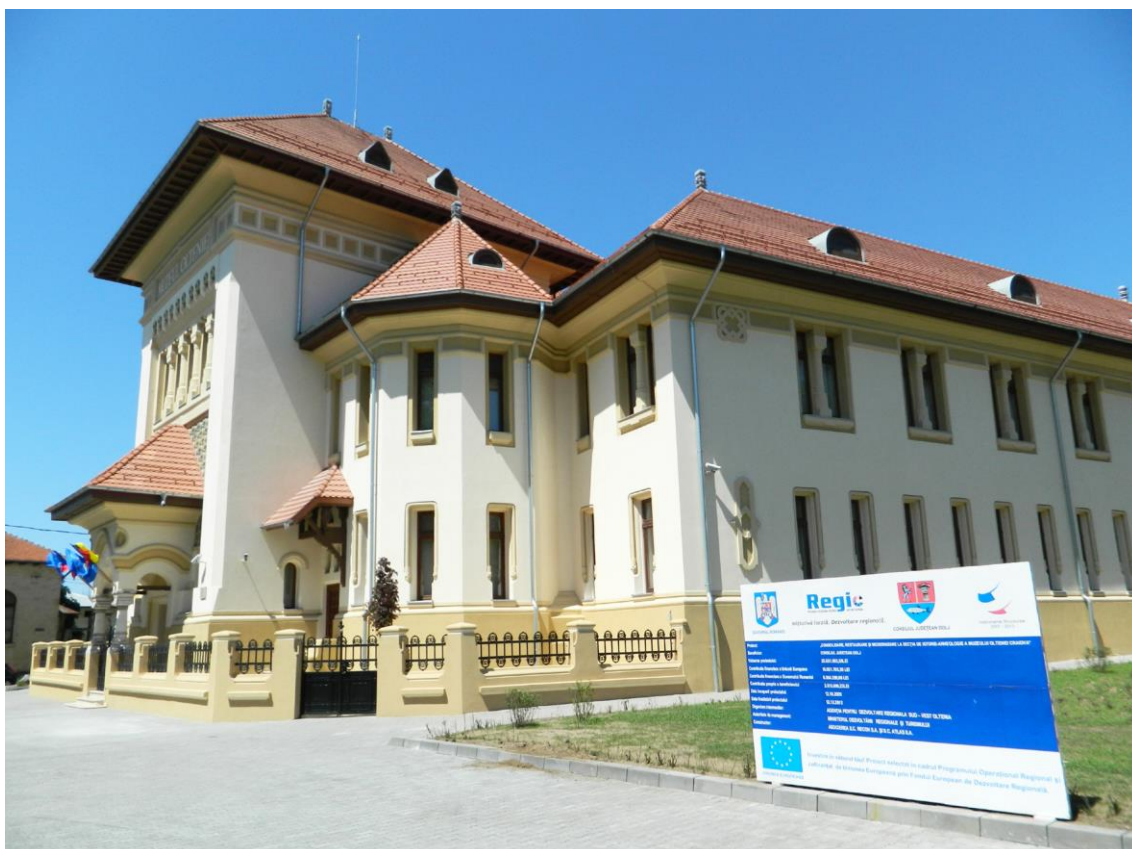


MUZEUL OLTENIEI CRAIOVA



RAPORT DE ACTIVITATE

2025

MANAGER,

Dr. Florin Ridiche

CUPRINS

A. Evoluția instituției în raport cu mediul în care își desfășoară activitatea	3
1. Colaborarea cu instituții, organizații, grupuri informale care se adresează aceleași comunități.....	3
2. Analiza SWOT (analiza mediului intern și extern, puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări)	4
3. Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia	4
4. Măsuri luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari	10
5. Grupurile-țintă ale activităților instituției	10
6. Profilul beneficiarului actual.....	12
B. Evoluția profesională a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia	12
1. Adecvarea activității profesionale a instituției la politicile culturale la nivel național și la strategia culturală a autorității	12
2. Orientarea activității profesionale către beneficiari	12
3. Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse	20
C. Organizarea și funcționarea Muzeului Olteniei Craiova și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare, pentru mai buna funcționare, după caz	22
1. Măsuri de organizare internă	22
2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne	23
3. Sinteza activității organismelor colegiale de conducere	24
4. Dinamica și evoluția resurselor umane ale instituției (fluctuație, cursuri, evaluare, promovare, motivare/sanționare).....	25
5. Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului instituției, îmbunătățiri/refuncționalizări ale spațiilor.....	26
6. Măsuri luate în urma controalelor, verificării/auditării din partea autorității sau a altor organisme de control în perioada raportată.....	29
D. Evoluția situației economico-financiare a instituției.....	29
1. Analiza datelor financiare din proiectul de management corelat cu bilanțul contabil al perioadei raportate.....	29
2. Evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției	32
E. Sinteza programelor și a planului de acțiune pentru îndeplinirea obligațiilor asumate prin proiectul de management	34
1. Viziune.....	34
2. Misiune	35
3. Obiective (generale și specifice).....	35
4. Strategie culturală, pentru întreaga perioadă de management	35
5. Strategia și planul de marketing.....	36
6. Programe propuse pentru întreaga perioadă de management	37
7. Proiecte din cadrul programelor.....	38
8. Alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management	39
F. Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției, cu o estimare a resurselor financiare ce ar trebui alocate de către autoritate, precum și a veniturilor instituției ce pot fi atrase din alte surse.....	42
1. Proiectul de venituri și cheltuieli pentru următoarea perioadă de raportare	42
2. Numărul de beneficiari estimați pentru perioada de management.....	45
3. Analiza programului minimal realizat	45

INTRODUCERE

Muzeul Olteniei Craiova, prestigioasă instituție de cultură, subordonată Consiliului Județean Dolj, prin diversitatea activităților și a funcțiilor sale specifice reprezintă un reper esențial în ceea ce privește realizarea actului cultural în spațiul teritorial – administrativ al Olteniei.

Cu o activitate fertilă și permanentă de peste un veac, Muzeul Olteniei Craiova vine în întâmpinarea publicului cu proiecte, programe și oferte cultural-educative și de cercetare științifică din ce în ce mai diversificate și mai apropiate de nevoile și dorințele comunității, promovând interesul pentru estetic, pentru istoria locurilor și, mai ales, pentru curiozitatea și ineditul informațiilor furnizate. Rolul de instituție care colecționează, teaurizează, conservă și restaurează mărturiile trecutului a constituit o prioritate în această perioadă. Astfel, prin implicarea colectivului muzeal în actele și manifestările cultural-educative, prin realizarea expozițiilor temporare, prin pregătirea profesională a specialiștilor, prin desfășurarea și îmbunătățirea permanentă a activităților de conservare a patrimoniului cultural aflat în depozite, dar și prin cercetarea științifică a acestui patrimoniu se poate afirma că Muzeul Olteniei Craiova este un important lăcaș de cultură pe piața culturală regională, națională și internațională.

Pe baza **Proiectului managerial** privitor la dezvoltarea Muzeului Olteniei Craiova, a **Listei programelor** și **Proiectelor minimale proprii** prevăzute pentru perioada 2025 – 2029, precum și a **Nomenclatoarelor privind principalii indicatori culturali și economici** pe anii 2025 – 2029, instituția noastră a desfășurat, în anul 2025, o serie de activități cultural-educative și științifice pe care le-am propus, toate racordate la standardele și direcțiile principale de evoluție ale culturii românești și europene, punând în valoare și dinamizând adresabilitatea către comunitate a ofertei de bunuri și servicii culturale. Specificitatea acestei instituții publice de cultură, interdisciplinaritatea acțiunilor sale cultural-educative și, mai ales, adecvarea ofertelor culturale la contextul post-pandemic, **au determinat pentru acest interval temporal o participare mai bună a publicului la toate activitățile muzeului comparativă cu perioada de dinainte de Pandemie.**

Corolarul acestor activități l-a constituit menținerea la parametri rezonabili a interesului publicului pentru muzeu și a unei imagini satisfăcătoare pe care instituția noastră și-a creat-o în mass – media locală și națională.

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

Evoluțiile macroeconomice actuale indică faptul că pe viitor nu se întrevăd speranțe ca muzeele să beneficieze de finanțări generoase, indiferent dacă este vorba despre fonduri publice sau private. Tot timpul trebuie luată totuși în considerare varianta că în viitor, vreun guvern copleșit de problemele care țin de infrastructură, mediu, sănătate etc., va aloca suficiente resurse financiare și pentru cultură. Iar, companiile și donatorii din sectorul privat sunt ponderați când este vorba despre cheltuielile pe care le efectuează.

Prin urmare, datoria esențială a managerului de muzeu este crearea unei permeabilități maxime a instituției pe care o reprezintă, aceasta fiind concretizată în indici ușor de evaluat cum sunt: număr de vizitatori, imaginea din mass-media, atragerea de fonduri extra-bugetare (europene și private). Această popularitate constituie garantul existenței viitoare, și mai ales, a finanțării.

O instituție mediatizată autentic și apreciată de către comunitate merită să fie susținută financiar.

A. 1. Colaborarea cu instituții, organizații, grupuri informale care se adresează aceleiași comunități.

Cel mai important parteneriat dezvoltat, permanent, de Muzeul Olteniei este cel cu școlile. Deja devenit tradițional, acest parteneriat a dat majoritatea beneficiarilor atât pentru vizitarea expozițiilor permanente și temporare ale muzeului cât și pentru activitățile culturale interactive desfășurate la toate secțiile muzeului. În anul 2025 au fost încheiate **142 parteneriate educaționale**, față de **117, în anul 2024, sau 125, în anul 2023**, cu școlile din Craiova și Oltenia.

Pentru muzeu, colaborările cu ONG-urile pot asigura o diversificare rapidă și eficientă a adresabilității evenimentelor culturale organizate, precum și atragerea interesului publicului către patrimoniul muzeal insuficient cunoscut pe care acesta îl deține.

Este important de observat că, în ultimii ani, dezvoltarea patrimoniului arhitectural al municipiului Craiova a dus la apariția unor noi spații de expunere și organizare de evenimente, cu o dotare superioară. De asemenea, improvizarea unor spații de expunere noi în cadrul unor supermagazine, care beneficiază de un trafic de persoane foarte mare, determină ca zona de interes pentru public să se deplaseze în afara centrului civic, în spații considerate până nu demult lipsite de interes cultural. În aceste condiții, absența unui cadru flexibil de fundamentare a ofertei culturale a muzeului va duce invariabil la pierderea unui public nou, interesat de un cadru modern și divers de prezentare, dar și la descreșterea publicului tradițional, obișnuit cu vizitarea instituțiilor muzeale. Operaționalizarea activităților de Public Relation cu membrii comunității bloggerilor culturali din Craiova s-a făcut în scopul promovării acțiunilor Muzeului Olteniei Craiova generându-se astfel informație culturală muzeală în media tradițională.

Problemele care se ridică astăzi, în fața managerului unui muzeu sunt multiple și nu pot fi soluționate fără o evaluare corectă a mediului în care activează instituția sa, iar plierea lor la publicul larg vizitator nu se poate realiza fără contribuția semnificativă a unor discipline noi, cum sunt marketingul și relațiile publice.

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

În analiza mediului instituțional extern se detașează unele oportunități: dezvoltarea ascendentă, legături amiabile cu forul tutelar, dezvoltarea turismului, finanțarea pe bază de management de proiecte incluzând accesul la proiectele de dezvoltare regională și fonduri europene.

O scurtă trecere în revistă a oportunităților oferite de Oltenia, din punct de vedere al mediului socio-economic, al infrastructurii transporturilor, dar și al segmentului cultural-educativ, relevă existența atât a unor factori permisivi cât și a unor puncte slabe pentru dezvoltarea interesului față de strategia culturală de tip muzeal.

Astfel, din punct de vedere al populației se constituie ca elemente forte, nivelul ridicat de instruire, ponderea primordială a populației majore, gradul sporit de toleranță și nivelul redus de conflicte sociale. Punctele slabe sunt atitudinea denatalistă și o rată foarte mare a transferului de populație prin părăsirea arealelor tradiționale.

Infrastructura de circulație și transport este diversificată, excelentă atât în Craiova cât și în regiune ceea ce influențează pozitiv și accesul turistic în zonă.

Din punct de vedere economic, Oltenia este o zonă relativ solidă, diversificată, cu o piață de consum în creștere, dar ca dezavantaje se pot menționa fluctuația mare a personalului din economie și promovarea unui nivel de salarizare extrem de scăzut față de media europeană.

Rețeaua de școlarizare este foarte bine reprezentată în Craiova, diversificată, iar învățământul privat a început să constituie o alternativă la cel public. Însă, dotările tehnice sunt pe alocuri anacronice, iar oferta educațională nu se completează în mod fericit cu cerințele de pe piața muncii.

Din punct de vedere cultural, Urbea de pe Jiu reprezintă un centru important cu o gamă variată în planul exprimării artistice și educaționale.

Prezența teatrelor, bibliotecilor, operei, filarmonicii, ansamblurilor artistice, muzeelor și galeriilor de artă oferă un spectru larg de manifestări și evenimente însă publicul cărui acestea se adresează este relativ limitat și specializat. Modalitățile de diversificare a ofertei și de atragere a unui public variat sunt relativ noi și încă insuficiente.

Procesul este de durată și rezultatele se vor arăta lent, dar continuarea acestui cadru de adaptare la cerințele publicului este obligatorie.

În domeniul cultural a fost elaborată o strategie culturală la nivelul județului și aceasta este riguros aplicată. Majoritatea instituțiilor culturale și, în special, muzeul, sunt private de absența unor corelații între evenimentele culturale monitorizate de diferiți actori culturali.

A. 3. Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia.

Obiectivul general asumat de către Compartimentul de Relații Publice, Marketing, Proiecte și Programe Cultural, în cadrul documentelor de planificare/dezvoltare managerială, s-a circumscris

tematicii de creștere a vizibilității publice a Muzeului Olteniei Craiova și acțiunilor/activităților culturale dezvoltate, în spațiul public local/regional, în scopul impunerii instituției muzeale ca actant cultural de referință și formator de opinie cultural, de bază, la nivelul comunității locale/regionale.

Creșterea/dezvoltarea unei percepții publice favorabile (la nivelul comunității locale/regionale), creșterea vizibilității publice, o imagine mediatică favorabilă Muzeului Olteniei Craiova, optimizarea poziției în cadrul rețelei muzeale din țară și străinătate (transfrontalier), toți acești itemi calitativi au reprezentat obiective ale activităților derulate de către personalul Compartimentului de Relații Publice, Marketing.

