elevi	0,00	0,00	
11.	Înființare ansamblu folcloric și Festivalul	0,00	0,00	

	jocului fecioresc (patrimoniul UNESCO)			
12.	Bienala de artă numerică, holografică, video-mapping și artă stradală, ediția I	0,00	0,00	
13.	Arad Fusion Festival, ediția II	361.000,00	361.000,00	
14.	Festivalul basmelor și povestilor	0,00	0,00	
15.	Înființarea fanfarei orașului și Wind Orchestra Meeting	0,00	0,00	
16.	Simpozionul de sculptură, ediția II	0,00	0,00	
17.	Rezidențe artistice mARTA.	5.000,00	60,00	
18.	Cenacul literar-jurnalistic româno-maghiar-german	0,00	0,00	
19.	Publicații	0,00	0,00	
20.	Educația permanentă, cursuri și ateliere în industria spectacolului, producția de mașinării industria de divertisment etc.	0,00	0,00	
21.	Înființare Casa de cultură a studenților	0,00	0,00	
22.	Organizarea colecțiilor muzeale: "Muzeul tehnicii și tehnologiei", "Muzeul etnografic". Dezvoltare turism cultural	0,00	0,00	
23.	Festivalul Underground ediția a XIV-a	615.000,00	615.000,00	
24.	Aradul Colorat	50.000,00	31.284	
TOTAL ANUL 2024		1.291.000	1.190.344	
ANUL 2025				
1.	Producție spectacol " Maria Tanase si Edith Piaf "	30.000,00	30.000,00	
2.	Hub literar Marta	9.000,00	9.000,00	
3.	Functionarea trupei de teatru "Art Studio "	1.000,00	1.000,00	
4.	Circuite turistice virtuale prin Arad	1.000,00	1.000,00	
5.	Noaptea de poezie , ed. II	10.000,00	10.000,00	
6.	Renshi de Arad 2025, ediția a III a	15.000,00	15.000,00	
7.	Rezidențe artistice Marta	25.000,00	25.000,00	
8.	Aradul Colorat	35.000,00	35.000,00	
9.	AR-FUN, WORKSHOP 2024	5.000,00	5.000,00	
10.	World Music Meeting	100.000,00	100.000,00	
11.	Workshop spectacole pentru copii sub 5 ani	1.000,00	1.000,00	
12.	"Cancel culture"	10.000,00	10.000,00	
13.	Arad Platoul de cinema, ed. A II	20.000,00	20.000,00	
14.	Workshop "Comedia ca o provocare "	10.000,00	10.000,00	
15.	Festivalul Underground ediția a XV	650.000,00	650.000,00	
16.	Arad Fusion Festival, ediția a II	300.000,00	300.000,00	
17.	Festivalul de circ Arcadia, ed. V	100.000,00	100.000,00	
18.	Simpozionul de sculptură, ediția a III a	10.000,00	10.000,00	
19.	Festival de teatru și film pentru elevi	1.000,00	1.000,00	
20.	Publicații	1.000,00	1.000,00	
21.	Organizarea colecțiilor muzeale	1.000,00	1.000,00	

	"Muzeul tehnicii și tehnologiei", "Muzeul etnografic". Dezvoltare turism cultural			
TOTAL ANUL 2025		1.335.000	1.335.000	
TOTAL GENERAL Anii 2023,2024,2025		2.756.803	2.656.147	

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

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

Deoarece instituția nu a beneficiat de un sediu până în anul 2025 și nici nu a beneficiat de dotări strict necesare pentru desfășurarea activităților de bază și a programului minimal, veniturile proprii din bilete vândute și din abonamente vândute la evenimentele culturale organizate în spații închiriate, în anii 2024 și 2025 au fost în valoare de 43.910 lei. Biletele au avut o valoare nominală de 30 lei, preț întreg, și 20 lei, preț redus pentru elevi, studenți și pensionari. Abonamentele au costat 300 lei nominal, pentru 10 spectacole.

Până la finalizarea lucrărilor de reabilitare la Casa MARTA, evenimentele culturale ale instituției vor fi organizate în spații închiriate sau în parteneriate, Teatrul Vechi, cluburi, mall-uri, foste sau actuale hale industriale etc. Pentru a crește accesibilitatea la actul cultural, fiecare proiect cultural va include și evenimente în spații publice, piețe, parcuri, cu acces gratuit al spectatorilor.

Vor fi organizate spectacole de teatru și film, concerte, iar prețul билетelor poate oscila între 10 lei, pentru copii, elevi și studenți și 30 lei, prețul întreg. .

Cu aceleași valori ale prețurilor pentru bilete se vor organiza festivalurile propuse, cu un public estimat la circa 5.000 de spectatori pe an, ceea ce înseamnă, în medie, venituri proprii în valoare de circa 100.000 lei pe an.

O altă sursă de venituri proprii din vânzări de bilete este cea creată de circuitele de turism cultural cu Autobuzul supraetajat ce va circula din vara anului 2026. Prețul unui bilet va fi de 10 lei, preț întreg, și 5 lei de persoană pentru grupuri organizate. Estimarea veniturilor din această sursă este de circa 90.000 lei pe an.

Prețul redus al билетelor este de 10 lei, iar prețul întreg este de 30 de lei. Persoanele cu dizabilități vor avea intrarea gratuită la orice eveniment cultural organizat de instituție.

După finalizarea lucrărilor de reabilitare, pentru cele două expoziții permanente muzeale sunt estimați circa 200 de vizitatori pe zi, ceea ce ar genera venituri proprii în valoare estimată de 700.000 lei, cu un preț al билетului de 10 lei de persoană și 5 lei de persoană pentru grupuri organizate, elevi, studenți și pensionari.

După finalizarea lucrărilor de reabilitare, cele 5 săli de spectacole și concerte vor putea produce venituri proprii estimate la circa 276.000 lei pe an, la un preț mediu al билетului de 20 lei.

3.2 analiza veniturilor proprii realizate din alte activități ale instituției;



În perioada 2023-2026 s-a reușit atragerea de venituri proprii din parteneriatul cu UNITER pentru Festivalul Underground, în valoare de 10.000 lei.

Înainte de finalizarea lucrărilor de reabilitare și reconversie a imobilului monument istoric M.A.R.T.A., instituția poate realiza venituri proprii din inițierea cursurilor de specializare și perfecționare, precum și a cursurilor de reconversie profesională, în industrii creative și în industria de divertisment, a spectacolelor și concertelor, organizate împreună cu instituții de învățământ superior și cu antreprenori în domeniul educației permanente. În primul ciclu de învățământ, 2027-2028 se estimează o participare de circa 30 de cursanți, ceea ce ar însemna, în medie, venituri proprii de circa 15.000 lei. După finalizarea lucrărilor de reabilitare această sursă va putea genera venituri proprii estimate la circa 100.000 lei pe an.

Alte venituri proprii vor fi realizate din închirierea instalațiilor de sonorizare și de light-design achiziționate în cursul anilor 2025 și 2026. Acestea pot fi estimate la circa 30.000 lei pe an, în funcție de solicitările venite din partea altor producători de evenimente.

După finalizarea lucrărilor de reabilitare a clădirii monument istoric Casa MARTA, veniturile proprii ale instituției vor fi realizate și din alte surse, cum ar fi parteneriatele publice private: spațiul de co-working și cafe-bar, circa 12.000 lei pe an, magazinul de suveniruri, circa 4.000 lei pe an, școlile de dans, circa 36.000 lei pe an, sălile de atelier pentru artiști, circa 12.000 lei pe an, expozițiile de artă, circa 36.000 lei pe an. De asemenea, o altă sursă de venituri este cea din coproducții artistice, estimată la circa 60.000 lei pe an.

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

Cel mai important parteneriat cu o autoritate locală, pentru perioada 2026-2029, este cel cu Primăria Arad, pentru realizarea Programului NEB al Comisiei Europene privind la reabilitarea și reconversia clădirii monument istoric Casa MARTA, finanțare nerambursabilă în valoare de 6.500.000 euro.

În schimb, pot fi realizate venituri proprii și prin parteneriate cu autorități locale din alte țări europene, prin accesarea de fonduri ale ministerelor culturii din diverse țări europene, ori ale instituțiilor Uniunii Europene. Aceste parteneriate, pentru susținerea diverselor activități ale instituției, pot genera venituri, pentru întreaga perioadă de management, de circa 500.000 lei.

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

4.1.analiza ponderii cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor;

Pentru perioada 2023-2026, ponderea cheltuielilor de personal a fost de 883.350 lei, dintr-un total de cheltuieli de 5.939.347 lei, adică un procent de 14,87%.

Pentru anul 2026 a fost estimată o cheltuială la capitolul personal de 549.000 lei, pentru 7 angajați, față de 5 câți sunt la data depunerii Proiectului, dintr-un total solicitat de 5.051.000 lei, ceea ce înseamnă o pondere de circa 10,82%. Cu alte cuvinte, la un număr mai mare de angajați scade ponderea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor și crește randamentul instituției.

Pentru întreaga perioadă de management, 2026-2029, ponderea cheltuielilor de personal este estimată tot la un procent maxim de 11% din cheltuielile totale, chiar dacă se estimează un necesar de personal de minim 10 angajați, din totalul de 19 prevăzuți în Organigrama aprobată.

4.2.analiza ponderii cheltuielilor de capital din bugetul total;

Având în vedere că beneficiarul finanțării nerambursabile al Programului Neb al Comisiei Europene, în valoare de 6.500.000 euro, este municipiul Arad, prin parteneriatul dintre Primăria Arad și HUB mARTA, ponderea cheltuielilor de capital ale instituției va tinde spre zero în perioada 2026-2029.

În schimb, în estimările pentru viitorul buget de venituri și cheltuieli, cheltuielile de capital vor avea cea mai mare pondere, fiindcă vor reprezenta fonduri atrase și cheltuite pentru reabilitarea și reconversia corpului C3 al clădirii monument istoric, care nu este inclus în actuala reabilitare a corpurilor C1 și C2, prevăzute în Proiectul Tehnic, aprobat prin Autorizația de Construire emisă de Primăria municipiului Arad.

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

Până la finalizarea lucrărilor de reabilitare și reconversie a monumentului istoric Casa MARTA, gradul de acoperire a cheltuielilor cu salariile din subvenție este și va fi și în perioada 2026-2029 de 100%.

După finalizarea lucrărilor de reabilitare, adică după anul 2029, gradul de acoperire a cheltuielilor cu salariile din subvenție va scădea la 80% în primii ani și până la 50% în următorii 10 ani, conform estimărilor prin Programul de finanțare NEB, având în vedere posibilitatea creșterii veniturilor proprii de până la circa 40% din totalul veniturilor.