Mijloacele de comunicare utilizate (comunicare de presă/ utilizarea constantă a platformelor sociale de comunicare/diseminare de materiale informative etc), au fost conexe în mod constant cu promovarea de evenimente culturale de impact pentru comunitatea locală și regională, implicarea în acțiuni de responsabilitate socială.

Muzeul Olteniei își popularizează activitatea printr-un sistem complex de mijloace care se poate încadra în *trei direcții principale: publicitate, contact personal, relații publice*. Prin intermediul publicității Muzeul Olteniei utilizează orice instrument și formă mediatică pentru răspândirea mesajelor culturale, fie el program, serviciu sau produs cultural. De asemenea, la solicitarea punctuală a reprezentanților mass/media (radio, presă scrisă, presă online), au fost întocmite comunicate de presă ce au vizat aspecte de detaliu ale unor acțiuni ce au fost transmise prin intermediul rețelelor de socializare.

În condițiile în care, societatea modernă contemporană oferă o diversitate de modalități de petrecere a timpului liber, diverselor categorii de public, devine din ce în ce mai important ca relația publică a Muzeului Olteniei cu acesta să se desfășoare într-un mod profesionist, și aici nu este vorba de calitatea activităților ce țin de conținut, ce este prestată la un nivel superior de specialiștii muzeului, ci la facilitățile oferite de către **Compartimentul de Relații cu Publicul și Marketing (CRPM)** și relațiile avute cu mediile externe muzeului, de a determina un grad maxim de satisfacție al vizitatorilor. Această cale este cea mai sigură și durabilă metodă de a îmbunătăți promovarea imaginii Muzeului Olteniei. În acest segment, intră relaționarea optimă și la orice oră cu partenerii mass/media locali și naționali, cu reprezentanții unităților de învățământ din județul Dolj și județele limitrofe, promovarea prin cooperare interinstituțională cu alte instituții de cultură din zona Olteniei sau din țară.

Muzeul Olteniei Craiova, în calitate de muzeu de importanță națională, este unul dintre muzeele din România care beneficiază de un brand recunoscut la nivel național, și acest lucru, nu este legat numai de existența unui logo și a unei strategii de identitate vizuală bine definită de câțiva ani, ci și faptului că elementele de identitate vizuală ale instituției au fost promovate constant, într-o viziune coerentă, pe toate rețelele media abordând imaginea unui muzeu dinamic, complex, interactiv, cu o paletă de oferte culturale adecvate pentru diverse categorii de public și comunitate.

Imaginea publică atractivă a muzeului la nivel regional și național este un factor important în creșterea constantă a vizitării înregistrată în ultimul an, eforturile echipei Muzeului Olteniei fiind coerente cu echipa de promovare a CRPM, orientându-se în ultimii ani spre întărirea și dezvoltarea brandului online a Muzeului Olteniei Craiova (MOC), pentru a crește și atractivitatea online.

Pentru o promovare adecvată a imaginii muzeului și luarea unor măsuri de ajustare/dezvoltare, s-a monitorizat în mod constant nu numai evoluția vizitării (la secțiile MOC și online) ci și a interacțiunii dintre muzeu și publicul său.

Astfel, s-a urmărit sistematic feedbackul primit online, s-au realizat investigații punctuale pentru înțelegerea diverselor segmente de public, astfel încât s-a stabilit punctual, cantitativ și calitativ, că expunerile de bază, expozițiile temporare, programele publice și cele educative propuse de către specialiștii Muzeului Olteniei, sunt evaluate peste medie aproximativ **97% cu feedback pozitiv** - mulțumiți și foarte mulțumiți de experiența la muzeu, ceea ce validează strategia de promovare a imaginii Muzeului Olteniei în spațiul public.

Strategia de promovare publică a Muzeului Olteniei s-a axat pe următoarele coordonate:

R1: Administrarea și promovarea online a Muzeului Olteniei Craiova, Culei Petrache Cernătescu – Cernăteștilor, Culei Izvoranu Geblescu - Brabova, și Casei Memoriale "Amza Pellea", pe rețele de socializare, materializate prin 283 postări elaborate pe specificul produselor și acțiunilor culturale realizate de specialiștii instituției și partenerii externi.

Interactivitatea cu aceste medii a fost optimă înregistrând o audiență de 27 916 de vizitatori online, cu o accesare medie de aproximativ 13/500/postare, audiența înregistrând următoarea distribuție: *bărbați – 33,80%, femei – 66, 20%, cel mai bine țarghetat este publicul cu segment de vârstă cuprins între 35-44 ani, respectiv: 23% femei, 12% bărbați, și segmentul 45- 54 ani – 18% femei, 14% bărbați. Cel mai deficitar segment de public ca audiență este segmentul cu vârste cuprinse între 18-24 ani – 8% femei și 5% bărbați.*

Analiza publicului online demonstrează impactul postărilor realizate și arealul geografic al acestuia, repartitia fiind una îmbucurătoare, astfel: **România (19 254), Marea Britanie (1287), Italia (1916), Germania (1503)**, Spania (2145), Franța (322), Moldova (1210), Statele Unite ale Americii (87), Belgia (192).

De asemenea, la nivelul național, repartitia geografică a urmăritorilor online, se prezintă astfel: **Craiova 11903, București 4436, Drobeta Turnu-Severin 446, Târgu Jiu 429**, Timișoara 321, Râmnicu Vâlcea 603, Slatina 557, Cluj-Napoca 292, Constanța 267.

În acest sens, a existat o preocupare permanentă pentru documentarea postărilor, în scopul transmiterii corecte și eficiente a informațiilor legate de activitățile/obiectele de patrimoniu gestionate de către instituție. Activitatea de postare a fost una optimă asigurând un echilibru la nivelul instituției și proporții egale pentru cele trei secții, fiind însoțite de texte descriptive, însoțite de imagini elocvente pentru un impact vizual puternic.

De asemenea, amplitudinea momentelor de interes pe pagina facebook este mai mare pe anumite postări, vârfurile înregistrate în anul 2025, referindu-se la anunțuri vizând:

- ✓ **Evenimente/expoziții temporare cu tematică contemporană, de actualitate și interes pentru evenimentele comunității locale:** *Târgul Meșterilor Popolari (audiență - 2.017,9 K), Noaptea Muzeelor (audiență – 1.053 K), Tehnici tradiționale de țesere în România și Republica Moldova (audiență: 7.055.9 K), Zilele Olteniei, Expoziția 150 de ani de la Nașterea Reginei Maria (audiență: 1.055,9 K), Expoziția Maria Tănase – Cântecul ce-și poartă rădăcinile (audiență: 5.365,8 K), Muzeul Olteniei – la ceas aniversar, Societățile de binefacere – un crâmpei din istoria Craiovei, Festivalul Toamnei la Cula Brabova (audiență: 1.360 K), Conferința Internațională Muzeul și Cercetarea Științifică (audiență: 820 K), Salonul Național de Minerale, Fosile și Geme (audiență: 634,3 K).*
- ✓ **evenimente/actiuni culturale nou create de Muzeul Olteniei și/sau în parteneriat cu alte instituții:** *Maria Tănase – Cântecul ce-și poartă rădăcinile (audiență: 5.365,8 K), Muzeul Olteniei – la ceas aniversar, Societățile de binefacere – un crâmpei din istoria Craiovei, Festivalul Toamnei la Cula Brabova (audiență: 1.360 K);*
- ✓ ***Evenimente de marcă/brand dezvoltate de Muzeul Olteniei, având o continuitate de minim 15 ediții:*** *Conferința Internațională Muzeul și Cercetarea Științifică (audiență: 820 K), Salonul Național de Minerale, Fosile și Geme (audiență: 634,3);*
- ✓ ***Produse mediatice create de Muzeul Olteniei, respectiv filme documentare pentru promovarea unor obiective culturale intrate recent în administrarea Muzeului Oltenie (Video Cule Izvoranu Geblescu - Brabova și Cernăteștilor – Cernătești), săli expoziționale tur virtual 360 cu text încorporat și task pe obiecte (Sala Tezaur, Sala Mihai Viteazul, Expoziția Redescoperă Istoria, Sala Războiului de Independență, Antichitatea și Evul Mediu din Oltenia)***

R2: Realizarea unui profil INSTAGRAM – [www. muzeulolteniei_oficial](http://www.muzeulolteniei_oficial) și postarea, în anul 2025, a 68 materiale informative și de promovare/diseminare a activităților, acțiunilor și patrimoniului Muzeului Olteniei, obținând un număr de 570 urmăritori activi.

Decizia de a realiza un cont INSTAGRAM specific Muzeului Olteniei a venit din necesitatea de a obține o adresabilitate majoră a serviciilor culturale la nivelul publicului tânăr, pentru care aplicația Instagram este în trend-ul platformelor în social media utilizate.

Fiind o rețea socială vizuală prin definiție, este perfectă pentru promovarea instituției noastre, având ca produse de bază mediatice: story, poze și video căci conținutul poveștilor reale care promovează produse culturale de actualitate – prin expunerea de-a lungul unei zile a unor imagini/video care atrag publicul tânăr. De asemenea, marketing-ul cultural pe Instagram mută elementele de identitate vizuală specifice muzeului într-o platformă online cu public total diferit de cel ce accesează platforma facebook. Prin crearea contului de INSTAGRAM s-a creat o comunitate ce a construit o legătură emoțională între instituție și utilizatori, care pot să vadă valorile pe care le promovează Muzeul Olteniei.

Prin urmare, promovarea pe Instagram determină vizibilitatea muzeului, mai ales pe segmentul publicului tânăr, existând un feedback imediat.

Apreciem că adaptarea consistentă și rapidă la mediul online integrat – Facebook, Instagram, Youtube, dezvoltată de Muzeul Olteniei are o contribuție majoră la dezvoltarea imaginii și creșterea atractivității muzeului.

R3: ACTIVITĂȚI CIRCUMSCRISE ACȚIUNILOR DERULATE DE MUZEUL OLTENIEI CRAIOVA ÎN CALITATE DE PARTENER INSTITUȚIONAL CNR UNESCO ROMÂNIA

Reprezentând o formă de susținere și confirmare cu valențe reputaționale, statutul de Partener Instituțional CNR – UNESCO, oferă Muzeului Olteniei dreptul de a utiliza, în anumite condiții de eligibilitate, logo-ul oficial al CNR UNESCO și infrastructura acestuia ce permite vizibilitate pe platforma UNESCO la care sunt afiliate 193 de țări, 53 de birouri regionale și 199 de comisii naționale care facilitează mandatul global.

Muzeul Olteniei, alături de alte 4 muzee naționale din țară – Muzeul Țăranului Român, Muzeul ASTRA, Muzeul Național de Istorie, Muzeul Național al Literaturii Române, lucrează la un draft de propuneri, clarificări conceptuale, terminologice, curricula TVET, rolul muzeelor și instituțiilor culturale ca spații dedicate învățării, extinderea dreptului la educație culturală etc.;

De asemenea, în calitate de membru activ al **Grupului Național de Lucru al CNR UNESCO România, CRPM a participat online la 5 ședințe naționale de lucru** pentru redactarea propunerilor CNR UNESCO la Codul Global al Educației prin cultură și artă, context în care s-au **tradus peste 58 de documente** în limba engleză puse la dispoziție de Grupul Național de Lucru al CNR UNESCO România din cadrul Proiectului Codul Global al Educației prin cultură și artă al UNESCO, în vederea redactării de propuneri din partea sectorului cultural;

De asemenea, s-au îndeplinit obiectivele asumate de Muzeul Olteniei Craiova în Anexa 1 a Planului de acțiune pentru anul 2025 (22 file) de a organiza evenimente sub egida CNR UNESCO România, fiind puse la dispoziția Radio România Cultural 4 interviuri privind elementele patrimoniului cultural imaterial din Oltenia – Călușul, Scoarța Oltenească, Cămașa cu Alțiță, Mărțișorul.

Pentru toate acțiunile sus amintite au fost elaborate drafturi de informare ce au fost postate pe platforma CNR UNESCO, ceea ce a asigurat o vizibilitate maximă pe toate cele 193 platforme din cadrul UNESCO.

R.3: Gestionarea unui număr de 142 contracte de parteneriate de cooperare și/sau educaționale în cadrul proiectelor derulate cu unități școlare din județul Dolj și alte instituții partenere de profil ceea ce a determinat creșterea numărului de vizitatori fizici și online, creșterea vizibilității activităților Muzeului Olteniei la nivelul comunității locale dar și în cadrul rețelei muzeale. Prin promovarea serviciilor și produselor culturale la nivel digital.

Analizarea mesajelor, comentariilor, postărilor pe rețelele de socializare conduc la formarea unei certitudini că percepțiile și atitudinile beneficiarilor sunt unele pozitive, Muzeul Olteniei fiind

considerat o instituție prestigioasă, preocupată de promovarea unor acțiuni culturale ce răspund necesităților beneficiarilor locali;

R.4: Marketarea a 31 colaje/filme online având ca obiect promovarea obiectelor de patrimoniu și/sau a sălilor expoziționale ale muzeului: Cula Petrache Cernătescu – Cernătești (8), Izvoranu Geblescu - Brabova (7), expozițiile permanente de la Secția de Istorie Arheologie (10), Secția de Etnografie (2), Secția de Științele Naturii (2), evenimentul Noaptea Muzeelor (2).