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

Pentru perioada 2023-2026 ponderea cheltuielilor efectuate în cadrul raporturilor contractuale, altele decât contractele individuale de muncă (drepturi de autor etc.) a fost de circa 45%.

Pentru perioada 2026-2029 această pondere va rămâne la același nivel, pentru că prin aceste raporturi contractuale se desfășoară cea mai mare parte din activitatea instituției. Atât prin contractele prin care sunt organizate evenimentele culturale, cât și prin contractele pentru serviciile externalizate (contabilitate, juridic, achiziții etc.)

4.5.cheltuieli pe beneficiar, din care:

(a)din subvenție:

În perioada 2023-2026, cheltuielile pe beneficiar, din subvenții, au variat între 1280 lei, în anul 2023, și 64 lei, în anul 2024, respectiv 84 lei, în anul 2025. Asta în condițiile în care numărul de beneficiari a crescut în doar 3 ani de la 0 la 65.000, incluzând beneficiarii neplătitori ai evenimentelor culturale cu intrare gratuită și următorii paginilor web și a paginilor de socializare.

Pentru perioada 2026-2029, cheltuielile pe beneficiar, din subvenții, dacă bugetele aprobate vor fi cele estimate, adică de circa 4.200.000 lei subvenții anuale, iar numărul beneficiarilor direcți și indirecti va depăși numărul de 100.000, mai ales după finalizarea lucrărilor de reabilitare, când numărul acestora (directi și indirecti) va depăși 130.000 pe an, cheltuielile pe beneficiar sunt estimate între 42 lei și 32 de lei.

(b)din venituri proprii:

Prin Proiectul de management, pentru perioada 2026-2029, sunt estimate venituri proprii, din surse atrase și din activitatea de bază, de circa 38.000.000 lei (35.000.000 lei din Programul NEB), care includ sumele pentru reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric și face referire și la perioada de după încheierea lucrărilor de reabilitare și reconversie. Raportat la un număr de beneficiari direcți și indirecti de circa 100.000 pe



an, înseamnă o cheltuială de aproximativ 127 lei pentru fiecare beneficiar direct și indirect, din venituri proprii.

După încheierea lucrărilor de reabilitare și reconversie ale imobilului monument istoric Casa MARTA, sursele de venituri proprii vor fi următoarele:

- coproducții artistice (lucrări de artă, albume muzicale, cărți, spectacole de teatru, producții cinematografice);

- parteneriate publice-private pentru eficientizarea sălilor de spectacole și concerte și a sălilor multifuncționale din Casa MARTA;

- biletele și abonamentele vândute la evenimentele organizate de instituție;

- biletele vândute la cele două muzee amenajate în interior;

- turismul cultural promovat prin intermediul autobuzului supraetajat;

- cursuri pentru educație permanentă;

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

Propuneri, pentru întreaga perioadă de management:

1.viziune;

Proiectul de management pentru perioada 2026-2029 are trei piloni de bază, pe care își definește construcția: parteneriatul cu Primăria Arad pentru reabilitarea și reconversia clădirii monument istoric Casa MARTA, Strategia Structurală în Domeniul Culturii elaborată de Ministerul Culturii din România pentru perioada 2023-2030 și Strategia de Dezvoltare Culturală a Municipiului Arad pentru perioada 2026-2031, la elaborarea căreia instituția a participat direct.

Proiectul de management, pentru întreaga perioadă de trei ani, urmărește tendințele de finanțare a programelor și proiectelor culturale la nivel european. Adică, propune o schimbare a paradigmei finanțării instituțiilor publice de cultură.

Deși în România toate legile care reglementează organizarea și funcționarea instituțiilor publice de cultură vizează, cu preponderență, finanțarea din fonduri publice, locale, sau naționale, majoritatea finanțărilor din fonduri nerambursabile furnizate de Uniunea Europeană au în vedere parteneriatele publice-private, între instituții și ONG-uri sau antreprenori în domeniul culturii. În bugetul UE pentru perioada 2021-2027, multe dintre aceste programe de finanțare cer ca liderul de proiect să fie un ONG în parteneriat cu o instituție publică și tot mai multe dintre programe sunt dedicate antreprenoriatului în cultură. Inclusiv în programele cu finanțare guvernamentală din România, ponderea finanțărilor adresate parteneriatelor publice-private câștigă tot mai mult teren, în special datorită politicilor culturale europene.

Asta în seamnă că trebuie schimbată și viziunea unui management performant al unei instituții publice de cultură din România.

Astfel, prezentul proiect de management pentru HUB cultural mARTA încearcă să schimbe accentul finanțărilor pentru programele proprii, de pe subvențiile din bugetul local pe venituri proprii atase atât din activități, dar mai ales din parteneriate publice –private.

De asemenea, viziunea asupra dezvoltării instituției implică și dimensiunea impactului social-economic, care programele culturale le vor avea asupra societății arădene și a celor din zonele apropiate.



Pe de altă parte, publicul din Arad nu mai este arădean de multă vreme. Sunt români veniți din Oltenia, din Moldova, din toate regiunile României, în plus fiind migranții din țările asiatice, țările Orientului Mijlociu, care nu cunosc istoria locului și nici nu rezonază cu ea. Pentru acest public trebuie gândit un program de educare culturală a istoriei locale, astfel încât să devină cetățeni care își asumă un rol în dezvoltarea Aradului.

2.misiune

Misiunea instituției este inclusă în numele acesteia HUB mARTA: un centru de interes cultural (HUB) care dezvoltă programe pentru toate cele șapte arte, adresându-se unei comunități multiculturale, multietnice și utilizând tehnologii multimedia și metode interdisciplinare (mARTA).

Principala misiune a HUB cultural mARTA este de a impune cultura ca factor de dezvoltare economică locală!

HUB cultural mARTA va fi un model de bune practici în parteneriate publice-private, locale, naționale și internaționale, care vor putea fi implementate inclusiv pentru reconversia Cetății Aradului.

Pentru îndeplinirea misiunii instituției HUB cultural mARTA proiectul de management propune inițierea de servicii culturale inedite, altele decât cele oferite de către celelalte instituții culturale deja existente.

Prin misiunea sa, proiectul de management pentru HUB cultural mARTA propune dezvoltarea și diversificarea ofertei culturale a municipiului Arad, astfel încât atât imobilul monument istoric, cât și orașul Arad, să devină destinații ale turismului cultural, precum și un magnet pentru reconversii profesionale, inițiative artistice, curatoriale și organizatorice.

3.obiective (generale și specifice)

Conform caietului de obiective și a Regulamentului de organizare și funcționare instituția HUB cultural mARTA are următoarele obiective generale:

- desfășurarea de activități în domeniul cultural, reprezentând servicii culturale de utilitate publică, cu rol în asigurarea coeziunii sociale;

- administrarea imobilului monument istoric Casa MARTA, pus la dispoziție atât pe perioada implementării Programului de finanțare NEB, 2026-2029, cât și după finalizarea lucrărilor de reabilitare

- oferirea de produse și servicii culturale diverse pentru satisfacerea nevoilor culturale comunitare, în scopul creșterii gradului de acces și de participare a cetățenilor la viața culturală;

- conservarea, cercetarea, protejarea, transmiterea, promovarea și punerea în valoare a culturii tradiționale, a culturii europene și a patrimoniului cultural material și imaterial;

- educația permanentă și formarea profesională continuă de interes comunitar, în afara sistemelor formale de educație

- desfășurarea de activități în domeniul cultural, cu rol în asigurarea coeziunii sociale și a accesului la informație și de administrare a spațiului aferent imobilului

- organizarea și desfășurarea activităților de tipul evenimentelor culturale cu rol educativ sau de divertisment, expoziții temporare sau permanente, elaborarea de monografii, editarea de cărți și publicații, promovarea turismului cultural, cercetare în domeniul artelor și culturii, stagii de voluntariat, promovarea tradițiilor și patrimoniului industrial;

În proiectul de management obiectivele sunt SMART. Adică sunt: specifice, măsurabile, realizabile, relevante și temporale.



Specifice:

- fiindcă, prin proiectul de management, este primul proiect care propune reconversia unui imobil monument istoric cu arhitectură industrială într-un monument istoric cu destinație culturală, protejând astfel patrimoniul material, dar și tradiția imobilului;
- imobilul va găzdui un muzeu al tehnicii și tehnologiei și un muzeu al comunităților naționale din Arad;
- programele de educație permanentă au ca scop reconversia profesională în domeniul culturii;
- instituția este prima care reconstruiește un autovehicul emblematic al Aradului, autobuzul supraetajat;
- prin programul de management, instituția va fi prima care va pune spații amenajate și dotate corespunzător la dispoziția inițiativei artistice private sau organizaționale;
- instituția este prima de acest gen care va organiza rezidențe artistice în toate domeniile artelor și culturii;
- produsele culturale ale atelierelor, workshop-urilor, rezidențelor artistice, cercetărilor culturale sau științifice, stagiilor de voluntariat și activitățile curatoriale vor constitui una dintre sursele principale de venituri proprii ale instituției, prin coproducții;
- parteneriatele publice-private și parteneriatele instituționale vor asigura diversificarea ofertei culturale și patrimoniale;

Măsurabile:

- protejarea patrimoniului material și imaterial local este măsurabilă în reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric, prin finanțări nerambursabile și prin organizarea de spații și evenimente curatoriale, precum și de festivaluri care să pună în valoare patrimoniul imaterial local-circa 50 de spații amenajate, circa 10 programe cu finanțare nerambursabilă, circa 50 de produse culturale, circa 20 de parteneriate publice-private și instituționale, circa 10 rezidențe artistice, două expoziții muzeale și de patrimoniu, trei ateliere de producție în industria creativă;
- activitățile propuse spre organizare prin proiectul de management sunt măsurabile prin numărul de participanți la ateliere, workshop-uri, rezidențe artistice, activități curatoriale și stagii de voluntariat, dar și festivalurile, taberele, conferințele și simpozioanele organizate vor avea circa 1.000 de participanți pe întreaga perioadă a proiectului de management;
- evenimentele culturale, expozițiile, festivalurile organizate prin proiectul de management vor avea un public estimat la circa 100.000 de spectatori și vizitatori pentru întreaga perioadă de trei ani;
- activitățile pentru educația permanentă vor avea circa 500 de cursanți și participanți pe întreaga perioadă a proiectului de management;
- participarea spectatorilor va putea fi măsurată și prin numărul de bilete vândute, prin sistemul on-line propriu, ce va fi creat, sau prin intermediul platformelor existente;
- numărul de vizitatori ai website-urilor create pentru instituție, www.hubmarta.ro, www.undergroundfestival.ro, www.revistamarta.ro, estimat la minim 300.000 de vizitatori pe întreaga perioadă;

Realizabile:

- se urmărește îndeplinirea Proiectului Tehnic, pus la dispoziția Primăriei Arad, pentru reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric Casa MARTA;



-se dezvoltă echipa de angajați ai instituției necesară pentru această etapă, conform Organigramei aprobate și conform necesităților ce survin pentru implementarea Programului de finanțare NEB ;

-se întocmesc proiecte pentru atragerea de finanțări nerambursabile asigurate de Uniunea Europeană sau de guverne ale țărilor europene, pentru dezvoltarea programelor culturale propuse;

-programele pentru educația permanentă pot fi începute și înainte de reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric M.A.R.T.A., prin parteneriate publice-private cu entități specializate în programe educaționale sau prin parteneriate cu instituții de învățământ acreditate;

-multe dintre evenimentele și festivalurile propuse prin proiectul de management pot fi organizate și în alte spații decât imobilul monument istoric, ce urmează a fi reabilitat, cum ar fi rezidențele artistice, Festivalul Underground, festivalul de teatru și film pentru elevi și studenți, festival de fanfară, tabere de sculptură, bienală de artă numerică, bienală de artă holografică etc.;

-promovarea instituției se poate continua și înainte de reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric, prin paginile web și prin rețelele de socializare, dar și prin editarea și tipărirea monografiei MARTA și prin realizarea revistei de cultură de anvergură europeană "mARTA";

-se încep cercetarea științifică și achizițiile pentru colecțiile muzeale Muzeul tehnicii și tehnologiei și Muzeul comunităților naționale din Arad;

-se încearcă atragerea de fonduri nerambursabile și pentru lucrările de reconversie și reabilitare ale corpului C3 al monumentului istoric;

-autobuzul supraetajat, ce va fi reconstruit după modelul celui fabricat la MARTA în anul 1910, va promova turismul cultural în Arad;

Relevante:

-reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric M.A.R.T.A. vor produce un spațiu total nou pentru cultura Aradului și pentru viața culturală din vestul României;

-rezidențele artistice vor schimba atitudinea față de inițiativa culturală privată și organizatorică în sensul susținerii și dezvoltării ei;

-programele de educație permanentă și reconversie profesională vor pregăti personal specializat în domenii din industrii creative și management cultural, care poate contribui la dezvoltarea culturală viitoare a Aradului, dar și la diversificarea pieței muncii din zona de vest a României;

-imobilul devine o destinație pentru turismul cultural, chiar înainte de reabilitare, datorită autobuzului supraetajat care va circula prin Arad și a monografiei MARTA ce va fi publicată;

Temporale:

-proiectul arhitectural pentru reconversie și reabilitare a imobilului monument istoric se va implementa pe întreaga perioadă de management, 2026-2029;

-perioadele în care se desfășoară programele culturale propuse sunt bine definite pe parcursul fiecărui an din perioada de management;

-realizarea revistei "mARTA" se face în primul an al proiectului de management;

-monografia imobilului se tipărește în primul an al proiectului de management;



-cercetarea și achizițiile pentru Muzeul tehnicii și tehnologiei și pentru Muzeul comunităților naționale se vor realiza în întreaga perioadă de management;

-evenimentele culturale, atelierele, taberele și festivalurile ce se pot desfășura în afara imobilului monument istoric vor fi organizate în întreaga perioadă a proiectului de management;

4.strategia culturală, pentru întreaga perioadă de management;

Strategia culturală a instituției HUB cultural mARTA , prin acest proiect de management, se clădește pe răspunsurile la următoarea întrebare:

Ce s-ar întâmpla dacă HUB cultural mARTA nu ar exista?

Răspunsurile sunt simple: clădirea monument istoric este o ruină în centrul orașului Arad; arădenii habar nu au despre istoricul clădirii și nici despre potențialul ei; memoria colectivă existentă locală, asupra istoriei tehnologiei și tehnicii din Arad, se estompează odată cu trecerea timpului; absolvenții Liceului de artă „Sabin Drăgoi”, care ar putea deveni viitorii artiști profesioniști ai Aradului, își caută alte orașe în care să se exprime artistic; inițiativele artistice private și organizaționale nu au spații în care să își expună actul cultural; publicul instituțiilor de cultură existente se micșorează odată cu micșorarea populației care habitează sau vizitează orașul.

Deci, fără HUB cultural mARTA nu s-ar fi întâmplat nimic pentru dezvoltarea și diversificarea vieții culturale din Arad! Asta ne dorim? Cu siguranță, acest proiect de management nu își dorește asta!

Strategia culturală a HUB mARTA se pliază pe Strategia Sectorială în Domeniul Culturii la nivel național pentru perioada 2023-2030 și pe Strategia de dezvoltare Culturală a municipiului Arad pentru perioada 2025-2030, dar și pe principiile Programului NEB.

Prin urmare, proiectul de management propune ca rolul instituției să fie acela de a crea spațiul și mediul favorabile pentru dezvoltarea industriilor creative, diversificarea ofertei culturale a Aradului, creșterea accesului la actul de cultură, educația permanentă prin cultură și reconversia profesională în meserii din industria spectacolului.

Pe de altă parte, știindu-se faptul că fondurile publice sunt tot mai limitate, din cauza crizelor diverse și succesive din ultimii ani, strategia propusă pentru HUB cultural mARTA este de a dezvolta politici pentru încurajarea inițiativei private și organizaționale, care să contribuie și la dezvoltarea ofertei culturale a instituției, dar și la multiplicarea modalităților pentru creșterea veniturilor proprii ale instituției.

Cultura influențează calitatea vieții unei comunități, ceea ce înseamnă că influențează și piața locurilor de muncă din zonă, și economia, și turismul, dar și educația. Proiectul de management propune dezvoltarea acestei instituții pentru a putea contribui la dezvoltarea calității vieții din municipiul Arad.

Pentru toate aceste deziderate, proiectul de management urmărește o strategie prin care participanții la programele propuse să simtă că procesul de dezvoltare culturală le aparține și lor.

Implementarea proiectului de management va dezvolta o strategie de comunicare, prin care publicul larg va fi consultat constant, astfel încât să se simtă direct implicat în programele culturale ale instituției, utilizând cele trei pagini web și paginile de socializare, dar și mass-media locală, națională și europeană.

Se va încuraja mediul de afaceri din Arad și din zonă pentru susținerea activității HUB-ului prin oferirea de bane culturale, deductibile fiscal, pentru a participa la evenimentele HUB-ului sau pentru a cumpăra produse culturale prin decontare.



Proiectul de management își propune implicarea cât mai multor persoane, prin parteneriate, voluntariat, inițiativă organizațională și privată, consultare publică. Oricum, strategia instituției va avea nevoie atât de persoanele care trebuie implicate în proiectul de management, adică personalul angajat, precum și de persoanele care vor să fie implicate, adică inițiativele private sau organizatorice.

Strategia culturală a instituției, pe întreaga perioadă a proiectului de management, se bazează pe punctele tari din analiza SWOT.

În același timp, strategia culturală a instituției nu poate să nu țină seama de tendințele politice locale, naționale și europene, de tendințele social-culturale, de cele tehnologice, de tendințele legislative și, nu în ultimul rând, de cele din politicile de protecția mediului.

Totodată, strategia culturală a instituției poate fi schimbată în funcție de nevoile publicurilor țintă. Adică, strategia culturală este dinamică, nu este o strategie închisă în termeni și politici rigide.

Fiindcă perioada de management se întinde pe trei ani, timpul este foarte important pentru îndeplinirea strategiei.

În primul an se va începe implementarea proiectului pentru reabilitarea și reconversia monumentului istoric și se vor depune proiecte pentru accesarea de fonduri nerambursabile europene sau guvernamentale pentru reabilitarea corpului C3. Două apeluri de finanțare, pentru astfel de obiective, vor fi lansate în cursul anului 2026, Programul Regional Vest și INTERREG RO-HU. Tot în primul an se vor stabili partenerii instituționali și cei organizaționali sau antreprenoriali, din România și din alte țări europene, pentru a putea accesa alte fonduri europene și guvernamentale nerambursabile, pentru dezvoltarea programelor HUB-ului cultural MARTA, cum ar fi <https://www.europa-creativa.eu/>, fonduri SEE, fondurile AFCN, ale Ministerului Culturii din România, ale Ministerului Culturii din Ungaria etc.

Ceilalți doi ani vor fi dedicați finalizării lucrărilor de reconversie și de amenajare și dotare a spațiilor, dar și de implementare a programelor instituției, care pot fi desfășurate și în alte locuri și spații decât în imobilul monument istoric.

Proiectul de reabilitare și reconversie a clădirii monument istoric MARTA, prin intermediul instituției special înființate de către Consiliul Local Municipal Arad și aflată în subordinea Primăriei Municipiului Arad, abordează mai multe modalități de implementare și guvernare post implementare, utilizând cele șase valori de bază și principii de lucru ale NEB, după cum urmează:

1. Estetică

Monumentul istoric MARTA este construit la începutul secolului XX, în stil secesion, fiind prima clădire din beton din Arad. Astăzi este singurul monument de acest tip din municipiul Arad, fiind și o oază arhitecturală în mijlocul unei zone mixtă nou creată, industrială, comercială, edilitară, rezidențială și sportivă a orașului. Prin urmare se va respecta stilul în care a fost construită.

Zona în care este situat monumentul istoric este una post-industrială, acum 35 de ani activând aici Complexul de Prelucrare a Lemnului (în prezent, o zonă rezidențială) Uzina de Vagoane ASTRA (parțial transformată în zonă comercială, parțial zonă industrială), Baza de Aprovizionare Teritorială (în prezent, zonă comercială), Întreprinderea de Legume și Fructe, Abator și Fabrică de Mezeluri (în prezent zonă comercială și rezidențială), clădirea Universității "Aurel Vlaicu".

Realitatea socio-culturală actuală situează zona clădirii MARTA în mijlocul noului centru comercial al Aradului, care deservește, prin cele două mall-uri, Atrium și AFI, 5 sedii de bănci, Gara CFR, Autogara, 4 centre medicale, supermarket-uri și stadionul UTA, circa



30.000 de locuitori ai zonei, dar și toți cetățenii municipiului precum și turiștii. Ceea ce înseamnă că noul centru de interes cultural are de la început o adresabilitate concretă.

Unicitatea Proiectului este dată atât de istoria clădirii, fiind prima fabrică de autovehicule și autoturisme de pe actualul teritoriu al României, dar și în această zonă a Europei Centrale și de Est, precum și prin propunerea amenajării singurului Muzeu al Tehnologiei și Tehnicii din Vestul României și prin reconstruirea autobuzului supraetajat MARTA, care va efectua circuite de turism cultural în Arad.