R5: Elaborarea și furnizarea unui număr de 58 materiale/comunicate de presă în mass-media locale ce au respectat formatul solicitat de presa scrisă obținându-se o mediatizare optimă a serviciilor și produselor culturale oferite de Muzeul Olteniei, fiind asigurată optimizarea strategiei manageriale ce vizează obiectivele de promovare publică a instituției în atingerea unor scopuri pe termen mediu și lung, respectiv: creșterea numărului de vizitatori, în timpul pandemiei, creșterea vizibilității publice a imaginii instituției și acțiunilor organizate de aceasta;

R10: Marketarea a 78 afișe aferente unor campanii de promovare a evenimentelor culturale ale Muzeului Olteniei: (Muzeul Olteniei – Muzeu UNESCO, Noaptea Muzeelor 2025, Ziua Culturii Naționale, Școala Altfel, Bios Art, Weekend Tematic – Portul Popular, Cultura din Oltenia și UNESCO, Târgul Meșterilor Populari, Spațiul Cosmic, Craiova se îmbracă în IE, Ziua Soarelui, Tarife Acces Muzeu, etc);

R11: Diseminarea în mass-media a evenimentelor culturale prin parteneriate media, fiind monitorizate peste 283 apariții TV, radio. S-a asigurat, de asemenea, îndeplinirea prevederilor contractuale sumate cu partenerii media de diseminare optimă a acțiunilor, activităților, obiectivelor Muzeului Olteniei;

R12: Operaționalizarea activităților de Public Relation cu membrii comunității mass-media, bloggerilor/vloggerilor culturali din Craiova în scopul promovării acțiunilor Muzeului Olteniei Craiova și generării de conținut în media tradițională. În baza acestor colaborări, au fost planificate vizite ale unor grupuri mari de vizitatori din țară și străinătate, ce au beneficiat de ghidări tematice la instituțiile culturale – Casa Băniei, Secția de Istorie-Arheologie, Secția de Științele Naturii etc). Din punct de vedere calitativ, au fost active parteneriatele tradiționale ale muzeului cu organizațiile cu care avem colaborări de durată, care contribuie la dezvoltarea ofertei culturale și educaționale a muzeului, și menționăm: **Asociația MONUMENTE OLTENIA** - partener în proiecte educative privind efectuarea de vizite tematice la Muzeul Olteniei pentru grupurile de turiști ce tranzitează Craiova; **Universitatea Craiova** pentru programe de practică, stagii și/sau derulate în cadrul unor programe europene de formare pe tot parcursul vieții. Dezvoltarea de parteneriate vizează activitatea de educație pentru toate categoriile de public, dar se pune accentul pe copii și tineri, plecând de la premisa că interesul pentru cultură și obiceiurile de consum cultural se formează din copilărie. De asemenea, în anul 2025, au fost incluși în categoria skyholderilor culturali parteneri ai Muzeului Olteniei, reprezentanții următoarelor platformelor digitale cu reprezentare majoră în Municipiul Craiova: www.asaelaCraiova.ro, www.craiovalive.ro, www.monumentalistul.ro, www.monumenteoltenia.ro.

R13: Elaborarea/întocmirea de informări privind activitățile derulate de MOC, la solicitarea Direcției Județene pentru Cultură Dolj, Prefecturii Dolj, Consiliului Județean Dolj pe linia Strategiei de dezvoltare a politicilor culturale ale comunității, întocmirea celor 2 analize semestriale privind îndeplinirea obiectivelor strategiei pe segmentul cultură cuprinse în cadrul Programului de Guvernare pe anul 2025.

R14: Fixarea foto (peste 120 000 fotografii) a tuturor activități/acțiuni culturale derulate la nivelul secțiilor Muzeului Olteniei, conținutul acestora fiind diseminat în mass-media și rețelele de socializare, având un puternic impact vizual.

Este necesar să se depună eforturi în sensul unei corecte și optime informări publice privind acțiunile culturale ale Muzeului Olteniei Craiova, fiind încă ridicat numărul persoanelor care afirmă că află de evenimentele/acțiunile culturale ale instituției de la terțe persoane (colegi, vecini, părinți etc).

Consecințe pozitive: creșterea numărului de vizitatori, creșterea vizibilității activităților Muzeului Olteniei la nivelul comunității locale dar și în cadrul rețelei muzeale. Prin promovarea serviciilor și produselor culturale la un nivel superior.

Studiul mesajelor, comentariilor, postărilor pe rețelele de socializare conduc la formarea unei certitudini că percepțiile și atitudinile beneficiarilor sunt unele pozitive, Muzeul Olteniei fiind considerat o instituție prestigioasă, preocupată de promovarea unor acțiuni culturale ce răspund necesităților beneficiarilor locali.

Alte activități: întocmirea documentațiilor specifice Controlului Intern Managerial, la nivelul Muzeului Olteniei/CRPM:

- **Întocmirea tuturor documentațiilor specifice SCIM, la nivelul Compartimentului de Marketing:** *Lista obiective, activități, acțiuni, Lista Indicatori de performanță, Tabel Monitorizare indicatori de performanță, Lista activități procedurabile, Listă Funcții Sensibile, Plan Rotație funcții sensibile, Registrul riscurilor, formularele de alertă la riscuri, Chestionarul de Autoevaluare etc.*
- **Centralizarea/Elaborarea documentelor SCIM la nivelul Muzeului Olteniei Craiova:** *Lista acțiunilor, activităților, obiectivelor și riscurilor (2 documente), Lista obiectivelor și indicatorilor de performanță (2 documente), Lista activități procedurabile (1 document), Inventarul Funcțiilor sensibile (1 document), Planul pentru rotația salariaților cu funcții sensibile (1 document), Listă indicatori de performanță (1 document), Tabel monitorizare indicatori de performanță (1 document), Rapoarte de analiză semestrială la nivel SCIM (2 documente), Plan de acțiune anticorupție (1 doc), Declarația privind asumarea Agendei de Integritate organizațională a Strategiei Naționale Anticorupție 2021-2025 (1 doc), Inventarul Măsurilor de prevenție Anticorupție și Indicatorii de Evaluare aferenți (1 doc), Situația Sintetică a rezultatelor autoevaluării SCIM la nivelul MOV (1 doc), Raport asupra sistemului de control intern managerial (1 doc), Raport anual de evaluare a incidentelor de integritate (1 doc);*
- **Întocmirea Situației Sintetice a rezultatelor autoevaluării, conform Anexei nr. 4.2,** urmare a centralizării Chestionarelor de Autoevaluare de la nivelul celor 9 structuri organizatorice ale Muzeului Olteniei, conform art. 4, alin. 3 din O.G. nr. 119/1999 privind Controlul Intern Managerial.

Activități arhivă/secretariat:

La nivelul acțiunilor de secretariat și arhivă, activitatea a asigurat continuitate pe palierul obiectivelor prevăzute în procedurile de specialitate, astfel: pregătire lucrare de selecționare a unităților arhivistice cu termen de 5 ani în vederea avizării acestora de către Serviciul Județean al Arhivelor Statului, identificare informații din arhivă pentru Colecția Sorescu (la solicitarea muzeografului Claudia Goga), identificare documente istorice din arhivă (la solicitarea muzeografului Bâsceanu Marius)

De asemenea, pe linie de secretariat s-au realizat următoarele activități: înregistrarea electronică a 2282 documente intrare-ieșire, înregistrarea scriptică a 2282 documente în Registrul de Intrări-Ieșiri, înregistrarea a 244 Decizii ale conducerii, în Registrul de Decizii, au fost tehnoredactate 132 de Decizii, 220 de documente de corespondență cu alte instituții, scanarea a 1025 de documente expediate prin e-mail instituțional.

Pe linie de Secretariat, s-a asigurat o comunicare inter și extra instituțională eficientă, realizându-se legături telefonice cu secțiile și compartimentele, transmitere de faxuri, e-mailuri, tehnoredactare de documente, furnizare de informații în legătură cu activitatea și programul muzeului, asigurare de protocol, etc.

Față de situația dramatică prin care a trecut Muzeul Olteniei în perioada Pandemiei, prin scăderea drastică a numărului de vizitatori, din cauza restricțiilor impuse, când s-a înregistrat o scădere cu 82,20% a numărului de vizitatori, față de anul 2019, în anul 2025 s-a produs un reviriment major al interesului publicului față de muzeu. În anul 2021, Muzeul Olteniei a înregistrat un număr de 16 438 de vizitatori față de numai 7003, în anul 2020. În anul 2020, au

trecut pragul muzeului doar 7003 vizitatori, față de 41 000, în anul 2019. În anul 2023 s-a produs o creștere peste așteptări a interesului publicului pentru evenimentele muzeale, înregistrându-se un număr total de 62 257 de vizitatori, față de 52 450 de vizitatori, câți au fost în anul 2022. Începând cu anul 2023, 62 257 de vizitatori, și continuând cu anul 2024, 62 503 de vizitatori, și cu anul 2025, 62 650 de vizitatori, constatăm o plafonare în creșterea numărului de vizitatori pe care, o considerăm, a se datora unei mai degrabă unui plafon demografic decât unui regres în interesul populației pentru muzeu. Pentru anul 2025 se constată, în cuantumul numărului de 62 650 de vizitatori, o creștere a numărului de vizitatori străini, 2300, impulsionată de evenimentele culturale organizate de către Primăria Municipiului Craiova, Târgul de Crăciun și Târgul de Paște, dar și de dezvoltarea Aeroportului Internațional din Craiova

În concluzie, în anul 2025, Muzeul Olteniei Craiova a desfășurat **28 expoziții temporare, 1 conferință științifică, 1 salon și 198 proiecte educaționale.**

Tabelul indicatorilor realizați (extras din Raportul de activitate pentru perioada 2020-2025)

Perioada	Nr. de proiecte proprii	Nr. de beneficiari ¹	Nr. de bilete
1	2	3	4
Anul 2020	6	7003	7003
Anul 2021	18	18 000	16 438
Anul 2022	6	52 450	26 232
Anul 2023	12	62 257	35 269
Anul 2024	14	62503	37000
Anul 2025	11	62650	12852

¹Beneficiarii reprezintă: vizitatorii individuali, vizitatorii organizați în grup și participanții la atelierile interactive organizate de către muzeu.

Studiul mesajelor, comentariilor, postărilor pe rețelele de socializare conduc la formarea unei certitudini că percepțiile și atitudinile beneficiarilor sunt unele pozitive, Muzeul Olteniei fiind considerat o instituție prestigioasă, preocupată de promovarea unor acțiuni culturale ce răspund necesităților beneficiarilor locali.

Este necesar să se depună eforturi în sensul unei corecte și optime informări publice privind acțiunile culturale ale Muzeului Olteniei Craiova, fiind încă ridicat numărul persoanelor care afirmă că află de acțiunile culturale ale instituției de la terțe persoane.

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

S-a încercat, în anul 2025, să se afle care au fost motivele pentru care vizitatorii înregistrați, au trecut pragul muzeului. Majoritatea au precizat faptul că muzeele au fost singurele instituții de cultură care au avut oferte culturale permanente. De asemenea, s-a urmărit sistematic feedbackul primit online, s-au realizat investigații punctuale pentru înțelegerea diverselor segmente de public, astfel încât s-a stabilit punctual, cantitativ și calitativ, că expozițiile de bază, expozițiile temporare, programele publice și cele educative propuse de către specialiștii Muzeului Olteniei, sunt evaluate peste medie, aproximativ **97%, cu feedback pozitiv** - mulțumiți și foarte mulțumiți de experiența la muzeu, ceea ce validează strategia culturală a Muzeului Olteniei în spațiul public.

A. 5. Grupurile-țintă ale activităților instituției.

Unul din punctele de rezistență ale managementului în anul 2025 au fost programele speciale ale muzeului, orientate spre public. Prin activitățile, expozițiile, simpozioanele, evocările și alte manifestări organizate am obținut sporirea prezenței publicului în cadrul acestora, iar pe de altă parte, formarea unui public partener specializat, diferențiat pe categorii în funcție de vârstă, statut familial, domenii de interes. Acest public a redescoperit muzeul ca sursă de informare, recreere, delectare, dar și ca spațiu în care a participat activ la inițiativele culturale și de promovare a protejării patrimoniului cultural și natural.

Din studiile pe anul 2025 privind dinamica vizitatorilor de muzeu, atât individual, cât și în grupuri, raportată la lunile anului, la anotimpuri, categorii de vârstă, proveniență se observă un număr mare de vizitatori înregistrat în perioadele de primăvară și toamnă, când elevii sunt la școală.

În lunile de vară, muzeul și obiectivele sale din teritoriu (șantiere arheologice) sunt vizitate cu precădere de vizitatori individuali din categoria adulților, români și străini.

O situație specială o întâlnim la Secția de Științele Naturii, care e vizitată și de grupuri organizate de elevi care provin din județele limitrofe județului Dolj.

Din categoria vizitatorilor străini individuali fac parte cetățeni ai altor țări aflați în vizită la cetățeni din Craiova și județul Dolj, familii care efectuează concediul în România și care tranzitează Oltenia sau voluntari. Secția de Etnografie, Casa Băniei, excelează pe acest palier de vizitatori atât vara cât și în celelalte perioade ale anului.

Țările reprezentate sunt: Japonia, Turcia, Franța, Germania, Estonia, Polonia, Serbia, Italia etc.

Cei mai mulți vizitatori, raportați din cele trei secții ale Muzeului Olteniei s-au înregistrat la Secția de Științele Naturii. Bineînțeles, această secție a muzeului excelează din acest punct de vedere datorită numeroaselor parteneriate pe care școlile le dezvoltă cu muzeografi de aici. Contează foarte mult în acest flux mare de public vizitator și poziția centrală a imobilului în ansamblul municipiului Craiova dar și investițiile realizate de către Consiliul Județean Dolj în modernizarea expoziției permanente cu al său modern Planetariu, care atrage foarte multi vizitatori de categorii diverse și de toate vârstele.

Secția Istorie-Arheologie înregistrează permanent media numărului de vizitatori între secțiile Muzeului Olteniei. Același lucru s-a întâmplat și în anul 2025.

În pofida faptului că Secția de Etnografie a înregistrat un număr mai mic de vizitatori, această secție excelează în adresabilitatea crescută față de publicul vizitator din alte țări sau din alte regiuni ale României interesați să se documenteze mai mult asupra obiceiurilor și tradițiilor ce caracterizează Oltenia, obiceiuri și tradiții care pot fi cunoscute, în tot ansamblul, doar la această secție. De asemenea, publicul-țintă al acestei secții se află într-o proporție covârșitoare în afara imobilului și ne referim, când afirmăm acest lucru, la cea mai amplă și de tradiție manifestare a muzeului, ***Târgul Meșterilor Populari***.

Trendul crescător al numărului de vizitatori a fost observat și la cel mai important eveniment de peste an, tradițional pentru muzeele din România, și anume, la ***Noaptea Muzeelor***, desfășurat în luna Mai.

În cursul anului 2025, au fost atent monitorizate cerințele publicului în ceea ce privește dorința acestuia referitoare la activitatea culturală a Muzeului Olteniei și au fost luate câteva inițiative în acest sens. Astfel, a fost amenajat un modern și atractiv magazin de artă tradițională și suveniruri, în vecinătatea Secției de Științele Naturii, magazin care îndeplinește și importanta funcție de gift-shop tot mai căutată de public. Au fost dezvoltate standuri ale acestui magazin la toate secțiile. De asemenea, văzând succesul mare la public înregistrat de către expozițiile temporare de la Secția Istorie-Arheologie s-a trecut la amenajarea unui spațiu expozițional special la Secția de Etnografie destinat în exclusivitate expozițiilor temporare. La Secția de Științele Naturii au fost extinse și modernizate spațiile destinate activităților interactive destinate copiilor.

În ceea ce privește sălile destinate publicului, Muzeul Olteniei Craiova dispune de spațiu suficient unde sunt amenajate expoziții permanente cu o tematică adecvată funcției pentru care s-au creat și spații pentru expoziții temporare, simpozioane, evocări, lansări de carte etc.

Scopul reabilitării patrimoniului imobiliar realizat în ultimii ani a fost acela de a asigura condițiile pentru accesul publicului în sălile expozițiilor de bază sau temporare.