Proiectul îmbunătățește valoarea estetică a zonei prin intermediul artei și datorită faptului că reconversia clădirii va fi într-un centru cultural complex. Toate construcțiile din jurul monumentului istoric au arhitectura secolului XXI.

Programul acțiunilor culturale și viziunea de management a proiectului vor utiliza evenimentele artistice și culturale, prin crearea unui centru de interes cultural, în care interacțiunea dintre oferta culturală și cererea publicurilor țintă să creeze experiențe colective, conexiuni între comunitățile etnice, diverse categorii de vârstă conectate prin aceleași alegeri culturale.

Ultimul mamut industrial, Fabrica de Vagoane marfă Greenbrier, aflat în vecinătatea clădirii monument, va fi relocat, iar zona va deveni una exclusiv rezidențială. Proiectul își propune inclusiv reconversia profesională a angajaților actualei fabrici de vagoane (sudori, mecanici etc.) în meserii din industria de spectacole și culturală, devenind astfel un curent social

Pentru reabilitarea și reconversia clădirii, Proiectul va implica studenți ai Facultății de Design din cadrul Universității "Aurel Vlaicu" din Arad, dar și artiști membri ai Uniunii Artiștilor Plastici din România, filiala Arad, cu care HUB cultural mARTA are deja încheiate acorduri de parteneriat.

2. Sustenabilitate

Având în vedere suprafața mare a amprente la sol a clădirii monument istoric (circa 4.000 metri pătrați), precum și faptul că toate acoperișurile vor fi înlocuite sau reabilite, Proiectul propune utilizarea panourilor fotovoltaice pentru crearea de energie electrică necesară activităților din interior.

În mijlocul complexului de clădiri, adică fostele hale de producție, Proiectul propune o grădină interioară, care va crea și o oază de verdeață în mijlocul unei imensități de betoane, dar se va și autosusține prin sistemul de reciclare a apei propuse, ori de colectare și re folosire a apei pluviale.

Materialele de construcție utilizate la reabilitarea și reconversia clădirii vor îndeplini normele actuale pentru protecția mediului înconjurător.

3. Incluziune

Managementul Proiectului include trei direcții pentru realizarea unei incluziuni eficiente: accesibilitatea la actul de cultură, reconversia profesională în domenii culturale și participarea directă a publicurilor țintă în organizarea activităților noului centru de interes cultural, a cărei guvernare va fi asigurată de instituția publică HUB cultural mARTA.

Accesabilitatea la actul de cultură este un deziderat al mai multor programe și proiecte culturale, însă Proiectul nostru propune următoarele metode de implementare a acestei valori europene:

- stimularea comunităților etnice locale pentru păstrarea tradițiilor identitare prin programe de finanțare, prin susținerea unor inițiative de înființare de grupuri folclorice, literare, muzicale și artistice;

- stimularea participării la actul de cultură, prin programe de activități ale instituției de guvernare, a categoriilor predispuse la excludere socială sau sărăcie, foarte prezente în

zona clădirii monument istoric (Gară, Autogară, centre comerciale etc.). De la persoane fără adăpost și cerșetori autohtoni sau tranzitorii prin Arad și până la familii nevoiașe din municipiu, ori alte categorii sociale, cum ar fi migranții și romii; pentru aceste categorii vor fi organizate programe culturale gratuite;

-oferirea unor pachete de programe culturale la prețuri accesibile pentru elevi, studenți și pensionari;

Reconversia profesională poate deveni un deziderat al municipiului Arad, având în vedere istoria industrială și muncitorească a orașului (din care face parte și clădirea MARTA) și potențialul de reconversie al obiectivelor municipalității având la dispoziție monumente istorice unice în această parte a Europei Centrale și de Est, începând cu Teatrul Vechi și Sinagoga Ortodoxă și încheind spectaculos cu unica Cetate din Europa păstrată integral, desfășurată pe 98 de hectare, pe trei niveluri, dintre care două subterane:

-Proiectul propune programe pentru reconversii profesionale în domeniul cultural și turistic, având în vedere potențialul de dezvoltare al orașului;

-înființarea unei entități de învățământ, în parteneriat cu Universitatea "Aurel Vlaicu", pentru meserii și profesii din industria spectacolului și în management cultural.

Clădirea monument istoric va găzdui două colecții muzeale, una a tehnicii și tehnologiei, iar cealaltă a comunităților naționale. Ambele au fost gândite ca un răspuns la nevoile și cererea arădenilor de a-și reprezenta mândria locală și a celebra diversitatea. Hub mARTA, ca entitate de guvernare a monumentului istoric a fost deja contactată de cetățeni care dețin obiecte relevante pentru istoria Aradului, pentru a le dona pentru cele două colecții muzeale, dar și de către unități de învățământ (liceu, universități) care doresc să se implice direct în realizarea acestora.

Participarea directă a publicurilor țintă în organizarea activităților și evenimentelor culturale a început deja, prin parteneriatele instituției HUB mARTA cu ONG-uri ale comunităților naționale (maghiari, germani, sârbi, bulgari, slovaci, evrei, romi, italieni), cu ONG-uri și antreprenori reprezentativi din domeniul cultural, cu alți antreprenori din domeniul de automotive, cu Universitatea "Aurel Vlaicu", cu licee și școli generale, ceea ce creează premisele unei implicări participative atât în perioada de implementare, cât și în perioada de guvernare a Proiectului.

O altă provocare a proiectului este dată de implicarea noilor imigranți din țările asiatice, veniți în număr tot mai mare în Arad pentru locuri de muncă și pentru care nu există nici o altă ofertă culturală, astfel încât să le satisfacă nevoile culturale total diferite față de cele europene.

Așa cum îi spune și numele, HUB-ul va fi entitatea de guvernare a proiectului care va asigura conexiunile dintre diverse publicuri țintă, mai ales datorită diversității datorată spațiilor amenajate în interiorul clădirii monument istoric: săli de concert și de spectacol, săli de expoziții, săli muzeale, ateliere ale artiștilor, săli de repetiții, studiouri multimedia, săli de cinema.

Conectarea publicurilor țintă la activitățile HUB-ului este asigurată deja și prin intermediul paginii web www.hubmarta.ro

4.Participare

Entitatea de guvernare înființată special pentru realizarea și implementarea Proiectului, HUB cultural mARTA, are deja încheiate acorduri de parteneriat cu ONG-uri reprezentative pentru mediul antreprenorial (Asociația Economică Germano-Română-DRW), antreprenori din industria de automotive (LEONI, ROBAC INDUSTRIES), ONG-uri ale comunităților naționale din Arad, cu Universitatea "Aurel Vlaicu" prin cele două Facultăți, de Inginerie și de Design, cu trei licee și colegii naționale (Textil, de artă "Sabin

Drăgoi" și pedagogic "Dimitrie Țichindeal"), cu Uniunea Artiștilor Plastici din România, filiala Arad, cu ONG-uri din domeniul socio-cultural (Citizenit și Aradul civic), precum și cu primării din trei orașe din Ungaria, Mako, Hodmezovasarhely și Mezőbereny, împreună cu care au fost depuse 5 proiecte pentru finanțare prin Programul INTERREG RO-HU. Există deja parteneriate și cu principalele surse media din Arad, care ajută la promovarea evenimentelor organizate dar și la promovarea Proiectului.

Angajamentul politic pentru realizarea Proiectului a fost asumat deja de Consiliul Local Municipal Arad prin înființarea pe baza Hotărârii CLM din 2022 de înființare a instituției HUB cultural mARTA, care să asigure guvernanta Proiectului.

Implementarea, monitorizarea și evaluarea Proiectului va fi realizată de experți în domeniul de consultanță pentru finanțări nerambursabile din fonduri europene și guvernamentale.

Structura de guvernanta a proiectului este asigurată de Consiliul Local Municipal Arad prin intermediul instituției special înființată în subordinea lui HUB cultural mARTA.

Conform celui mai recent studiu, Recensământul populației și al locuințelor din anul 2021, populația municipiului Arad se încadrează în tendința națională, adică este în scădere, ajungând în prezent la circa 145.000 de locuitori. Privită mai atent, însă, această scădere este înșelătoare, fiindcă același recensământ relevă creșterea populației în comunele din imediata vecinătate a municipiului Arad, Vladimirescu (cea mai mare creștere din județ), Horia, Șofronea etc. Așadar scăderea populației municipiului se datorează mutării domiciliului multor persoane în alte localități învecinate. Fenomenul se înscrie de asemenea în trendul național, mai ales după perioada pandemiei, când mare majoritate a locurilor de muncă s-a mutat în on-line, ceea ce dă libertatea de a presta în muncă din orice loc, fără a necesita o prezență fizică într-un loc de muncă organizat.

Același recensământ relevă și faptul că o pondere importantă în populația județului și a municipiului o au elevii și studenții, dar și că nivelul de studii ale populației este cu preponderență în favoarea celor medii și superioare.

Nu în ultimul rând, recensământul din anul 2021 a constatat aceeași structură multietnică și multiculturală a municipiului Arad, dar și faptul că numărul șomerilor este printre cele mai scăzute din țară.

Aceste rezultate ale studiului citat duc la câteva concluzii: forța de muncă din municipiu este ocupată, ceea ce înseamnă că eventuale investiții vor fura de la alți angajatori existenți de pe piață; în cazul relocării multor investiții din domeniul automotive, care domină acum piața forței de muncă din Arad, nu există posibilitatea reconversiei profesionale masive și într-un termen scurt; tinerii aflați în procesul de învățământ reprezintă circa o treime din populație.

Pe de altă parte, instituțiile publice de cultură, precum și organizațiile din domeniul culturii, au, pentru evenimentele și programele proprii, câte un public dedicat și constant. Mai concret, puține procente din publicul meloman face parte și din publicul constant al spectacolelor de teatru și, cu atât mai puțin din publicul cinefil. Și invers. De asemenea, publicul vizitator al expozițiilor de artă plastică nu este neapărat același cu publicul vizitator al altor expoziții, muzeale etc.

Prin urmare, categoriile de potențiali beneficiari ai programelor și proiectelor noii instituții HUB cultural mARTA sunt diverse și dedicate actului de cultură. Îmbucurător este faptul că există un potențial public format din tineri. Singura categorie de public potențial, greu de adus la un eveniment cultural, o reprezintă populația mutată în localitățile din jurul municipiului.



De asemenea, există potențiali beneficiari ai programelor de educație permanentă ale instituției HUB cultural mARTA.

Propunerile pentru cunoașterea îndeaproape a categoriilor de beneficiari sunt:

-realizarea unui studiu sociologic privind structura publicului arădean;

-realizarea unui sondaj de opinie cu privire la așteptările beneficiarilor față de programele și proiectele instituției;

-reacțiile la paginile de pe rețelele de socializare ale instituției și la website-ul ce au fost create, www.hubmarta.ro , <https://www.facebook.com/profile.php?id=61559663613901> ;

5. Angajament pe mai multe niveluri

Principalii parteneri din străinătate, care se implică deja și se vor implica și în perioada de implementare a Proiectului și în perioada de guvernare, sunt din Ungaria, fiind reprezentați de primării ale unor orașe, Mako, Hodmezovasarhely și Mezobereny, toate trei având importante comunități ale românilor din Ungaria, dar și de cetățeni, ONG-uri sau antreprenori culturali din țara vecină. Asta și datorită faptului că istoria fabricii de autovehicule și autoturisme de acum 120 de ani M.A.R.T.A. are relevanță și pentru comunitatea maghiară din Arad, dar și din Ungaria. Ceea ce înseamnă că activitățile și evenimentele culturale organizate la Arad prin Proiectul propus vor avea public și dincolo de granițele României, generând impact și în Ungaria, dar și în regiunea de Vest a României.

HUB mARTA a reușit să identifice în Ungaria un motor și un șasiu original ale autoturismului MARTA construit la Arad în anul 1912, urmând ca împreună cu proprietarul să se recondiționeze un autoturism ce va fi expus la Arad.

HUB cultural mARTA a început și reconstrucția unei replici a autobuzului supraetajat care a fost construit la Arad în anul 19010 în fabrica Westinghouse, care funcționa atunci în actualul monument istoric, ca filială a fabricii din Le Havre, Franța. Autobuzul va fi realizat în parteneriat cu antreprenorii de la LEONI și ROBAC INDUSTRIES, iar cercetarea și proiectarea împreună cu experți ai Universității "Aurel Vlaicu" din Arad. Deja s-a făcut achiziția șasiului pe care va fi reconstruit autobuzul, precum și achiziția serviciilor de proiectare.

De asemenea, prin Planul de activități, Proiectul va atrage și alte finanțări nerambursabile, prin programe europene sau guvernamentale, din România sau din alte țări europene (Franța, Spania, Danemarca, Germania, Italia, Polonia, Cehia) pentru activitățile și evenimentele culturale planificate, generând astfel un impact cultural și asupra regiunilor vecine din România și din alte țări.

Proiectul conectează cel puțin cele patru cartiere mari care se învecinează imediat monumentului istoric, ARED, Vlaicu, Cartierul Funcționarilor și Podgoria, cu o populație de circa 40.000 de oameni.

6. Transdisciplinaritate

Au fost precizate deja parteneriatele publice-private care există între autoritățile publice locale, respectiv Consiliul Local Municipal Arad și Primăria Arad, prin intermediul instituției publice subordonate lor, HUB cultural mARTA, cu Universitatea "Aurel Vlaicu" din Arad, prin Facultățile de Inginerie și de Design, cu mediul de afaceri, prin corporațiile LEONI și ROBAC INDUSTRIES și cu societatea civilă prin Asociația DRW a investitorilor germani din Arad, cu Asociația Citizenit, cu Asociația Aradul Civic și Asociația Pro Urbe. Aceste parteneriate vizează atât realizarea Programului de activități propus, dar și crearea unor produse culturale și pentru turism cultural, începând cu festivaluri organizate, cărți publicate, albume muzicale produse, filme produse și până la reconstrucția autobuzului supraetajat, după modelul Westinghouse, pentru turism cultural.

Abordările interdisciplinare ale Proiectului sunt asigurate prin parteneriatul cu Facultățile din cadrul Universității "Aurel Vlaicu", care vor asigura cercetarea în domeniul ingineriei mecanice, a designului, dar și prin crearea, în același parteneriat, a unei noi catedre universitare pentru profesii din domeniul industriei spectacolului și din industria de entertainment.

5.strategia și planul de marketing;

Marketingul pentru noua instituție HUB cultural mARTA începe cu întrebarea: cum se face brandul cunoscut?

Numele instituției conține fostul acronim al fabricii de autoturisme, transformat într-un alt acronim care definește clar misiunea instituției, cui i se adresează. Asta înseamnă că brandul există și că are o poveste în spate. Există un principiu esențial în marketing: povestea vinde brandul!

Cu alte cuvinte, proiectul de marketing propune construirea poveștii din spatele brandului și comunicarea ei prin toate mijloacele: website (în limbile română și engleză), monografia imobilului (în limbile română, maghiară și engleză), pagini pe rețele de socializare, chiar flyere și afișe distribuite în școli, universități și locuri publice din Arad și în orașele din vecinătate.

De asemenea se va face public proiectul de reabilitare și reconversie, prezentat eventual și în format 3D, dar și prin prezentări și consultări publice cu publicurile țintă ale instituției.

A doua întrebare la care trebuie să răspundă strategia și planul de marketing al instituției este: ce face ca brandul să fie unic?

Răspunsul e simplu: programele și proiectele instituției! Asta înseamnă că va trebui construită o comunitate în jurul acestor programe, care împarte aceleași valori și care dorește să se implice direct în implementarea lor. Se vor atrage și sponsori, antreprenori culturali, ONG-uri și influenceri care să se implice direct în producerea programelor și proiectelor culturale ale instituției. Primele organizații cărora li se va oferi colaborarea cu instituția sunt Ligile studenților din cele două universități arădene, pentru înființarea Casei de Cultură a Studenților și ONG-urile care reprezintă minoritățile naționale din județul Arad, precum și ONG-urile ce reprezintă persoanele defavorizate și cu dizabilități.

Personalul care va fi angajat în instituție va fi unul de calitate profesională, cunoscător de limbi străine, utilizator de tehnologie modernă IT.

Foarte importante în dezvoltarea strategiei și planului de marketing al instituției sunt cercetarea pieței culturale locale, arădene, dar și a pieței culturale zonale, pentru că programele și proiectele vor avea o adresabilitate zonală, având în vedere multiculturalitatea și alcătuirea multietnică, multireligioasă a publicurilor țintă.

Perspectiva de dezvoltare a instituției este din afară-înăuntru, programele căutând să construiască o ofertă culturală în funcție de cererea publicurilor țintă. Această perspectivă va provoca și atragerea publicurilor țintă precum și co-interesarea lor în implicarea directă în procesul de producție culturală.

Nu în ultimul rând, reacțiilor (feedback) venite din partea publicurilor țintă față de programele și proiectele culturale propuse vor determina adaptarea dinamică a lor.

Strategia și planul de marketing urmăresc obiectivele specifice enunțate mai sus, după metoda celor 4P: produs, preț, loc și promovare.

Produsele și serviciile oferite de către instituție sunt asigurate prin programele și proiectele propuse.



Prețul acestor produse va fi stabilit nu doar prin cel al biletelor vândute , ci și prin cel al produselor culturale: spectacole, concerte, expoziții, mașinării, opere sculpturale, cursuri de specializare și perfecționare, cursuri de reconversie profesională, rezidențe artistice etc.

Locul este bine stabilit în imobilul monument istoric M.A.R.T.A.

Promovarea instituției și a programelor și proiectelor sale culturale se va face prin intermediul PR-ului propriu, prin marketing direct, prin intermediul publicității.

6. programe propuse pentru întreaga perioadă de management;

1.Reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric Casa MARTA, care va deveni sediul instituției.

2.Educația permanentă prin reconversie profesională în domenii din industria spectacolului și prin cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative.

3.Susținerea și promovarea rezidențelor artistice și a parteneriatelor publice-private.

4.Promovarea instituției și a programelor culturale.

5.Amenajarea colecțiilor muzeale „Muzeul tehnicii și tehnologiei” și „Muzeul comunităților naționale din Arad”.

6.Înființarea Casei de Cultură a Studenților, ca program al instituției .

7.Programe culturale.

7.proiectele din cadrul programelor;

1.Reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric M.A.R.T.A., care va deveni sediul instituției.

-implementarea Proiectului Tehnic de reabilitare și reconversie al imobilului monument istoric, cu destinațiile tuturor încăperilor;

-amenajarea și dotarea sălilor și spațiilor, în funcție de destinația fiecăreia: săli pentru rezidențe teatrale, artă plastică, artă fotografică, de dans modern, de circ, de muzică și multimedia; săli multivalente pentru organizarea de spectacole, concerte, expoziții, târguri și workshop-uri; sală de bar și co-working; camere și spații pentru cazarea oaspeților, a rezidenților sau a artiștilor invitați la evenimentele organizate; ateliere pentru educație permanentă și pentru producție culturală; sălile de expoziție ale celor două colecții muzeale; birourile instituției; magazin de suveniruri; săli pentru Casa de Cultură a Studenților din Arad; sală pentru tipografie; studio de înregistrări audio, studio multimedia;

2. Educația permanentă prin reconversie profesională în domenii din industria spectacolului și prin cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative.

-cursuri organizate în parteneriat cu instituții de învățământ superior pentru profesii și meserii din industria spectacolului;

-cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative și management cultural;

-înființarea de ateliere pentru producția de aparate, aparatură și mașinării pentru industria de divertisment stradal;

-cursuri pentru reconversie profesională în domeniul culturii;

3.Susținerea și promovarea rezidențelor artistice și a parteneriatelor publice-private.

-lansarea proiectelor pentru rezidențe artistice în: muzică, teatru, film, dans, arte plastice, artă fotografică, circ și multimedia;



-crearea de parteneriate publice-private pentru dezvoltarea de activități în sălile din Casa MARTA;

4. Promovarea instituției și a programelor culturale.

-administrarea și dezvoltarea paginilor web ale instituției www.hubmarta.ro, www.undergroundfestival.ro și www.revistamarta.ro ;

-dezvoltarea și utilizarea paginilor pe rețele de socializare;

-redactarea și tipărirea monografiei imobilului M.A.R.T.A.;

-înființarea unei tipografii digitale;

-amenajarea unui studio multimedia;

5. Amenajarea colecțiilor muzeale „Muzeul tehnicii și tehnologiei” și „Muzeul comunităților naționale din Arad”.

-cercetarea, achiziția de obiecte, fotografii și documente, amenajarea colecției muzeale „Muzeul tehnicii și tehnologiei arădene”;

-cercetarea, achiziția de obiecte, înregistrări, fotografii, costume, amenajarea colecției muzeale „Muzeul comunităților naționale din Arad”;

-târg anual al produselor tradiționale, create de meșteri populari;

6. Înființarea Casei de Cultură a Studenților.