În concluzie, se poate aprecia că toate investițiile realizate de către Consiliul Județean Dolj din fonduri europene sau de la propriul buget, în infrastructura imobilelor administrate de către Muzeul Olteniei dar și în refacerea tuturor expozițiilor permanente, își arată pe deplin roadele, în prezent, prin creșterea remarcabilă a numărului de vizitatori.

A. 6. Profilul beneficiarului actual.

Categoriile de vizitatori au înregistrat următoarea distribuție: **bărbați – 33,80%, femei – 66,20%, categorii de vârstă – 35-44 ani (27%), 45-54 ani (22%), 55-65 ani (12%), 65 ani+ (8,7%,), 18-24 ani (7,4%)**. Așa cum se observă și pe statisticile de la nivel național pentru muzeele din România, Muzeul Olteniei nefăcând rabat de la această situație, numărul cel mai mare de vizitatori (procentul a variat între 75% și 80%) se înregistrează la categoria grupuri organizate, grupuri formate aproape în totalitate din elevi și studenți. Din datele statistice pe care le avem la dispoziție până în prezent, vizitatorii individuali preferă să vină în număr mare la muzeu în cadrul evenimentului **Noaptea Muzeelor** sau în perioadele când muzeul organizează expoziții temporare. Această situație statistică este oarecum firească și explicabilă prin faptul că atât elevii cât și studenții vin, organizați în grupuri, pentru a-și forma cultura de bază muzeală prin vizitarea în special a expozițiilor permanente. Vizitatorii individuali, cunoscând deja expozițiile permanente, doresc să vadă expozițiile temporare adică tocmai acele evenimente noi pe care muzeul le oferă periodic. Din experiența ultimilor ani am observat că și această periodicitate a expozițiilor temporare trebuie reglată la un anumit interval de timp. O expoziție temporară devine neinteresantă pentru public după mai mult de 90 de zile de prezentare. De aceea, ciclicitatea acestui tip de expoziție trebuie să fie cuprinsă între 60 și 90 de zile. Fac excepție expozițiile temporare deosebite în care sunt expuse publicului piese de patrimoniu unicat pentru care nu mai există alte ocazii de a mai fi prezentate, aceste evenimente ținând atenția vizitatorilor până la perioade ce merg către 120 de zile, până la jumătate de an.

B. Evoluția profesională a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia.

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

Muzeul Olteniei Craiova, prin diversitatea activităților și a funcțiilor sale specifice a reprezentat un reper esențial în ceea ce privește realizarea actului cultural în spațiul teritorial administrativ al Doljului, dar cu precădere în Craiova.

Discutând despre sistemul de colaborare interinstituțional în care Muzeul Olteniei este parte, se cuvine să precizăm că relațiile de colaborare ar putea fi detaliate, după cum urmează:

A. Relații pe verticală

- relația cu Ministerul Culturii.
- relația cu Consiliul Județean Dolj - ordonatorul principal de credite.
- relația cu organisme ale Uniunii Europene - Comisia Europeană, componenta Culturală.

B. Relații pe orizontală

- Relația cu alte instituții ale administrației publice centrale sau locale (ministere, agenții, primării și consilii locale).
- relația cu instituții muzeale din țară și de peste hotare.
- Relația cu instituții culturale de interes național sau local (instituții de spectacol, biblioteci etc.).
- relația cu societatea civilă (ONG-uri).
- relația cu mass-media.
- relația cu instituțiile de cult.

B. 2. Orientarea activității profesionale către beneficiari.

B. 2. I. Proiectul-cercetare științifică și evidența patrimoniului cultural.

Proiectul se desfășoară sub forma unor sub-proiecte ale căror obiective sunt:

- Dezvoltarea și evidența patrimoniului;
- Promovarea valorilor istorice, etnografice și de științele naturii din Oltenia, introducerea acestora în literatura de specialitate internă și externă.

B. 2. I. a. Subproiectul – Cercetarea Științifică.

Scop: Elaborarea riguroasă a unor proiecte care să prezinte într-o succesiune culturală și cronologică evoluția comunității umane sesizate istoric și etnografic pe teritoriul Olteniei începând din vechime și până în epoca modernă.

Participări la simpozioane ale specialiștilor Muzeului Olteniei:

- *Conferința Internațională, "Muzeul și cercetarea științifică", ediția a XXXII-a, Craiova, septembrie 2025.*
- *Conferința organizată de Institutul de cercetări socio-umane „C.S. Nicolăescu-Plopșor” din Craiova cu prilejul împlinirii a 425 de ani de la prima unire a Țărilor Române.*
- *Simpozionul „Identitate națională. Identitate europeană. Craiova 1475-2025”, organizat de Institutul de cercetări socio-umane „C.S. Nicolăescu-Plopșor” din Craiova.*
- *Simpozionul „Cercetări Arheologice și Numismatice”, ediția a XI-a, București, 18-19 septembrie 2025.*
- *Sesiunea științifică internațională „Pontica”, ediția 58, Constanța, 25-27 septembrie 2025.*
- *Sesiunea internațională „Interferențe. Trecut, prezent, viitor”, Ediția a III-a.*
- *Conferința Națională „Istorie, cultură, civilizație. De la spațiul oltenesc la orizontul european”, organizată de Institutul de Cercetări Socio-Umane „C.S. Nicolăescu-Plopșor”.*
- *Conferința Națională „Elitele și mecanismele puterii (secolele XIV-XX)”, ediția a VI-a, organizată de Universitatea din Craiova.*
- *Sesiunea Internațională de Comunicări Științifice, ediția XX organizată de Muzeul „Vasile Pârvan” din Bârlad.*
- *Simpozionul Național „Trecut și prezent în cercetările geologice și arheologice din România”, organizat de Muzeul Județean Gorj „Alexandru Ștefulescu” din Târgu-Jiu.*
- *Expoziția Națională de Postere Științifice. Conservare – Restaurare – Investigații, organizată de Muzeul Național de Istorie a României din București.*
- *Simpozionul Național de Istorie „România în cel de-al Doilea Război Mondial (1941-1945)”.*
- *Simpozionul județean „Charles Laugier – 150 de ani de la naștere (1875 – 2025)” organizată de Liceul „Charles Laugier” din Craiova.*
- *Sesiunea națională de comunicări științifice „Țara Bârsei”, ediția XXIII, organizată de Muzeul „Casa Mureșenilor” din Brașov.*
- *Conferința International Work-Conference on Artificial Neural Networks – IWANN 2025, organizată la A Coruña, Spania.*
- *Sesiunea Națională de Comunicări Științifice, ediția LXXXVI, organizată de Muzeul Viticulturii și Pomiculturii Golești.*
- *Conferința Internațională Recent Advances in Digital Humanities (RADH) 2025, organizată de Universitatea din București.*
- *Sesiunea Națională de Comunicări Științifice „TERRA ROMULENSIS”, ediția I, organizată de Muzeul Romanășului din Caracal.*
- *Simpozionul Internațional de Arheologie și Istorie – IN MEMORIAM CONSTANTIN DAICOVICIU, ediția LI, organizat de Muzeul Județean de Etnografie și al Regimentului de Graniță Caransebeș.*
- *Conferința „The Quaestura Exercitus in its Regional Context: Historical and Archaeological Perspectives”, 16-19 September 2025, Varna, Bulgaria.*
- *Conferința națională organizată de către Institutul de Arheologie din Iași, al Academiei Române-Filiala Iași.*

- *Sesiunea Națională de Comunicări Științifice „Ecosinteze și Etnosinteze Carpatine”, Pitești, 19-20 noiembrie 2025.*
- *Conferința științifică internațională „Arheologie. METODE, STUDII, REZULTATE”, 14-16 august 2025, Orheiul Vechi, Moldova.*
- *Sesiunea Internațională de Comunicări Științifice „Arheologia Mileniului I p. Chr.”, ediția a XXI-a, Ploiești, 10-12 septembrie 2025.*
- *Conferința internațională CIVIS - Generating roadmaps for research in museums.*
- *Conferința Națională a Centrului de Cercetări Arheologice Vasile Pârvan „Work in progres”.*
- *Expoziția de postere științifice din domeniul Conservare-Restaurare „Retrospective ediția a XVI-a. 50 de ani ai sistemului de conservare – restaurare în România”, organizată de Muzeul Național al Bucovinei, Suceava și ACRRO, 27 noiembrie - 15 decembrie 2025.*
- *Sesiunea Științifică Anuală dedicată Zilei Naționale a României „UNITATE, CONTINUITATE ȘI INDEPENDENȚĂ ÎN ISTORIA POPORULUI ROMÂN”, Ediția LIV, Alba-Iulia, 2025, organizată de Muzeul Național al Unirii Alba Iulia, 20 – 21 noiembrie 2025.*
- *Conferința Generală ICOM 2025, EAU, 10-20 noiembrie 2025.*
- *Sesiunea Națională de Comunicări „Patrimoniul și educația în Muzeele de Artă”, Tulcea, online, 09 - 10 octombrie 2025.*
- *Gala Restaurării Românești 2025, „Mâini de aur 2025”, un eveniment dedicat marcării a 50 de ani de la înființarea sistemului românesc pentru conservarea și restaurarea patrimoniului cultural și celebrare a excelenței în conservarea și restaurarea patrimoniului național, eveniment organizat de Muzeul Național al Țăranului Român, București, 15 octombrie 2025.*
- *Conferința internațională „63rd Annual Seminar on Glass - Brilliant Color”, organizată de Corning Museum of Glass, online, 21-23 octombrie 2025.*
- *Sesiunea Internațională de Comunicări Științifice „Acta Moldaviae Meridionalis”, Ediția a XLVIII-a, organizată de Muzeul Județean „Ștefan cel Mare” Vaslui, 26-27 septembrie 2025.*
- *Simpozionul Național „50 de ani de Restaurare Științifică a Patrimoniului Cultural Mobil”, organizat de Muzeul Național Brukenthal din Sibiu, online, 19 septembrie 2025.*
- *ȘCOALA DE VARĂ, ediția a IV-a, 08-19 iulie 2025, Restaurare Componente Iconostas, manifestare organizată de Departamentul de Istorie, Patrimoniu și Teologie Protestantă în parteneriat cu Centrul de Patrimoniu Cultural „Radu Brâncoveanu”, Mănăstirea Brâncoveanu, Sâmbăta de Sus.*
- *Conferințele Astrei. Workshop de restaurare, ediția a IX-a, manifestare organizată de Complexul Național Muzeal ASTRA din Sibiu prin Centrul ASTRA pentru Patrimoniu, Sibiu, mai 2025.*
- *Sesiunea de comunicări științifice CLIO, ediția a XXI-a, organizată de Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu, Departamentul de Istorie, Patrimoniu și Teologie Protestantă, Sibiu, 23 mai 2025.*
- *Simpozionul Național PETRODAVA, ediția a VI-a, 13 - 15 mai 2025, desfășurat în cadrul Complexului Muzeal Național Neamț, Piatra Neamț.*
- *11-12 februarie 2025, cea de-a V-a conferință științifică internațională cu genericul „Femeile în cercetare: destine, contribuții, perspective”, organizată în cadrul Conferinței științifice internaționale „Patrimoniul cultural de ieri – implicații în dezvoltarea societății de mâine”, eveniment organizat de Academia de Științe a Moldovei, Centrul Mitropolitan de Cercetări Științifice TABOR (Iași, România).*

Valorificarea științifică a patrimoniului cultural:

- Radu Gabriel Dumitrescu, *Matrice sigilare din colecția Muzeului Olteniei*, în „Crisia”, vol. LIII, Supliment nr. 1, 2025.
- Radu Gabriel Dumitrescu, *Tezaurul monetar de la Rășinari, județul Sibiu (secolele al XVII-lea - al XVIII-lea)*, în „Cercetări Numismatice”, vol. XXX, 2025.
- Radu Gabriel Dumitrescu, Cristiana Tătaru, Florin Ciulavu, *Tezaurul monetar descoperit în localitatea Nicolae Titulescu, județul Olt (sf. sec. XVI)*, în „Revista de Cercetări Arheologice și Numismatice”, vol. IX, 2025.
- Cristiana Tătaru, Radu Gabriel Dumitrescu, *Small Change in the Northern Ottoman Borderland: The Bulzești Hoard (Dolj County) and Early 17th Century Monetary Circulation*, în „Cercetări Numismatice”, vol. XXXI, 2025.
- Radu Gabriel Dumitrescu, *Un nou lot din tezaurul de la Craiova – Strada N. Bălcescu (sec. XVII-XVIII)*, în „Materiale și Cercetări Arheologice” (serie nouă), Supplementum III, 2025.
- Radu Gabriel Dumitrescu, *Piese de argintărie „Christofle” din colecția Muzeului Olteniei*, în „Arhivele Olteniei”, serie nouă, nr. 39, 2025.
- Radu Gabriel Dumitrescu, Dan Bălțeanu, Marinela Boicea, *Tezaurul de monede și podoabe de la Pielești, jud. Dolj (sec. II-I a.Chr.)*, în „Pontica”, vol. LVIII, 2025 (în curs de publicare).
- Radu Gabriel Dumitrescu, *Tezaurul de monede otomane descoperit în localitatea Nicolae Titulescu, județul Olt (sec. XVIII)*, în „Terra Alutana. Acta Mvsei Alvtensis”, vol. III, 2025 (în curs de publicare).
- Popescu Vava Lucian, *Primele spitale și infirmerii rurale din județul Dolj*, partea I-a, în revista Magazin Istoric, ianuarie 2025.
- Popescu Vava Lucian, *Primele spitale și infirmerii rurale din județul Dolj*, partea a II-a, în revista Magazin Istoric, februarie 2025.
- Popescu Vava Lucian, *Doctori și boli în zona rurală a județului Dolj la sfârșitul epocii moderne*, revista Arhivele Olteniei, serie nouă, 39/2025, editată de Institutul de cercetări socio-umane din Craiova „C.S. Nicolăescu-Plopșor”.
- Popescu Vava Lucian, *La cumpăna lui 23 August 1944 – mărturiile col. Alexandru Badea Constantinescu*, în volumul Pagini din Istoria României în timpul celui de-al doilea război mondial (1941-1945), 2025, editat de Asociația Națională Cultul eroilor „Regina Maria”.
- Popescu Vava Lucian, *Generative AI for Contextualizing Bronze Age Objects in Historical Scenes*, în calitate de coautor, în volumul Advances in Computational Intelligence, editat de Ignacio Rojas, Gonzalo Joya, Andreu Catala, 2025.
- Popescu Vava Lucian, *Restaurarea și conservarea unei spade cu teacă, datată epoca La Tene*, în calitate de coautor în volumul Conservare, restaurare, investigații. 50 de ani de la înființarea laboratoarelor zonale de restaurare în România, editat de Muzeul Național de Istorie al României, 2025.
- Ceacăru Cristian-Iulian, *Polish personalities who took refuge in Craiova in 1939*, publicat în numărul 41/2025 al revistei Journal of Romanian Literary Studies.
- Ceacăru Cristian-Iulian, *Recenzia intitulată Vasile F. Vâlceanu: În mijlocul furtunii 1916-1918. Jurnal de front 1916-1918*”.
- Bondoc Dorel, *A Roman Stamped Amphora from Romula*, în: L. Zerbini et alii (eds.), *In Honorem Adrian Ardeș. Omagiu la 65 de ani*, Cluj-Napoca, 2025, p. 305-312.
- Bondoc Dorel (autor principal), *Câteva date preliminare privind așezarea getică de la Săpata, jud. Dolj*, în: D. Aparaschivei, G. Bilavski, L. Bacumenco-Pârâu (eds.), *Varia Archaeologica* (V), Cluj-Napoca, 2025, p. 139-169.
- Bondoc Dorel, *Sub semnul Crucii. Creștinismul timpuriu pe Valea Oltului Inferior*, Craiova, 2025.

- Cristescu Ileana Gabriela, *Analiza antropologică a unor resturi osteologice umane descoperite într-un complex de epocă La Tène de la Săpata (județul Dolj, România)*, în: „Revista de arheologie, antropologie și studii interdisciplinare” (RAASI), 7, Chișinău, 2025, pp. 149-165.
- Cristescu Ileana Gabriela, *A unique representation on a roman gemstone from Romula*, în „GLYPTICA: Current Studies on Ancient Greek, Roman and Early Byzantine Engraved Gems”, Tecklenburg, 2025, pp. 213-224.
- Leonard Ionescu, *Laboratorul de Restaurare-Conservare Craiova, 50 de ani de activitate*, în volumul „*Mâini de aur. Semicentenarul restaurării românești*”, pg. 54, Ed. Pro Universitaria București 2025, ISBN 978-606-49-1525-2.
- Alexandru Ene, Leonard Ionescu, *Restaurarea unui patefon mecano-acustic*, în volumul „*Mâini de aur. Semicentenarul restaurării românești*”, pg. 277, Ed. Pro Universitaria București 2025, ISBN 978-606-49-1525-2.
- Leonard Ionescu, *Restaurarea unui gramofon*, în Simpozionul Național „PETRODAVA”, ediția a VI -a, Program și rezumate, pg. 207, Piatra Neamț, Ed. „Constantin Matasă”, ISSN 2668-3237, 2025.
- Mircea-Andrei Radu, Ionut-Cristian Calinescu, Nebojsa Bacanin, Leonard Ionescu, Lucian Popescu-Vava & Catalin Stoean, *Generative AI for Contextualizing Bronze Age Objects in Historical Scenes*, volumul Progrese în inteligența computațională, IWANN 2025, https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-032-02725-2_34.
- Leonard Ionescu, *Minime intervenții de restaurare-conservare aplicate unui obiect arheologic din bronz*, în Acta Moldavie Meridionalis, Anuarul Muzeului Județean „Ștefan Cel Mare”, ediția a XLV-a, pg. 813, Vaslui, Ed. Mega, ISSN 0257-7372, 2025.
- Cristina-Camelia Ghițescu, *Restaurarea-conservarea unei cromolitografii „Îmbrățișare romantică”, reproducere după Emil Teschendorff*, în „PETRODAVA”, ediția a VI -a, Program și rezumate, pg. 221, Piatra Neamț, Ed. „Constantin Matasă”, ISSN 2668-3237, 2025.
- Cristina-Camelia Ghițescu, *Salvarea unor valori ale patrimoniului scris. Aspecte privind restaurarea-conservarea a două tipăriuri de sec. XVII*, în volumul „*Mâini de aur. Semicentenarul restaurării românești*”, pg. 211, Ed. Pro Universitaria București 2025, ISBN 978-606-26-2187-2 și EIKON, ISBN 978-606-49-1525-2.
- Cristina-Camelia Ghițescu, *Metodologia restaurării unui „TRIODION” tipărit la Râmnic*, în Acta Moldavie Meridionalis, Anuarul Muzeului Județean „Ștefan Cel Mare”, ediția a XLV-a, pg. 847, Vaslui, Ed. Mega, ISSN 0257-7372, 2025.
- Cristina-Camelia Ghițescu, *Cărțile de cult, între grijă și greșală: impactul intervențiilor empirice și soluțiile restaurării în Rezumate Comunicări Acta Moldaviae Meridionalis*, Sesiunea Internațională de Comunicări Științifice, ediția a XLVIII -a, 26-27 septembrie 2025, Muzeul Județean „Ștefan cel Mare”, Vaslui , pg. 92, ISSN 2810 – 2096.
- Alina Maria Gărau, *Restaurarea-conservarea unui veșmânt ecleziastic. Studiu de caz pe un felon aparținând mănăstirii Brâncoveanu* în volumul *Mâini de aur. Semicentenarul restaurării românești* finanțat de Administrația Fondului Cultural Național, editura pro Universitaria, București, ISBN 978-606-26-2187-2.
- Alina Maria Gărau, „*Considerații privind restaurarea unui brâu femeiesc*” în Simpozionul Național „PETRODAVA”, ediția a VI-a Program și Rezumate, editura „Constantin Matasă”, Piatra-Neamț 2025 ISSN 2668-3237.

Proiecte de cercetare:

- L. Ionescu- participant în proiectul de cercetare desfășurat în parteneriat Muzeul Olteniei – Institutul de Știință și Tehnologie Cluj-Napoca, cu titlul și indicativul: **“Generative AI for Museum Visitor Engagement” (GAME)**, Grant UEFISCDI No. 57PCE 03/01/2025 PN-IV-P1-PCE-2023-0123.

B. 2. I. a. 1. Cercetarea arheologică contractuală.

Acest capitol a cunoscut în anul 2025 cea mai mare dezvoltare în activitatea Muzeului Olteniei, reprezentând cea mai importantă sursă de venituri extra-bugetare a muzeului. Veniturile obținute din această activitate au fost cele mai mari din istoria muzeului, cifrându-se la suma de aproximativ 500 000 lei.

Astfel, Muzeul Olteniei a desfășurat următoarele cercetări care țin de arheologia contractuală:

Contract de subcontractare, asistență arheologică, pentru Proiectul *Proiectare și Execuție Autostrada de Centură București km 0+000-km 100+900, Sector Centura Nord km 0+000-km 52+770, Lot 4: km 47+600-km 52+070*;

- Contract de subcontractare, asistență arheologică, pentru Proiectul *Proiectare și Execuție Varianta de Ocolire Galați (în derulare)*;
- Contract de subcontractare, asistență arheologică, pentru Proiectul *Proiectare și execuție autostrada Sibiu-Pitești, Secțiunea 4, Tigveni-Curtea de Argeș*;
- Contract de subcontractare, asistență arheologică, pentru Proiectul *Proiectare și execuție Autostrada Moldovei, A 7, sectoarele cuprinse între localitățile Bacău și Pașcani*;
- Contract de subcontractare, asistență arheologică, pentru Proiectul *Proiectare și execuție Autostrada Sibiu-Făgăraș*;
- Investigații arheologice pentru Proiectare și Execuție *Drum expres Brăila-Galați*;
- Contract de subcontractare, asistență arheologică, pentru Proiectul *Proiectare și Execuție Varianta de Ocolire Târgoviște (în derulare)*;
- Contract de subcontractare, asistență arheologică, pentru Proiectul *Proiectare și execuție Autostrada A 8*;

Total proiecte realizate în cadrul subproiectului cercetare științifică: **80**.

B. 2. I. b. Subproiectul – Evidența patrimoniului cultural.

B. 2. I. b. 1. Evidența analitică a patrimoniului cultural mobil.

Scop:

- Întocmirea documentelor de evidență a patrimoniului cultural mobil rezultat în urma activităților de cercetare și donații.

Proiecte realizate:

- Întocmirea a **766** de fișe în programul DOCPAT din colecțiile de arheologie, istorie și etnografie.
Responsabili: muzeografii de la două secții ale muzeului.
- Întocmirea documentației pentru evaluarea obiectelor intrate în patrimoniul Muzeului Olteniei, prin cercetare și donații: **217** bunuri culturale.
Responsabili: muzeografii de la Secția Istorie-Arheologie și de la Secția de Științele Naturii.
- S-au introdus în format electronic date referitoare la cele 766 de piese înregistrate în programul DOCPAT din patrimoniul muzeului.
Responsabili: conservatorii.

Total Proiecte realizate în cadrul subproiectului: **3**.

Total Proiecte realizate în cadrul proiectului cercetare științifică și evidența patrimoniului cultural: **83**.

B. 2. II. Proiectul – Conservarea și restaurarea patrimoniului cultural.

Proiectul s-a desfășurat sub forma a două sub-proiecte care urmăresc menținerea stării de sănătate a obiectelor de muzeu prin următoarele obiective:

- Măsuri primare de conservare a patrimoniului;

- Asigurarea unui mediu optim permanent pentru obiectele muzeale aflate în expoziții și depozite;
- Restituirea formei originale a obiectului de patrimoniu.

B. 2. II. a. Subproiectul – Conservarea patrimoniului muzeal.

Scop: păstrarea nemodificată a formei și structurii bunurilor muzeale;

- Asigurarea unor condiții microclimatice optime în spațiile expoziționale și depozite conform cu normele de conservare.
- **Numărul de piese existente în cadrul Muzeului Olteniei Craiova, în ianuarie 2026, este de 244139 piese** repartizate pe cele 3 secții astfel:

Nr crt	Nume secție	Bunuri înregistrate în anul 2025	Număr piese Total ianuarie 2026
1	Istorie-Arheologie	182	116950
2	Științele Naturii	35	115022
3	Etnografie	0	12167

Total: **244139**

- În prezent există un număr de **241** piese transmise către Ministerul Culturii, în vederea clasării lor.

Situația pieselor clasate până în ianuarie 2026 este următoarea:

Nr. crt.	Secția	Număr de piese clasate		
		Total	FOND	TEZAUR
1	Istorie	785	64	721
2	Științele Naturii	242	228	14
3	Etnografie	155	101	54

TOTAL

1182

393

789

Proiecte realizate:

- Verificarea și înregistrarea permanentă a condițiilor microclimatice din sălile de expoziție și depozite; corectarea condițiilor de microclimat.
Responsabili: Serviciul de Evidență, Conservare și Investigații.
- Activități de conservare primară (desprăfuiri, perieri, aerisiri) a patrimoniului existent în expunere și depozite.
Responsabili: Serviciul de Evidență, Conservare și Investigații
- Efectuarea tratamentului de dezinfecție în expozițiile și depozitele Muzeului Olteniei în conformitate cu normele de conservare.
Responsabili: Serviciul de Evidență, Conservare și Investigații
- S-au efectuat **tratamente de conservare preventivă pentru 13292 piese**. S-au realizat tratamente de conservare preventivă unui număr total de **11000 piese** din colecțiile gestionate, prin utilizarea instalației de anoxie (s-au tratat, prioritar, în instalația de anoxie toate obiectele pe suport organic din expoziția permanentă de la Secția de Etnografie). Pentru obiectele din afara muzeului, ce provin din contractele încheiate de Muzeul Olteniei și urmează a fi restaurate în cadrul Laboratorului de

Restaurare, s-a realizat tratamentul în instalația de anoxie. Întregul personal al Serviciului ECIP a participat la conservarea preventivă a pieselor provenite de la Cula Cernătești. S-au efectuat tratamente de conservare preventivă, prin utilizarea instalației de anoxie, unui număr de 139 piese și s-a verificat periodic starea de conservare a obiectelor. După tratamentul anoxic al acestor piese, o parte dintre ele au mers la restaurare, în vederea pregătirii pentru a fi etalate în viitoarele expoziții permanente ce se vor amenaja în cadrul celor două cule.

Responsabili: Serviciul de Evidență, Conservare și Investigații

- Conservatorul - chimist investigator - a efectuat **analize fizico-chimice cu aparatul Spectrometru cu fluorescent de raze X unui număr de 50 de piese**. De asemenea, s-au întocmit **50 de buletine de analiză** în urma investigațiilor fizico-chimice efectuate. În urma solicitărilor primite de la diverse persoane din afara instituției, pentru realizarea unor investigații fizico-chimice cu ajutorul aparatului XRF, s-au întocmit devizele necesare.

Responsabili: Serviciul de Evidență, Conservare și Investigații

- S-au desfășurat activități de inventariere ale unor colecții ce aparțin celor trei secții ale muzeului. În ceea ce privește colecțiile de istorie, s-a finalizat inventarierea Colecțiilor “Fond Nicolae Titulescu” și “Brevete”, precum și a unui număr de 15000 piese din Colecția “Numismatică medievală argint”. De asemenea, s-a realizat predarea-primirea unui număr de 1500 de piese. S-a realizat inventarierea (predarea-primirea) unui număr de 2 colecții de etnografie: “Obiecte de uz casnic” și “Arhitectură” și reinventarierea Colecției “Arhiva de etnografie și folclor”. S-au fotografiat piesele inventariate pe parcursul anului 2024, iar fotografiile au fost etichetate și grupate pe colecții. În cazul inventarelor de predare-primire, s-au rearanjat colecțiile primite folosindu-se cât mai eficient spațiile de depozitare.

Colecția “Ciuperci parazite” a fost rearanjată prin tipodimensionare, iar unui număr de 328 de piese li s-au schimbat ambalajele în care sunt păstrate. Au fost marcate toate piesele din Colecția de “Ornitologie” care intră în categoria juridică Fond pentru o identificare ușoară a acestora și s-a amenajat un spațiu separat pentru piesele aflate în categoria juridică Tezaur.

Responsabili: Serviciul de Evidență, Conservare și Investigații

- **Pentru Controlul intern managerial** s-au realizat toate situațiile solicitate Serviciului E.C.I.P.: evaluarea obiectivelor prin metoda SMART, lista cu obiectivele, activitățile și acțiunile din cadrul Serviciului E.C.I.P.; fișele de post ale salariaților; identificarea riscurilor asociate obiectivelor specifice serviciului; identificarea cauzelor riscurilor; formularele de alertă la risc; lista indicatorilor de performanță; funcțiile sensibile și planul de rotație pentru funcțiile sensibile; lista activităților procedurabile/neprocudabile etc.

Responsabili: Serviciul de Evidență, Conservare și Investigații

Total Proiecte realizate în cadrul subproiectului: **10**.