-Casa de Cultură a Studenților, parteneriat instituțional și public-privat;

7. Programe culturale. Proiecte:

Programe culturale. Proiecte:

-Expozițiile de artă plastică și artă fotografică ale rezidenților;

-Simpozionul de sculptură de la Arad

-Revista de cultură mARTA

-Bienala de artă numerică

-Bienala de artă holografică

-Festivalul internațional de teatru și film al producțiilor independente Underground

-Workshop-urile mARTA

-Conferințele mARTA, promovarea istoriei locale

-HUB literar mARTA

-Festival de fanfare și wind orchestra

-Fusion Festival

-World Music Festival

-Festivalul internațional al jocului fecioresc

-Festivalul de teatru și film al elevilor și studenților

-Festival internațional de teatru- circ Arcadia

-Festivalul stradal al basmelor și al poveștilor

-Circuite turistice culturale cu autobuzul supraetajat

-Producții teatrale și cinematografice



- "Aradul colorat" - proiect de amenajare artistică urbană

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

- reconstruirea autobuzului supraetajat, după modelul celui fabricat la Arad în 1910, pentru turism cultural și punerea lui în circulație;

- înființarea unei orchestre de fanfară în parteneriat cu Colegiul Național de Arte "Sabin Drăgoi";

- înființarea unui ansamblu folcloric semi-profesionist, care să promoveze obiceiuri, datini, muzică și dansuri ale tuturor naționalităților din Arad, în parteneriat cu universitățile arădene;

- crearea și promovarea unui traseu turistic al clădirilor monument istoric din Arad, virtual și real, precum și a unui dicționar virtual al personalităților arădene;

F) Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției publice de cultură

1. Proiectul de buget de venituri și cheltuieli pe perioada managementului:

NR.CTR	CATEGORII	ANUL 2026 (mii lei)	ANUL 2027 (mii lei)	ANUL 2028 (mii lei)
1	2	3	4	5
1.	TOTAL VENITURI, din care :	5.251	5.722	6.132
	1.a. venituri proprii , din care :	5.251	5.722	6.132
	1.a.1. venituri din activitatea de baza ,	250	300	350
	1.a.2. surse atrase ,	200	200	200
	1.a.3. alte venituri proprii,	0	0	0
	1.b. subventii / alocatii	4.801	5.172	5.532
	1.c. alte venituri		50	50
2.	TOTAL CHELTUIELI , din care :	5.251	5.722	6.132
	2.a. Cheltuieli de personal , din care:			
	2.a.1. Cheltuieli cu salariile,	549	750	850
	2.a.2. Alte cheltuieli de personal,	0	0	0
	2.a.3. Cheltuieli cu bunuri si servicii , din care	4.702	4.973	5.282
	2.b.1. Cheltuieli pt.proiecte,	3.777	3.812	3.812
	2.b.2. Cheltuieli cu colaboratorii	340	500	600
	2.b.3. Cheltuieli cu reparatii curente ,	0	0	0
	2.b.4. Cheltuieli cu intretinerea ,	50	60	70
	2.b.5. Alte cheltuieli cu bunuri si servicii,	535	600	800
	2.c. Cheltuieli de capital	0	0	0

2. Numărul estimat al beneficiarilor pentru perioada managementului:

2.1. la sediu:

-în anul 2026 numărul beneficiarilor la sediu va fi 0 (zero), fiindcă nu există posibilitatea organizării evenimentelor culturale la sediu, Casa MARTA fiind o ruină la care vor începe lucrările de reabilitare și reconversie;

-în anul 2027, după exproprierea terenului învecinat clădirii monument istoric numărul beneficiarilor la sediu va putea fi de circa 5.000, pentru evenimentele culturale organizate în viitoarea curte;

-în anul 2028 numărul beneficiarilor la sediu va fi de circa 15.000, dacă lucrările de reabilitare și reconversie se vor fi încheiat măcar în clădirea administrativă, cea cu turn;

2.2. în afara sediului:

-în anul 2026 numărul beneficiarilor direcți (spectatori plători și spectatori cu acces liber în spații publice) și indirecti (urmăritori pe paginile web și pe paginile de socializare) în afara sediului este estimat la circa 80.000, dacă se asigură subvenția pentru organizarea evenimentelor propuse;

-în anul 2027 numărul beneficiarilor direcți și indirecti în afara sediului este estimat la circa 100.000, dacă se aprobă programele și proiectele propuse prin proiectul de management;

-în anul 2028 numărul beneficiarilor direcți și indirecti în afara sediului este estimat la circa 130.000, dacă se aprobă programele și proiectele propuse prin programul de management;

-în perioada managementului va crește constant numărul beneficiarilor direcți și indirecti, dat de locuitorii din cartierele învecinate, precum și din viitoarea zonă rezidențială care se va dezvolta pe terenul de circa 30 de hectare al fostei fabrici de vagoane marfă, precum și vizitatorii celor două centre comerciale din imediata vecinătate, AFI și Atrium Mall, dar și de locuitorii municipiului Arad;



3. Programul minimal estimat pentru perioada de management aprobată:

N r. c r.	Program	Scurta descriere a programului	Nr. proiecte in cadrul programul ui	Denumirea proiectului	Buget prevazut pe program -(mii lei)-
Primul an de management					
1	Reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric M.A.R.T.A., care va deveni sediul instituției.		2	-implementarea Proiectului Tehnic de reabilitare și reconversie al imobilului, cu destinațiile tuturor încăperilor; -amenajarea și dotarea sălilor și spațiilor, în funcție de destinația fiecăreia: săli pentru rezidențe teatrale, artă plastică, artă fotografică, de dans modern, de circ, de muzică și multimedia; săli multivalente pentru organizarea de spectacole, concerte, expoziții și târguri și workshop-uri; sală de bar și co-working; camere și spații pentru cazarea oaspeților, a rezidenților sau a artiștilor invitați la evenimentele organizate; ateliere pentru educație permanentă și pentru producție culturală; sălile de expoziție ale celor două colecții muzeale; birourile instituției; magazin de suveniruri; săli pentru Casa de Cultură a Studenților din Arad; sală pentru tipografie; studio de înregistrări audio;	35.000
2	Educația permanentă prin reconversie profesională în domenii din industria spectacolului și prin cursuri de		3	-cursuri organizate în parteneriat cu instituții de învățământ superior pentru profesii și meserii din industria spectacolului; -cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative;	100



	specializare și perfecționare în industrii creative.			-înființarea de ateliere pentru producția de aparate, aparatură și mașinării pentru industria de divertisment stradal;	
3	Susținerea și promovarea rezidențelor artistice.		1	-proiectul pentru rezidențe artistice în: muzică, teatru, dans, arte plastice, artă fotografică, circ și multimedia	100
4	Promovarea instituției și a programelor culturale.		5	-administrarea website-urilor; -crearea de pagini pe rețele de socializare; -redactarea și tipărirea monografiei și tipăritura M.A.R.T.A.; -înființarea unei tipografii digitale; -amenajarea unui studio multimedia.	10 5 50 25 10
5	Amenajarea colecțiilor muzeale „Muzeul tehnicii și tehnologiei” și „Muzeul de etnografie și folclor”.		3	-cercetarea, achiziția de obiecte, fotografii și documente, amenajarea colecției muzeale „Muzeul tehnicii și tehnologiei arădene”; -cercetarea, achiziția de obiecte, înregistrări, fotografii, costume, amenajarea colecției muzeale „Muzeul comunităților naționale din Arad”; -târg anual al produselor tradiționale, create de meșteri populari;	150 100 50
6	Înființarea Casei de Cultură a		1	-Casa de Cultură a Studenților, parteneriat instituțional și public-privat;	100



	Studentilor.				
7	Programe culturale. Proiecte:		19	-Expozițiile de artă plastică și artă fotografică ale rezidenților; -Simpozionul de sculptură de la Arad -Revista de cultură mARTA -Bienala de artă numerică -Bienala de artă holografică -Festivalul internațional de teatru și film al producțiilor independente Underground -Workshop-urile mARTA -Conferințele mARTA, promovarea istoriei locale -HUB literar mARTA -Festival de fanfare și wind orchestra -Fusion Festival -World Music Festival -Festivalul internațional al jocului fecioresc -Festivalul de teatru și film al elevilor și studenților -Festival internațional de teatru- circ Arcadia -Festivalul stradal al basmelor și al poveștilor -Circuite turistice culturale cu autobuzul supraetajat -Producții teatrale și cinematografice -"Aradul colorat"-proiect de amenajare artistică urbană	30 50 30 50 50 650 30 20 30 150 450 250 150 100 300 200 100 200 160
					
Al doilea an de management					
1	Reabilitarea și reconversia imobilului		1	- amenajarea și dotarea sălilor și spațiilor, în funcție de	0

	monument istoric M.A.R.T.A., care va deveni sediul instituției.			destinația fiecăreia: săli pentru rezidențe teatrale, artă plastică, artă fotografică, de dans modern, de circ, de muzică și multimedia; săli multivalente pentru organizarea de spectacole, concerte, expoziții și târguri și workshop-uri; sală de bar-restaurant; camere și spații pentru cazarea oaspeților, a rezidenților sau a artiștilor invitați la evenimentele organizate; ateliere pentru educație permanentă și pentru producție culturală; sălile de expoziție ale celor două colecții muzeale; birourile instituției; magazin de suveniruri; săli pentru Casa de Cultură a Studenților din Arad; sală pentru tipografie; studio de înregistrări audio;	
2	Educația permanentă prin reconversie profesională în domenii din industria spectacolului și prin cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative.		3	-cursuri organizate în parteneriat cu instituții de învățământ superior pentru profesii și meserii din industria spectacolului; -cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative; -înființarea de ateliere pentru producția de aparate, aparatură și mașinării pentru industria de divertisment stradal;	100
3	Susținerea și promovarea rezidențelor artistice.		1	-proiectul pentru rezidențe artistice în: muzică, teatru, dans, arte plastice, artă fotografică, circ și multimedia	100
4	Promovarea instituției și a		5	-administrare website-urilor;	10

	programele culturale.			-promovare pe rețele de socializare;	5
				-redactarea și tipărirea monografiei și tipărirea M.A.R.T.A.;	50
				-administrare tipografiei digitale;	25
				-administrare studio multimedia.	10
5	Amenajarea colecțiilor muzeale „Muzeul tehnicii și tehnologiei” și „Muzeul de etnografie și folclor”.	3		-cercetarea, achiziția de obiecte, fotografii și documente, amenajarea colecției muzeale „Muzeul tehnicii și tehnologiei arădene”;	150
				-cercetarea, achiziția de obiecte, înregistrări, fotografii, costume, amenajarea colecției muzeale „Muzeul de etnografie și folclor Arad”;	100
				-târg anual al produselor tradiționale, create de meșteri populari;	50
6	Funcționare Casei de Cultură a Studenților.	1		-Casa de Cultură a Studenților, parteneriat instituțional și public-privat;	200
7	Programe culturale. Proiecte:	19		-Expozițiile de artă plastică și artă fotografică ale rezidenților;	30
				-Simpozionul de sculptură de la Arad	50
				-Revista de cultură mARTA	30
				-Bienala de artă numerică	50
				-Bienala de artă holografică	50
				-Festivalul internațional de teatru și film al producțiilor	650



				independente Underground	30
				-Workshop-urile mARTA	
				-Conferințele mARTA, promovarea istoriei locale	20
				-HUB literar mARTA	30
				-Festival de fanfare și wind orchestra	150
				-Fusion Festival	450
				-World Music Festival	250
				-Festivalul internațional al jocului fecioresc	150
				-Festivalul de teatru și film al elevilor și studenților	100
				-Festival internațional de teatru- circ Arcadia	300
				-Festivalul stradal al basmelor și al poveștilor	200
				-Circuite turistice culturale cu autobuzul supraetajat	100
				-Producții teatrale și cinematografice	200
				-"Aradul colorat"-proiect de amenajare artistică urbană	160
Al treilea an de management					
1	Reabilitarea și reconversia imobilului monument istoric M.A.R.T.A., care va deveni sediul instituției.	1		- amenajarea și dotarea sălilor și spațiilor, în funcție de destinația fiecăreia: săli pentru rezidențe teatrale, artă plastică, artă fotografică, de dans modern, de circ, de muzică și multimedia; săli multivalente pentru organizarea de spectacole, concerte, expoziții și târguri și workshop-uri; sală de bar-restaurant; camere și spații pentru cazarea oaspeților, a rezidenților sau a artiștilor invitați la evenimentele organizate; ateliere pentru educație permanentă și pentru producție culturală; sălile de expoziție ale celor două colecții muzeale;	0

				birourile instituției; magazin de suveniruri; săli pentru Casa de Cultură a Studenților din Arad; sală pentru tipografie; studio de înregistrări audio;	
2	Educația permanentă prin reconversie profesională în domenii din industria spectacolului și prin cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative.		3	-cursuri organizate în parteneriat cu instituții de învățământ superior pentru profesii și meserii din industria spectacolului; -cursuri de specializare și perfecționare în industrii creative; -înființarea de ateliere pentru producția de aparate, aparatură și mașinării pentru industria de divertisment stradal;	100
3	Susținerea și promovarea rezidențelor artistice.		1	-proiectul pentru rezidențe artistice în: muzică, teatru, dans, arte plastice, artă fotografică, circ și multimedia	100
4	Promovarea instituției și a programelor culturale.		5	-administrare website-ului; -promovare pe rețele de socializare; -productie film documentar; -administrare tipografiei digitale; -administrare studio multimedia.	10 5 50 25 10
5	Amenajarea colecțiilor muzeale „Muzeul		3	-cercetarea, achiziția de obiecte, fotografii și documente, amenajarea colecției muzeale „Muzeul	200

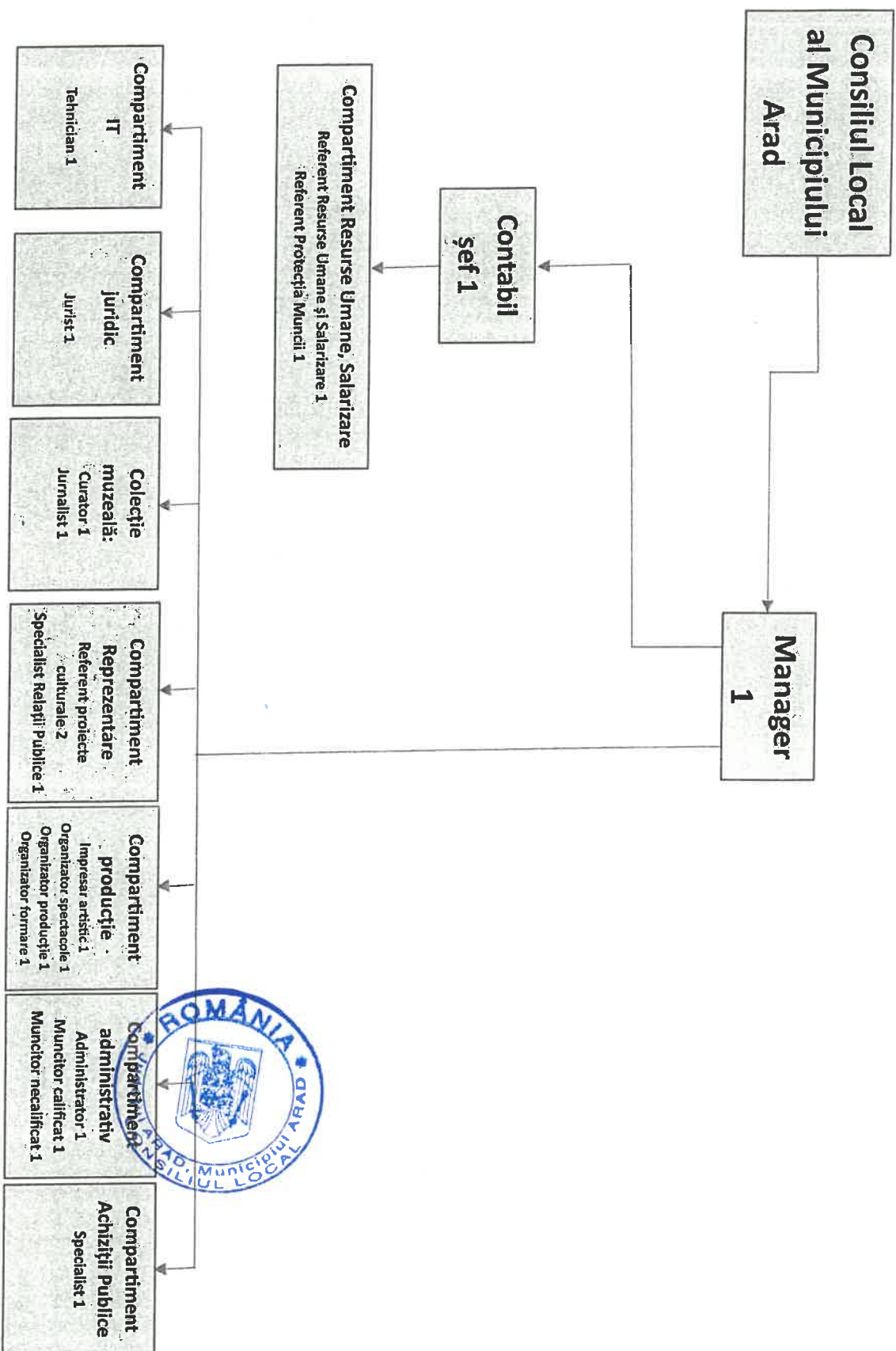
	tehnicii și tehnologiei” și „Muzeul de etnografie și folclor”.			tehnicii și tehnologiei arădene”;	
				-cercetarea, achiziția de obiecte, înregistrări, fotografii, costume, amenajarea colecției muzeale „Muzeul de etnografie și folclor Arad”;	100
				-târg anual al produselor tradiționale, create de meșteri populari;	100
6	Funcționare Casei de Cultură a Studenților.		1	-Casa de Cultură a Studenților, parteneriat instituțional și public-privat;	200
7	Programe culturale. Proiecte:		19	-Expozițiile de artă plastică și artă fotografică ale rezidenților; -Simpozionul de sculptură de la Arad -Revista de cultură mARTA -Bienala de artă numerică -Bienala de artă holografică -Festivalul internațional de teatru și film al producțiilor independente Underground -Workshop-urile mARTA -Conferințele mARTA, promovarea istoriei locale -HUB literar mARTA -Festival de fanfare și wind orchestra -Fusion Festival -World Music Festival -Festivalul internațional al jocului fecioresc -Festivalul de teatru și film al elevilor și studenților -Festival internațional de teatru- circ Arcadia -Festivalul stradal al basmelor și al poveștilor	30 50 30 50 50 650 30 20 30 150 450 250 150 100 300 200



		-Circuite turistice culturale cu autobuzul supraetajat	100
		-Producții teatrale și cinematografice	200
		- "Aradul colorat"-proiect de amenajare artistică urbană	160



ORGANIGRAMA AȘEZĂMÂNTULUI CULTURAL HUB Cultural MARTA



Așezământ Cultural HUB Cultural MARTA	Total posturi: 19	
	conducere	execuție
	2	17

cf. cu originalul

Titlul proiectului:	MUNICIPIUL AIAO
Număr proiect:	
3 SMS:	

PROIECT FINANCIAR

Estimarea veniturilor din exploatarea investiției (lei)

Detalii	An. 1	An. 2	An. 3	An. 4	An. 5	An. 6	An. 7	An. 8	An. 9	An. 10	An. 11	An. 12	An. 13	An. 14	An. 15	An. 16	An. 17	An. 18	An. 19	An. 20	An. 21	An. 22	An. 23	An. 24	An. 25	TOTAL
1. Venituri încasate din taxele plătit de utilizatori																										
2. Bilete la activități proprii:																										
3. Bilete la muzeu:	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	276	6.900
4. Venituri din produsele artistice:	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	17.500
5. Venituri din servicii culturale publice:	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	1.500
6. Venituri din activități culturale:	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	2.500
7. Venituri din activități culturale:	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	1.500
8. Venituri din activități culturale:																										
9. Venituri din activități culturale:																										
10. Venituri din activități culturale:																										
TOTAL VENITURI DIN EXPLOATARE	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	1.196	29.500

Estimarea cheltuielilor de operare a investiției (lei)

Detalii	An. 1	An. 2	An. 3	An. 4	An. 5	An. 6	An. 7	An. 8	An. 9	An. 10	An. 11	An. 12	An. 13	An. 14	An. 15	An. 16	An. 17	An. 18	An. 19	An. 20	An. 21	An. 22	An. 23	An. 24	An. 25	TOTAL
1. Cheltuieli de întreținere și mentenanță	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	25.000
2. Cheltuieli cu servicii externe (taxe, etc.)	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	360	9.000
3. Cheltuieli cu materialele	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	1.250
4. Cheltuieli cu utilități (comunicatii, energie apă, etc.)	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	12.500
5. Cheltuieli salariale	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	25.000
6. Cheltuieli cu chiria	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	2.500
7. Cheltuieli administrative	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	2.500
8. Cheltuieli cu primele de asigurare	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	1.500
9. Alte cheltuieli de exploatare	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	12.500
10. Alte cheltuieli	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	12.500
TOTAL CHETUIELI DIN EXPLOATARE	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	4.170	104.250
Gratificații de acceptare a costurilor din operațiunile de operare din veniturile încasate	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
Costuri din activități de exploatare	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	



g. cu orisimolul

NCRIEREA INFRASTRUCTURII SPRIJINITE

Detalii	An. 1	An. 2	An. 3	An. 4	An. 5	An. 6	An. 7	An. 8	An. 9	An. 10	An. 11	An. 12	An. 13	An. 14	An. 15	An. 16	An. 17	An. 18	An. 19	An. 20	An. 21	An. 22	An. 23	An. 24	An. 25	TOTAL
1. Suprafata totala utilitatii infrastructurii (mp)																										
2. Suprafata utilitatii inchiriate (mp)																										
3. Durata inchirierii (ani)	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	9,125.00
4. Gradul de inchiriere al infrastructurii	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

SPATIUL PENTRU SERVICII AUXILIARE ALE INFRASTRUCTURII SPRIJINITE

Detalii	An. 1	An. 2	An. 3	An. 4	An. 5	An. 6	An. 7	An. 8	An. 9	An. 10	An. 11	An. 12	An. 13	An. 14	An. 15	An. 16	An. 17	An. 18	An. 19	An. 20	An. 21	An. 22	An. 23	An. 24	An. 25	TOTAL
1. Suprafata totala utilitatii infrastructurii (mp)																										
2. Suprafata spatiului pentru servicii auxiliare (restaurant, parcare, gift shop etc.) (mp)																										
3. Durata de utilizare a spatiului pentru servicii auxiliare (ani)	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	365.00	9,125.00
4. Gradul de ocupare al infrastructurii cu spatiu pentru servicii auxiliare	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!