B. 2. II. b. Subproiectul: Restaurarea patrimoniului muzeal.

Scop: restituiră formei originare a obiectului muzeal prin operații de întregire, integrare și completare, aplicarea de tratamente mecanice, fizice, chimice menite să asigure o rezistență îndelungată obiectului muzeal astfel încât să-i redea istoria și să-i păstreze funcționalitatea.

Proiecte realizate:

- Restaurarea a **15** piese din colecția de textile etnografice.
Responsabili: Alina Gărașu, Irina Firan.
- Prepararea și naturalizarea a **334** piese din colecțiile de ornitologie, malacologie, herpetologie, paleontologie și entomologie.
Responsabili: Lavinia Bălă, Loredana Mincă.

- Restaurarea a **102** de piese metalice istorice, arheologice și etnografice
Responsabili: Adela Dumitru, Leonard Ionescu.
- Restaurarea a **51** piese ceramice istorice și arheologice.
Responsabili: Simona Gheorghe, Crețu Simona, Țuțu Bărbulescu.
- Restaurarea a **8** piese de patrimoniu pe suport papetar (documente, litografii, etc.).
Responsabili: Cristina-Camelia Ghițescu, Rodica Florentina Oprețescu.
- Restaurarea a **10** piese de patrimoniu pe suport lemn.
Responsabili: Gorgorin Costel Dragoș.

Total Proiecte realizate în cadrul subproiectului *Restaurarea patrimoniului muzeal*: **6**.

Total Proiecte realizate în cadrul proiectului *Conservarea și restaurarea patrimoniului*: **16**.

B. 2. III. Proiectul. Valorificarea patrimoniului muzeal.

- În anul 2025, Muzeul Olteniei a înregistrat un număr de 62 650.

B. 2. III. a. Subproiectul – Expoziții temporare și simpozioane.

- Expoziția temporară „*Dava Getică de la Săpata, Jud. Dolj*”;
- Expoziția temporară „*Incursiune în istoria Craiovei*”;
- Expoziția temporară „*Societățile de binefacere. Un crâmpei din istoria Craiovei*”;
- Expoziția temporară „*Muzeul Olteniei Craiova la ceas aniversar*”;
- Expoziția temporară „*Omul, timpul, spațiul*”;
- Expoziția temporară „*Boli, doctori și suferinzi în Oltenia de altădată*”;
- Expoziția temporară „*Regina Maria - 150 ani de istorie*”;
- Expoziția temporară „*Plante din Colecția Științifică E.I.Nyarady a Secției de Științele Naturii a Muzeului Olteniei Craiova*”;
- Expoziția temporară „*Molia - exemplare spectaculoase din patrimoniul exotic al Secției de Științele Naturii a Muzeului Olteniei Craiova*”;
- Expoziția temporară „*Amfibieni și reptile din colecția Secției de Științele Naturii a Muzeului Olteniei Craiova*”.
- „*Ediția a XLVI-a a Târgului Meșterilor Populari*”;
- Expoziția temporară „*Maria Tănase – Cântecele ce-și poartă rădăcinile*”;
- „*Ediția a II-a a Festivalului Toamnei, la Cula Brabova*”;
- Expoziția temporară, itinerantă, „*Tehnici Tradiționale de țesere în România și Republica Moldova*”;
- „*Noaptea Muzeelor*”;
- „*Ziua Olteniei*”;
- „*A XXXII-a ediție a Conferinței Internaționale "Muzeul și Cercetarea Științifică"*”.

Total Proiecte realizate în cadrul proiectului *Expoziții temporare și simpozioane*: **17**.

B. 3. Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse.

În cazul Muzeului Olteniei, ca de altfel și al altor organizații, audiența este formată atât din persoane fizice, cât și juridice, atât din organizații publice, cât și private din cele mai variate, atât din organizații non-profit, cât și comerciale.

Muzeul Olteniei Craiova, prin diversitatea activităților și a funcțiilor sale specifice a reprezentat un reper esențial în ceea ce privește realizarea actului cultural în spațiul teritorial administrativ al Doljului, dar cu precădere în Craiova.

Dar cele mai importante categorii de public care, trebuie să fie luate în considerație de către muzeu sunt societatea și diverse comunități culturale, precum și organizațiile culturale din cele mai diverse (de exemplu alte muzee, asociații culturale, teatre, edituri, universități și alte instituții de învățământ etc.).

Categorii aparte de public sunt formate din parteneri ai muzeului în diverse proiecte culturale, sponsori și donatori implicați în cultură.

Mediul extern este mediul cultural din întreaga Oltenie, dar și interferențele acestuia cu alte valori culturale, precum și raporturile cu orizontul cultural al minorităților românești de peste hotare, în speță din Timocul Sârbesc și Bulgăresc. Astfel se prezintă și se înțeleg mai bine punctele forte și slabe ale instituției, precum și oportunitățile și amenințările mediului extern. Realizarea acestei analize este punctul de plecare pentru fixarea unor obiective realiste și adoptarea celor mai potrivite strategii.

Dintre componentele mediului intern care trebuie evaluate și analizate cu grijă se numără potențialul muzeului și *cultura organizațională*. După opinia noastră, cultura organizațională rezidă în ansamblul valorilor, credințelor, aspirațiilor, așteptărilor și comportamentelor conturate în decursul timpului în fiecare organizație, care predomină în cadrul său și-i condiționează direct și indirect funcționalitatea și performanțele.

Drept urmare ar trebui să fie una dintre prioritățile echipei manageriale crearea unei astfel de culturi.

Potențialul colectivului poate fi definit prin mai multe coordonate: organizatoric, comercial, financiar, productiv. Aceste delimitări corespund organizațiilor care acționează pentru obținerea profitului, dar ele se pot transfera ca semnificație și în cazul organizațiilor de tip cultural, sau chiar administrativ. Componenta organizatorică se referă în principal la: misiunea fixată; conducerea pe baze strategice; structura organizatorică; relațiile dintre departamentele muzeului, respectiv dintre diferiții angajați; flexibilitatea structurii; pregătirea personalului etc. Elementele comerciale sunt legate de obiectul de activitate al muzeului. Ele au o mare importanță, nu atât ca venit potențial, ci ca determinant al atingerii misiunii, de factor educativ și cultural. Acestea sunt în principal: imaginea și atractivitatea publică a muzeului (analizate din perspectiva acțiunilor și elementelor interne muzeului) și calitatea serviciilor publice prestate. Componenta financiară este extrem de importantă pentru atingerea misiunii, dar este, din fericire, foarte bună în cazul Muzeului Olteniei. Nu este importantă numai dimensiunea resurselor de natură financiară, ci și accesibilitatea acestor fonduri atunci și unde este nevoie, stabilitatea financiară și capacitatea de atragere a altor resurse (sponsorizări sau donații). Capacitatea „productivă” este strâns legată de activitatea de cercetare specifică, de mijloacele de care dispune muzeul pentru derularea acesteia și pentru organizarea corespunzătoare a ofertei, caracteristicile personalului de specialitate.

Auditul extern, parte a analizei amintite mai sus, are în vedere toate componentele mediului extern de marketing. Acesta ar trebui să se realizeze periodic și sistematic. El cuprinde elemente foarte variate: macro-mediul instituției, micro-mediul de marketing, obiectivele muzeului din prisma fezabilității și a impactului public, strategia de marketing. O componentă foarte importantă a analizei externe este *cunoașterea publicului specific*.

În anul 2025, Muzeul Olteniei Craiova a derulat programe culturale în concordanță cu funcțiile principale ale instituției.

Programul de cercetare științifică și evidența patrimoniului cultural a avut ca obiective dezvoltarea și evidența patrimoniului și promovarea valorilor istorice din Oltenia, introducerea acestora în literatura de specialitate internă și externă.

În cadrul acestui program s-au desfășurat mai multe proiecte care au avut ca scop elaborarea riguroasă a unor activități care să prezinte într-o succesiune culturală și cronologică evoluția comunității umane din cele mai vechi timpuri și până în epoca contemporană. Totodată, s-a urmărit întocmirea documentelor de evidență a patrimoniului cultural mobil existent sau îmbogățit în urma activităților de cercetare, donație și achiziție. De asemenea, a fost finalizată procedura de realizare a Registrului informatizat pentru evidența analitică a bunurilor culturale. În această perioadă, au fost întocmite 3443 fișe analitice de evidență.

Revista de specialitate a muzeului „Oltenia. Studii și Comunicări” a devenit anuar conținând articole și studii cu un ecou larg în lumea științifică.

Programul de conservare și restaurare a patrimoniului cultural s-a desfășurat sub forma a două proiecte care au urmărit menținerea stării de sănătate a obiectelor de muzeu prin următoarele obiective:

- măsuri primare de conservare a patrimoniului;
- asigurarea unui mediu optim permanent pentru obiectele muzeale aflate în expoziții și depozite;
- restituirea formei originale a obiectului de patrimoniu.

Proiectul Conservarea patrimoniului muzeal a avut drept scop păstrarea nemodificată a formei și structurii obiectelor muzeale și asigurarea unor condiții microclimatice optime în spațiile expoziționale și depozite, conform cu normele legale de conservare, în vigoare.

De asemenea, s-au achiziționat termohigrometre și dehumidificatoare. S-au desfășurat desprăfuiți, aerisiri, perieri a patrimoniului existent în expunere și depozite și s-au aplicat tratamente de dezinsecție. S-au efectuat tratamente cu substanțe chimice la piesele de patrimoniu care au ca suport hârtia, pielea, lemnul și materialul textil, piesele de patrimoniu cele mai vulnerabile.

Proiectul Restaurarea patrimoniului muzeal a avut ca scop restituirea formei originale a obiectului muzeal prin operații de întregire, integrare și completare, aplicarea de tratamente mecanice, fizice, chimice, menite să asigure o rezistență îndelungată bunului cultural astfel încât să-și redea istoria și să-și păstreze funcționalitatea. Astfel, s-au efectuat lucrări de restaurare primară aplicate materialelor arheologice.

Programul Valorificarea patrimoniului muzeal s-a derulat sub forma unor proiecte ale căror obiective au fost atragerea unui public cât mai numeros și diversificat prin organizarea de expoziții, simpozioane, aniversări, saloane, etc., în cadrul muzeului, în regiune, în țară și străinătate, iar pe de altă parte s-a urmărit integrarea activității instituției în sfera preocupărilor comunității locale.

C. Organizarea și funcționarea Muzeului Olteniei Craiova și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare, pentru mai buna funcționare, după caz:

C. 1. Măsuri de organizare internă.

Muzeul Olteniei Craiova funcționează în baza unui Regulament de Organizare și Funcționare aprobat de autoritatea județeană în subordinea căreia se află, Consiliul Județean Dolj.

Conform prevederilor art. 4 din Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 189 din 25 noiembrie 2008, privind managementul instituțiilor publice de cultură, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 269/2009, cu modificările și completările ulterioare, denumită în continuare ordonanța de urgență, coroborată cu prevederile Ordinului nr. 2799/2015 pentru aprobarea Regulamentului-cadru de organizare și desfășurare a concursului de proiecte de management, a Regulamentului-cadru de organizare și desfășurare a evaluării managementului, a modelului-cadru al caietului de obiective, a modelului-cadru al raportului de activitate, precum și a modelului-cadru al contractului de management, conducătorul instituției, respectiv managerul, este desemnat în urma câștigării concursului de management, organizat de Consiliul Județean Dolj.

Conform aceluiași act normative, „managerul își execută obligațiile asumate prin contractul de management potrivit termenilor și condițiilor acestuia și cu respectarea prevederilor legale.”

Managerul conduce întreaga activitate a muzeului și coordonează direct activitatea șefilor de secții, servicii, departamente și a laboratorului de restaurare-conservare precum și a următoarelor structuri organizatorice: Secția Istorie-Arheologie, Secția Etnografie, Secția Științele Naturii, Serviciul de Evidență, Conservare și Investigații a Patrimoniului Cultural Național, Laboratorul de Restaurare-Conservare, Compartimentul de Relații cu Publicul și Marketing, Serviciul Financiar-Contabil și Compartimentul Resurse Umane și Administrativ.

Șefii de secții, servicii, compartimente și al laboratorului de restaurare-conservare sunt subordonați managerului Muzeului Olteniei Craiova.

Atribuțiile managerului sunt conform:

- Art. 27 alin. (1), (2) și (3), din Ordonanța de Urgență nr. 189 din 25 noiembrie 2008, privind managementul instituțiilor de spectacole sau concerte, muzeelor și colecțiilor publice, bibliotecilor și al așezămintelor culturale de drept public, aprobată cu modificări și

completări prin Legea 269/2009;

- Art. 28 alin. (4), Art. 29 alin. (2) din Legea nr. 311/2003 a muzeelor și a colecțiilor publice – republicată, cu modificările și completările ulterioare.

Activitatea managerului este sprijinită de un Consiliu de Administrație, organ colectiv de conducere cu caracter deliberativ și, în conformitate cu prevederile Art. 28 alin. (2) din Legea nr. 311/2003 a muzeelor și a colecțiilor publice, de un Consiliu Științific. Cele două consilii se întrunesc lunar sau ori de câte ori este nevoie.

Consiliul de Administrație este un organ deliberativ de conducere. Membrii Consiliului de Administrație sunt desemnați de către Consiliul Județean Dolj și numiți prin decizie de către manager.

Consiliul Științific este un organism colegial cu rol consultativ având următoarea componență: manager, șefii secțiilor de specialitate și specialiști din muzeu. Constituirea și funcționarea Consiliului Științific se face pe baza deciziei managerului. Consiliul Științific este condus de un președinte, care este directorul muzeului. Consiliul Științific sprijină Consiliul de Administrație în toate problemele importante ale desfășurării activității instituției.

Atribuțiile sefiilor de secții, servicii, departamente și a laboratorului de restaurare-conservare, consiliului de administrație și ale celui științific, precum și modalitățile în care acestea funcționează sunt prevăzute în Regulamentul de Organizare și Funcționare al instituției.

În cadrul managementului unei structuri info-documentare procesul de organizare stabilește calea prin care pot fi atinse scopurile stabilite în procesul de planificare. Procesul de organizare poate fi imaginat ca o punte de legătură între obiectivele prevăzute în planificare și mijloacele specifice de realizare a acestora.

Muzeul Olteniei Craiova are o structură organizatorică funcțională care răspunde misiunii și scopurilor sale, desfășurându-și activitatea în mai multe locații.

Această structură facilitează o bună coordonare a activităților și respectă diviziunea muncii. Totodată, ea permite realizarea unui flux de activități de la dezvoltarea colecțiilor la valorificarea patrimoniului, conservarea acestuia și comunicarea informațiilor prin expoziții, programe de pedagogie muzeală, cercetare.