Identi:

inmatricularea reprezentant legal



cf. cu originalul

STAT DE FUNCTII - HUB Cultural mArta

Nr. crt.	Numele, prenumele/vacant,temporar vacant după caz	Structura	Funcția contractuală		Nivelul studiilor	Gradul profesional/ Treapta profesionala	Observații	Gradația de vechime
			de conducere	de execuție				
1	ocupat	1	manager		S			
2	vacant	1	contabil-șef		S			5
COMPARTIMENTUL JURIDIC								
3	vacant			consilier juridic	S	debutant		0
COMPARTIMENTUL IT								
4	vacant			referent	S	IA		0
COMPARTIMENTUL PROIECTE								
5	ocupat			referent	S	IA		4
6	vacant			referent	S	I		0
7	vacant			referent	S	debutant		0
COMPARTIMENTUL COLECȚIE MUZEALĂ								
8	vacant			referent	S	IA		0
9	vacant			referent	S	I		0
COMPARTIMENTUL PRODUCTIE								
10	vacant			referent	S	IA		0
11	ocupat			referent	S	I		1
12	ocupat			referent	M	I		2
13	vacant			referent	M	debutant		0
COMPARTIMENTUL ADMINISTRATIV								
14	vacant			referent	M	IA		0
15	vacant			muncitor calificat	M/G	I		0
16	vacant			muncitor necalificat	M/G	I		0
COMPARTIMENTUL ACHIZITII PUBLICE								
17	vacant			referent	S	IA		0
COMPARTIMENTUL RESURSE UMANE, SALARIZARE								
18	ocupat			referent	S	I		5
19	vacant			referent	S	debutant		0



cf. cu originalul

STAT DE FUNCȚII pentru personalul contractual HUB Cultural mArta

A.Funcții de conducere

Nr.crt	Denumirea funcției	Gradul/treapta	Nivelul studiilor	Nr.de posturi
1	manager		S	1
2	contabil-șef		S	1
Total posturi conducere				2

B.Funcții de execuție

Nr.crt	Denumirea funcției	Gradul/treapta	Nivelul studiilor	Nr.de posturi
	a) Personal de specialitate			
1	consilier juridic	debutant	S	1
 referent		IA	S	5
		I	S	4
		debutant	S	2
		IA	M	1
		I	M	1
		debutant	M	1
	b) Personal care ocupă funcții comune			
1	muncitor calificat	I	M,G	1
2	muncitor necalificat	I	M,G	1
Total posturi de execuție				17
Total posturi în regim contractual				19

Manager,

Balint Ovidiu

cf. cu originalul

mii lei

Nr. crt.	Denumirea indicatorilor	Cod indicator	Buget anul 2026	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV
0	1	2	3	4	5	6	7
1	TOTAL VENITURI, din care:		5,051	1,278	2,023	1,301	449
2	VENITURI CURENTE		250	40	100	100	10
3	SECȚIUNEA DE FUNCȚIONARE		4,801	1,238	1,923	1,201	439
4	VENITURI CURENTE		250	40	100	100	10
5	Venituri din concesiuni și închirieri	30.10.05	0	0	0	0	0
6	Alte venituri din concesiuni și închirieri de către instituțiile publice	30.10.05.30	0	0	0	0	0
7	Venituri din prestări de servicii	33.10.08	50	0	25	25	0
8	Venituri din organizarea de cursuri de calificare și conversie profesională, specializare și perfecționare	33.10.17	0	0	0	0	0
9	Venituri din serbări și spectacole școlare, manifestări culturale, artistice și sportive	33.10.19	0	0	0	0	0
10	Alte venituri	36.10.50	200	40	75	75	10
11	Donații și sponsorizări	37.10.01	0	0	0	0	0
12	Vărsăminte din secțiunea de funcționare pentru finanțarea secțiunii de dezvoltare	37.10.03	0	0	0	0	0
13	Alte transferuri voluntare	37.10.50	0	0	0	0	0
14	IV.SUBVENȚII		4,801	1,238	1,923	1,201	439
15	SUBVENȚII DE LA ALTE ADMINISTRAȚII	43.10	4,801	1,238	1,923	1,201	439
16	Subvenții pentru instituții publice	43.10.09	4,801	1,238	1,923	1,201	439
17	SECȚIUNEA DE DEZVOLTARE	96	1,012	509	503	0	0
18	VENITURI CURENTE		1,012	509	503	0	0
19	Vărsăminte din secțiunea de funcționare	37.10.04	1,012	509	503	0	0
20	TOTAL CHELTUIELI		5,051	1,278	2,023	1,301	449
21	SECȚIUNEA DE FUNCȚIONARE		4,039	769	1,520	1,301	449
22	CHELTUIELI CURENTE	01	4,039	769	1,520	1,301	449
23	TITLUL I CHELTUIELI DE PERSONAL*	10	549	139	145	138	127
24	Cheletuicli salariale in bani	10.01	533	136	136	136	125
25	Salarii de bază	10.01.01	490	125	125	125	115
26	Sporuri pentru condiții de muncă	10.01.05	0	0	0	0	0
27	Alte sporuri	10.01.06	11	3	3	3	2
28	Fond de premii	10.01.08	0	0	0	0	0
29	Fond pentru posturi ocupate prin cumul	10.01.10	0	0	0	0	0
30	Drepturi de delegare	10.01.13	0	0	0	0	0
31	Indemnizație de hrană	10.01.17	32	8	8	8	8
32	Alte drepturi salariale în bani	10.01.30	0	0	0	0	0
33	Cheletuicli salariale în natură	10.02	6	0	6	0	0
34	Vouchere de vacanță	10.02.06	6	0	6	0	0
35	Contribuții	10.03	10	3	3	2	2
36	Contribuții de asigurări sociale de stat	10.03.01	0	0	0	0	0
37	Contribuția asiguratorie pentru muncă	10.03.07	10	3	3	2	2
38	TITLUL II BUNURI ȘI SERVICII	20	3,490	630	1,375	1,163	322
39	Bunuri și servicii	20.01	518	114	145	145	114
40	Furnituri de birou	20.01.01	16	4	4	4	4
41	Materiale pentru curățenie	20.01.02	12	3	3	3	3
42	Încalzit, iluminat și forța motrică	20.01.03	40	12	8	8	12
43	Apă, canal și salubritate	20.01.04	8	2	2	2	2
44	Carburanți și lubrefianți	20.01.05	40	5	15	15	5
45	Piese de schimb	20.01.06	0	0	0	0	0
46	Transport	20.01.07	0	0	0	0	0
47	Poștă, telecomunicații, radio, tv, internet	20.01.08	12	3	3	3	3
48	Materiale și prestări de servicii cu caracter funcțional*	20.01.09	340	85	85	85	85
49	Alte bunuri și servicii pentru întreținere și funcționare	20.01.30	50	0	25	25	0
50	Reparații curente	20.02	0	0	0	0	0
51	Bunuri de natura obiectelor de inventar	20.05	0	0	0	0	0
52	Lenjerie și accesorii de pat	20.05.03	0	0	0	0	0
53	Alte obiecte de inventar	20.05.30	0	0	0	0	0



cg. cu originalul

mil lei

Nr. crt.	Denumirea indicatorilor	Cod indicator	Buget anul 2026	Trim. I	Trim. II	Trim. III	Trim. IV
54	Deplasări, detașări, transferări	20.06	10	0	10	0	0
55	Deplasări interne, detașări, transferări	20.06.01	5	0	5	0	0
56	Deplasări în străinătate	20.06.02	5	0	5	0	0
57	Cărți, publicații și materiale documentare	20.11	0	0	0	0	0
58	Pregătire profesională	20.13	0	0	0	0	0
59	Protecția muncii	20.14	10	3	3	2	2
60	Alte cheltuieli	20.30	2,952	513	1,217	1,016	206
61	Reclama și publicitatea	20.30.01	40	10	15	15	0
62	Protocol și reprezentare	20.30.02	7	3	2	1	1
63	Chirii	20.30.04	0	0	0	0	0
64	Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	20.30.30	2,905	500	1,200	1,000	205
65	TITLUL XI ALTE CHELTUIELI	59	0	0	0	0	0
66	Sume aferente persoanelor cu handicap neîncadrate	59.40	0	0	0	0	0
67	TITLUL XXI PLĂȚI EFECTUATE ÎN ANII PRECEDENȚI ȘI RECUPERATE ÎN ANUL CURENT	85	0	0	0	0	0
68	Plăți efectuate în anii precedenți și recuperate în anul curent	85.01	0	0	0	0	0
69	Plăți efectuate în anii precedenți și recuperate în anul curent în secțiunea de funcționare a bugetului	85.01.01	0	0	0	0	0
70	SECȚIUNEA DE DEZVOLTARE	97	1,012	509	503	0	0
71	CHELTUIELI DE CAPITAL	70	1,012	509	503	0	0
72	TITLUL XV ACTIVE NEFINANCIARE	71	1,012	509	503	0	0
73	Active fixe	71.01	1,012	509	503	0	0
74	Construcții	71.01.01	0	0	0	0	0
75	Mașini, echipamente și mijloace de transport	71.01.02	0	0	0	0	0
76	Mobilier, aparatură birotică și alte active corporale	71.01.03	503	0	503	0	0
77	Alte active fixe	71.01.30	509	509	0	0	0
78	Reparații capitale aferente activelor fixe	71.03	0	0	0	0	0



MANAGER
OVIDIU BALINT

SC BARBADOS TRADE SRL
PAGER AGNETA MONICA

cg. cu originalul