Pentru optimizarea și eficientizarea activităților, funcțiile de șefi de secție sunt ocupate de persoane dedicate meseriei pe care o practică.

În perioada de management a anului 2025, relația cu autoritatea tutelară a fost amiabilă, muzeul informând-o în permanență asupra problemelor pe care le-a întâmpinat, solicitând și resursele financiare necesare.

Managementul ce a fost promovat în anul 2025 a fost exigent, perseverent și flexibil, menit să stimuleze creativitatea prin angajarea specialiștilor în căutarea de soluții la problemele concrete și au acționat potrivit în cele mai multe din situațiile intervenite.

De asemenea, s-a urmărit cu prioritate consumul de resurse, eficient prin efectele obținute la nivelul calității muncii în vederea atingerii obiectivelor și satisfacerii nevoilor instituției.

Totodată, s-a realizat o mai bună și atentă colectare a resurselor extrabugetare prin vânzarea de bilete, produse de marketing cultural, închirieri de săli și descărcări de sarcină arheologică.

Decizia managerială a fost rațională iar rezultatul acesteia s-a concretizat în evaluarea personalului din instituție.

C. 2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne.

Pentru anul 2026 propunem păstrarea actualului sistem de organizare instituțional al Muzeului Olteniei Craiova deoarece și-a dovedit eficiența în toate programele și proiectele derulate. De asemenea, se va avea în vedere promovarea în grade profesionale a personalului ca urmare a îndeplinirii de către ocupanții posturilor a condițiilor de promovare în gradul profesional imediat superior celui deținut, transformarea unor posturi cu studii medii în posturi cu studii superioare datorită absolvirii de către ocupanții posturilor a studiilor universitare cu licență.

C. 3. Sinteza activității organismelor colegiale de conducere.

Încă din anul 2005, a fost definit, în proiectul managerial aprobat de ordonatorul principal de credite, necesitatea înființării, cu prioritate, a unui Compartiment de Relații cu Publicul și Marketing. Acest lucru a fost aprobat prin Regulamentul de Organizare și Funcționare și, începând cu 2006, acest compartiment a apărut în schema instituției. Compartimentul apare în subordinea directă a directorului și este deservit, în prezent, de un muzeograf, trei referenți, și un fotograf, specializați în marketing, respectiv relații publice. Ideea de la care s-a pornit în înființarea acestui compartiment a fost aceea a realizării unui marketing integrat, ridicat la nivelul de funcție al instituției.

Caracterul încă hibrid al acestui compartiment face ca randamentul său să fie încă destul de scăzut. Pornind de la premisa potrivit căreia atribuțiile compartimentului de marketing se înscriu în sfera proceselor și acțiunilor prin intermediul cărora instituția se implică în sistemul relațiilor din cadrul mediului economico-social în care-și desfășoară activitatea, au fost stabilite ca obiective ale acestuia, următoarele repere:

- formularea obiectivelor globale urmărite de muzeu și a strategiilor și tacticilor necesare pentru atingerea lor;
- identificarea și definirea segmentului de piață specific al instituției;
- elaborarea politicii generale de marketing, vizând implementarea ideii de piață pentru produsul muzeal și a variantelor strategiei de piață, pentru segmentul cultural, pentru activitatea curentă sau pentru situații neprevăzute ale evoluției relațiilor de piață;
- controlul și evaluarea executării programelor de marketing;

Un alt domeniu de atribuții urmărit, circumscris activităților din sfera cercetărilor de marketing, concretizate în acțiuni de:

- cercetare a mediului intern și extern al instituției; studierea nevoilor consumatorilor și a comportamentului acestora, pornind de la metodele de segmentare a pieței;
- efectuare a previziunilor de marketing;
- cercetări pentru fundamentarea politicii de marketing, a strategiei de piață și a mixului de marketing.

Deoarece activitatea compartimentului de marketing, în special a marketingului patrimoniului cultural este deosebit de complexă, personalul încadrat aici are o solidă pregătire de specialitate, și dispune de calități deosebite în ceea ce privește aptitudinile, memoria, eficiența, corespunzător profesiogramelor specialistului.

Particularitățile marketingului în Muzeul Olteniei sunt diverse, atât din perspectiva locului ocupat printre alte activități din cadrul organizațiilor respective, cât și al influenței și modalităților de utilizare. Astfel, în general, în cadrul Muzeului Olteniei activitatea de marketing este cu totul secundară și de multe ori involuntară, implicită, dependentă de activitatea de management. De asemenea, în cazul în care activitatea de marketing, sub o formă sau alta, este organizată formal și intrusiv/agresiv, alți angajați ai instituției îi sunt ostili de cele mai multe ori, nu-i recunosc importanța și nu cooperează.

O caracteristică cu totul specială a marketingului în Muzeul Olteniei, este că la dezvoltarea politicilor și programelor respective nu se ține cont numai de opinia, nevoile și dorințele publicului, ci și de cele ale specialistului în patrimoniu cultural, respectiv ale domeniului cunoașterii asociat.

Numai astfel se poate asigura calitatea culturală a ofertei, în paralel cu atingerea misiunii și a obiectivelor fixate. În corelație directă cu activitatea de marketing care pătrunde tot mai mult în toate aspectele legate de organizațiile care administrează patrimoniul cultural, precum și cu evoluțiile din societatea contemporană, este creșterea importanței aspectelor economice.

Luând în considerație aceste aspecte, rezultă *interdisciplinaritatea* marketingului patrimoniului cultural. Astfel politica de marketing în acest domeniu nu se bazează exclusiv pe teoria și practica de marketing, în domenii lucrative și nelucrative, sau a celei de management. Trebuie cunoscute și aplicate diferite tehnici din sfera educației, a serviciilor de divertisment, a psihologiei, precum și din domeniul de activitate specific fiecărei organizații în parte.

Pluridisciplinaritatea activității de marketing impune, ca în compartimentul de marketing, colectivul de specialiști să cuprindă, în cazul instituției muzeale, alături de economiști specializați în

marketing, și muzeografi, sociologi (întrucât numeroase metode și tehnici cu care operează marketingul aparțin sociologiei, iar în cercetarea pieței au rol decisiv: chestionarul, ancheta, interviul etc.)/psihologi (deoarece în activitatea de marketing latura motivațională ocupă un loc însemnat, iar în studiul comportamentului consumatorului fenomenele psihologice sunt esențiale), juriști (care trebuie să vegheze permanent la respectarea tuturor actelor normative în toate etapele activității de marketing și mai ales în caz de adoptare a deciziilor și a aplicării acestora), matematicieni, informaticieni, programatori (întrucât cercetarea de marketing este de neconceput fără utilizarea tehnicii moderne de calcul și analiză) etc.

Evident, toți aceștia trebuie să aibă și o bună pregătire științifică, care să le permită îndeplinirea responsabilităților și atribuțiilor fixate postului de muncă pe care îl ocupă.

Cunoștințele și aptitudinile pretinse personalului din compartimentul/departamentul de marketing, se referă în mod special la: economia afacerilor, reglementări și legislație, finanțe și contabilitate, tehnologia informațiilor, marketing (principii, cultură și tehnici).

În acest scop, o preocupare fundamentală a managementului în perioada următoare este de a selecta, a încadra și integra persoanele ce dispun de calitățile necesare și instruirea specifică, utilizând cele mai moderne mijloace care îi ajută să-și perfecționeze cunoștințele în diverse formule. Cel mai important rol revine, bineînțeles, coordonatorului compartimentului de marketing căruia îi revin *responsabilități* deosebite cum ar fi:

- adoptarea deciziilor operaționale.
- oferirea contribuției la elaborarea deciziilor strategice.
- concentrarea atenției sale asupra îndeplinirii deciziilor strategice, cele operative revenind subalternilor.
- preocuparea pentru stabilirea obiectivelor pe termen lung.
- stabilirea segmentelor de piață.
- asigurarea condițiilor pentru a obține profit pe termen lung, desigur și pe baza sporirii volumului vânzărilor de care se preocupă subalternii.

Promovarea unei persoane într-un asemenea post de conducere de mare responsabilitate, presupune ca acesta, în afara unei înalte pregătiri profesionale și a experienței în domeniul marketingului, să dispună și de alte câteva calități cum ar fi: inteligență, capacitatea de judecată, de a-și motiva subordonații, putere de convingere și insistență, competitivitate și încredere, abilitate de a-și "vinde" ideile, ușurință în comunicare, abilitate în transformarea conflictului în înțelegeri și acestea în acțiuni, capacitatea de a lucra în echipă, adoptând astfel decizii colective, multicriteriale.

Toate acestea se vor reflecta în rezultatele activității echipei pe care o conduce în maniera în care elaborează și îndeplinește programul de marketing.

Ca atare, pentru ca activitatea de marketing să fie eficientă pe viitor se impune o abordare profundă a problematicii specializării celorlalți specialiști din muzeu pentru ca aceștia să susțină activitatea de marketing.

C.4. Dinamica și evoluția resurselor umane ale Muzeului Olteniei (fluctuație, cursuri, evaluare, promovare, motivare/sanționare).

În linii mari, schema de posturi este completă, respectându-se disciplina muncii.

Angajații au, *grosso modo*, pregătirea profesională adecvată rolului și funcției pe care le îndeplinesc, realizând sarcinile în condiții de respectare a calității și termenelor stabilite de manager. Unii chiar manifestă inițiativă și creativitate.

În fiecare secție își desfășoară activitatea un număr de muzeografi care realizează fluxul activităților muzeografice în condiții standarde de calitate într-un program de 40 de ore săptămânal. Toate persoanele angajate recent pe posturi de specialitate au fost trimise, pe cheltuiala muzeului, la cursurile de perfecționare organizate de către Institutul Național de Cercetare și Formare Culturală. Există o anumită fluctuație de personal mai ales în cazul tinerilor care se angajează pe posturile de gestionar custode-sală și supraveghetor. În cazul acestor posturi, neexistând nicio perspectivă de promovare și, implicit, de creștere a salariului, deasupra salariului minim pe economie, există o instabilitate a personalului. Promovarea personalului de specialitate a fost îndeplinită la termenele

legale. Nu au existat în cursul anului 2025 cazuri de abateri disciplinare iar evaluarea personalului a fost făcută cu calificativul FB în 97 % din cazuri.

C.5. Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului Muzeului Olteniei, îmbunătățiri/refuncționalizări ale spațiilor.

În decursul existenței sale clădirea Secției Istorie-Arheologie a Muzeului Olteniei a suferit uzura unei folosințe de peste o sută de ani, transformări datorate modificării funcțiunilor în timp, și efectelor a patru cutremure majore. Starea de conservare a clădirii era extrem de afectată de umiditate, din infiltrații și de fenomenele de biodegradare ce apar la nivelul zidărilor, planșelor și șarpantei, deteriorând astfel substanțial climatul interior al clădirii. Ca urmare, acordând importanța cuvenită protejării și conservării patrimoniului cultural național, Consiliul Județean Dolj a solicitat în anul 2008 o finanțare structurală prin **Fondul European de Dezvoltare Regională** pentru consolidarea, restaurarea și modernizarea Secției de Istorie-Arheologie a Muzeului Olteniei Craiova, în cadrul Axei prioritare 5 – Dezvoltarea durabilă și promovarea turismului, Domeniul major de intervenție 5.1 – Restaurarea și valorificarea durabilă a patrimoniului cultural, precum și crearea/modernizarea infrastructurilor conexe – **Programului Operațional Regional 2007-2013**.

Execuția lucrărilor a durat 20 de luni (august 2010-aprilie 2012) și a vizat consolidarea, restaurarea și modernizarea clădirii, respectiv a unei arii construite de 1623 mp și a unei arii desfășurate de 3910 mp, precum și achiziționarea de echipamente pentru protecția obiectivelor de patrimoniu (sistem antiefracție, împotriva incendiilor, monitorizare video).

În data de 27.04.2012 a fost organizată recepția la terminarea lucrărilor, în prezent Muzeul Olteniei – Secția de Istorie-Arheologie înnoindu-și imaginea, dar păstrând amprenta trecutului intactă, spre încântarea vizitatorilor.

Anul 2015, care a marcat împlinirea unui secol de la înființarea Muzeului Olteniei, a reprezentat totodată și debutul amenajării unor expoziții temporare cu o durată de funcționare extinsă pe mai mulți ani, la Secția de Istorie-Arheologie. Muzeografiile au mizat în amenajarea spațiilor pe un discurs expozițional educativ și ludic, care să atragă în număr cât mai mare publicul de orice vârstă. Piese de patrimoniu au fost integrate în spații special gândite, butaforii și reproduceri cât mai realiste. Suprafața totală a amenajărilor expoziționale este de aproape 1500 mp (Subsol, Parter și Etaj I). Aceste amenajări au fost finalizate la sfârșitul anului 2016.

Secția de Istorie-Arheologie beneficiază și de o sală distinctă de circuitul de vizitare, la Etajul I, unde sunt puse în operă diverse expoziții temporare, cu o suprafață de 154,89 mp.

În afara acestor amenajări, sediul secției dispune de cinci birouri pentru muzeografi la Parter și Mansardă, o sală pentru desfășurarea de Ateliere Educative (95,90 mp), la Mansardă, și o Curte Interioară (262,70 mp) unde va fi integrat Lapidariumul.

Situat pe strada Matei Basarab, nr. 16, sediul Secției de Etnografie dispune de pivniță cu două încăperi care găzduiesc parte din expoziția permanentă. Pivnița este construită la sfârșitul sec. al XV-lea, de boierii Craiovești, fiind renovată de Constantin Brâncoveanu în 1699. Vizitarea pivniței se face de la parter, pe scări. Intrarea în clădire se realizează pe ușa de la parter, direct în holul de primire al vizitatorilor. În hol se află standul cu obiecte oferite spre vânzare, dar și scările de acces către birourile angajaților. Accesul către birouri se face pe partea dreaptă, este vorba de două încăperi destinate șefului secției, muzeografilor, referentului și custozilor gestionari. Tot în acest sector sunt situate grupurile sanitare și centrala termică, aflată într-o încăpere special amenajată, cu ieșire separată către exterior. Accesul către etaj, unde în șapte încăperi, se continuă discursul expozițional ce debutează la subsol, se face pe scări. Itinerariul de vizitare este în formă de "S", făcându-se trecerea, pe rând, prin sălile destinate expunerii ceramicii oltenesti, meșteșugului cojocăritului, ca apoi să se intre în sala centrală, unde se află expusă nunta, cu câteva dintre secvențele rituale reprezentative, și care aduce în atenție costume de tezaur din patrimoniul secției. Aceasta este sala de unde se iese către balconul sudic, unde sunt, de asemenea, expuse o fântână și mese cu scaune pentru vizitatori. Din sala ce continuă nunta înspre nord, și care adăpostește artefactele religioase, se face ieșirea pe balconul nordic. Aici sunt expuse troițe. Expoziția permanentă se continuă în interior cu sălile destinate icoanelor pictate pe glajă, covoarelor și scoarțelor oltenesti și țesături de interior. Din ultima sală, de la etaj, vizitatorii coboară

scările către expozițiile temporare de la parter, aflate în spatele clădirii, în partea sudică, exact sub balconul sudic. Tot din sala de țesături de interior se face accesul către podul clădirii, pe scări. Revenind la expozițiile de la parter, aici sunt două săli de expunere, în cea de-a treia aflându-se atelierele pe care Casa Băniei le găzduiește și unde vin zilnic copii să deprindă diferite meșteșuguri tradiționale. Ieșirea din clădire se face pe ușa atelierului, către exterior. În clădire sunt expuse 1200 de piese de patrimoniu.

Secția de Etnografie are sistem de iluminat exterior, hidrant P.S.I., pe ambele căi de acces. Deține, totodată, sistem de monitorizare video integral (interior și exterior), centrală termică proprie, garderobă pentru vizitatori. În expoziția de bază, atât la parter, cât și la etaj, există mijloace muzeo-tehnice audio-video, iar ghidajul se poate efectua cu ajutorul audio-ghidurilor în 3 limbi.

Secția de Științele Naturii se compune din trei spații cu utilități diferite: două săli de expoziție, o sală pentru activități cultural-educative, un spațiu cu destinație complexă: birou custozi, garderobă, grup social, depozit de materiale, și un spațiu de depozitare diverse materiale.

Sala de expoziții temporare este dotată cu simeze, sistem de alarmă antiefracție, sistem de alarmă antiincendiu și sistem de aer condiționat. Sala de activități cultural-educative se află în partea de vest a sălii de expoziții temporare, fiind separată de aceasta printr-un perete de sticlă. Este dotată cu mese din lemn și din material plastic, rafturi din lemn, sisteme alarmă antiefracție, alarmă antiincendiu, de aer condiționat și supraveghere video. Sala de expoziție de bază, aflată pe latura de nord a sălii de expoziții temporare găzduiește expoziția **Oltenia - Terra fossilis**, parte a expoziției de bază a secției. În cele 6 corpuri de vitrine ale acestei săli, aflate de-a lungul pereților sudic, vestic și nordic, precum și pe 4 podiumuri, o nișă pe perețele nordic și o nișă încastrată în podea, în partea de est a sălii, se află expuse fosile din Oltenia. Sala este dotată cu sistem alarmă antiefracție, alarmă antiincendiu, de aer condiționat și supraveghere video. Spațiul aflat pe latura nordică a sălii de expoziții temporare și pe latura estică a sălii de expoziție de bază este împărțit în patru compartimente:

- un compartiment cu destinație garderobă, cu o suprafață de 15 mp, separat de sala de expoziții temporare printr-un paravan de sticlă;
- un birou pentru custozi, cu o suprafață de cca 20 mp, dotat cu sistem de încălzire centrală;
- un depozit de cca 15 mp dotat cu sistem de încălzire centrală;
- două săli de cca 15 mp fiecare. Accesul din sala de expoziție de bază, la etajele superioare se face pe o scară de acces. Tot la parter, în partea de vest a fațadei, se află intrarea în cea de-a doua scară, de acces în spațiile administrative ale secției. Aici se află un hol de cca 20 mp, dotat cu sistem de încălzire centrală, în care se află centrala de alarmă antiefracție și cea de alarmă antiincendiu. În partea de est a scării se află un mic hol de acces către o încăpere de cca 20 mp, dotată cu sistem de încălzire centrală, antiefracție și antiincendiu, folosită actualmente ca depozit de piese etnografice. În partea de vest a scării se află un hol care traversează clădirea secției, spre nord, din care se poate intra într-o încăpere de cca 30 mp, dotată cu sistem de încălzire centrală, folosită ca depozit de piese etnografice.

La etajul I se află trei depozite, două săli de expoziție de bază și o parte administrativă. Din scara de acces expoziție, pe latura nordică, se intră în depozitul de botanică, cu o suprafață de cca 20 mp și dotat cu sistem de încălzire centrală și antiincendiu. Pe latura nordică a depozitului de botanică se intră în depozitul de ornitologie, cu o suprafață de cca 100 mp, dotat cu sistem antiincendiu, antiefracție și cu sistem de încălzire centrală. Piese se află depozitate în dulapuri de lemn. Pe latura vestică a depozitului de ornitologie se află intrarea în depozitul de paleontologie, cu o suprafață de cca 120 mp, dotat cu sistem de încălzire centrală, sistem antiefracție și antiincendiu. Piese sunt păstrate în rafturi metalice mobile și pe rafturi metalice fixe. Accesul în sala de expoziție de bază de la etajul I se face prin partea vestică a scării de acces. Sala măsoară cca 200 mp, pe care sunt amenajate patru diorame de mari dimensiuni, precum și 15 corpuri de vitrine. Sala este dotată cu sistem de aer condiționat, sistem de antiefracție și sistem antiincendiu. Pe latura de est a primei săli, se află intrarea în cea de-a doua sală de expoziție, dotată cu sistem alarmă antiincendiu, de aer condiționat și supraveghere video. Pe latura vestică a primei săli de expoziție se află accesul în spațiul administrativ de la etajul I, unde se găsesc două birouri. Holul este dotat cu sisteme de încălzire centrală și de supraveghere video. Primul birou se află pe latura nordică a clădirii, măsoară cca 25mp și este dotat cu sisteme de alarmă antiefracție, alarmă antiincendiu, de încălzire centrală și supraveghere video. În prezent este folosit ca depozit. Cel de-al doilea birou, de

cca 20 mp, este pe latura sudică a clădirii și este dotat cu sistem alarmă antiefracție, de alarmă antiincendiu și de încălzire centrală. În prezent este biroul șefului de secție.

La etajul II al secției se află o sală de expoziție de bază, o sală de conferințe, planetariul, un depozit și un spațiu administrativ.

1. Sala de expoziție de bază are o suprafață de cca 120 mp și este dotată cu sisteme de alarmă antiefracție, alarmă antiincendiu, de aer condiționat și supraveghere video. Planetariul are o suprafață de cca 50 mp, și cuprinde:

- o sală de proiecție, dotată cu sistem de aer condiționat;
- o sală unde se află aparatura principală;
- o sală folosită ca depozit.

Sala de conferințe se află pe latura sudică a clădirii, are o suprafață de cca 70 mp și este dotată cu este dotat cu sisteme de alarmă antiincendiu și de încălzire centrală. Sala are o anexă de cca 10 mp în care sunt depozitate scaune. Intrarea în depozitul de pe scara acces expoziție se face pe latura de nord a scării, are cca 10 mp și este dotat cu sistem de încălzire centrală.

Serviciul Evidență, Conservare și Investigații ale patrimoniului deține următoarele spații și dotări:

Sediul serviciului funcționează în imobilul Extindere Secția Istorie-Arheologie unde există un număr de 3 depozite la subsol, repartizate pentru două secții ale muzeului: Secția de Istorie-Arheologie (două depozite) și Secția de Etnografie (un depozit) și un depozit pentru material specific activităților de conservare. În cele două depozite ale Secției de Istorie există 3 sisteme mobile de depozitare în care se păstrează bunuri muzeale ce aparțin colecțiilor de Arheologie și Istorie-Medievală. În cadrul depozitului de etnografie există 2 sisteme mobile de depozitare, un raft metalic și alte 2 sisteme, unul mobil și altul fix pentru covoare. Acest depozit adăpostește un număr de 4 colecții etnografice.

La etajul al doilea al imobilului Extindere Secția Istorie-Arheologie este amenajat un alt depozit, depozitul de Numismatică și Artă Modernă și Contemporană al Secției de Istorie-Arheologie.

În subsolul imobilului Extindere Secția Istorie-Arheologie sunt amenajate 2 spații de depozitare: unul pentru Secția de Etnografie, dotat cu 8 rafturi metalice în care se păstrează 4 colecții (Uz casnic, Ocupații, Mobilier, Arhitectură) și cel de-al doilea pentru Secția de Istorie-Arheologie, dotat cu 2 rafturi metalice pentru 3 colecții (Sculptură, Mobilier și Artă decorativă).

În clădirea Secției de Științele Naturii există un număr de 5 depozite ce adăpostesc colecțiile de științele naturii și alte 2 depozite pentru colecțiile de etnografie.

Unul dintre cele 4 depozite ale Secției de Științele Naturii, aflat la etajul I al clădirii este dotat cu 1 sistem mobil de depozitare unde sunt păstrate majoritatea colecțiilor de științele naturii. Tot la etajul I mai există 2 depozite: unul pentru Botanică și Dendrologie (2 dulapuri lemn) și celălalt pentru Colecția „Ornitologie” (28 dulapuri). La etajul al doilea există un depozit cu 8 dulapuri de lemn unde se păstrează Colecția de „Entomologie” și un depozit pentru insecte.

Cele 2 depozite, prevăzute cu 15 rafturi, în care se păstrează bunuri etnografice se găsesc la parterul clădirii Secției de Științele Naturii.

Laboratorul de restaurare și conservare are un birou de restaurare textile cu mese restaurare textile, masă restaurare textile, blat modular, hotă, cuvă polipropilenă, lămpi cu lupă, mașină cusut, aspirator cu acumulator, termocautere, plită, distilator, pHmetru, balanță electronică, dezumidificator, umidificator. Biroul de restaurare carte veche – document deține mese restaurare carte, presă multifuncțională, hotă, cuve polipropilenă, hygrotester, iluminator filigran, etuvă termoreglabilă, papșer, distilator, aparat curățire cu vapori și ultrasunete, pH-metru digital, masă joasă presiune, uscător documente, sistem coasere legătură carte, presă legatorie, balanță electronică, cărucior inox, lămpi cu lupă, plită cu inducție, set aspirator cu acumulator, termocautere, termocutter, cuțit șlefuire semiautomat, menghină legatorie, micrometru, dezumidificator, umidificator, laptop. Biroul de restaurare metale are mese restaurare metale, masă cu dublă aspirație, aspiratoare de pulberi, aparat de curățire cu ultrasunete, sablator cu microsferă de sticlă, daltă pneumatică, daltă piezoelectrică, compresor, pH-metru, lampă cu lupă, etuvă, cuve polipropilenă, baie termostată, hotă, distilator,

balanță electronică, microscop binocular, menghină, bormașini cu acumulator, polizoare, șlefuitoare, suflantă cu aer cald, micromotoare, aparate de măsură, băi cu ultrasunete, dezumidificator, umidificator, laptop, imprimantă. Biroul de restaurare ceramică – sticlă – porțelan are mese restaurare ceramică /sticlă, suport turnant, vizor stereomicroscopic, microscop optic, lămpi cu lupă, distilator, aerografe, microsablator, băi ultrasonice, pHmetru, aparat curățire cu ultrasunete, aparat curățire cu vapori sub presiune, băi cu ultrasunete, hotă, cuve polipropilenă, baie termostată, aparat cu braț mobil aspirare pulberi, compresoare, cărucior inox, micromotoare, suflantă aer cald, dezumidificator, umidificator, calculator, imprimantă. Biroul de investigații are mese de lucru, hotă, microscop optic, microscop metalografic, balanță analitică, stereomicroscop, spectrometru XRF. Studioul foto deține aparat foto, lampă UV, lampă IR, filtre, stativ.

În cursul anului 2015, Muzeul Olteniei Craiova a preluat în administrare și două cule, Izvoranu-Geblescu, comuna Brabova, jud. Dolj, și, Cernăteștilor, comuna Cernătești, jud. Dolj, monumente istorice de categorie A. Primăriile celor două localități, în colaborare cu Consiliul Județean Dolj, au derulat restaurarea, consolidarea și promovarea turistică a acestor imobile pe Programul Operațional Regional, Axa Prioritară 5.1, Muzeul Olteniei urmând să se ocupe de promovarea lor, după restaurare.

C. 6. Măsuri luate în urma controalelor, verificării/auditării din partea autorității sau a altor organisme de control în anul 2025.

Din acest punct de vedere, singura preocupare a instituției, în anul 2025, a fost de îndeplinire a condițiilor tehnice destul de dificile pentru obținerea autorizației de Securitate la Incendiu pentru Secția Istorie-Arheologie unde există un Sistem de Stingere foarte complex, cu INERGEN. Condițiile tehnice au fost îndeplinite în urma unor investiții destul de costisitoare care au fost derulate pe parcursul anilor 2017 – 2024, la începutul anului 2025 fiind depusă documentația în vederea obținerii acestei Autorizații de Securitate la Incendiu.

D. Evoluția situației economico-financiare a instituției.

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

Analiza situației economico-financiare a instituției și previzionarea evoluției economico-financiare, la începutul perioadei de management (preluată din proiectul de management)

- previzionarea evoluției cheltuielilor de personal ale instituției:

- mii RON-

Cheltuieli de personal	2025	2026	2027
	9149	9053	10500

- previzionarea evoluției veniturilor propuse a fi atrase de către manager, cu menționarea surselor vizate:

-mii RON-

Venituri proprii (taxă pentru vizitarea muzeelor, taxă specială pentru filmări, taxă specială pentru utilizare temporară a sălilor de conferință sau a altor spații din muzeu de către persoane fizice sau juridice, taxă de participare la conferință internațională, comision de consignație (pentru obiecte tradiționale etnografice), comision pentru tipărituri, publicații muzeale, vederi, cataloage, etc., tarife pentru naturalizare, restaurare obiecte de patrimoniu, tarife pentru evaluare de teren, supraveghere arheologică și cercetare arheologică preventiv)	2025	2026	2027
	880	700	700

Proiectul de buget
pe titluri de cheltuieli, articole și alineate,
pe anul 2025 și estimările pe anii 2026-2027

-mii RON-

Cod rând	DENUMIREA INDICATORILOR	Cod indicator	Aprobat 2025	Estimări 2026	Estimări 2027
1	TOTAL VENITURI		11713	14667	16150
2	VENITURI PROPRII	33.10	880	700	700
3	Alte venituri din prestări de servicii și alte activități	33.10.50	880	700	700
4	Donații și sponsorizări	37.10.01	0	0	0
	Vărsăminte din secțiunea de funcționare pentru finanțarea secțiunii de dezvoltare a bugetului local (cu semnul minus)	37.10.03	-198	0	0
	Vărsăminte din secțiunea de funcționare	37.10.04	198	0	0
5	Sume utilizate de administrațiile locale din excedentul anului precedent pentru secțiunea de dezvoltare	40.10.15.02	0		0
	Subvenții de la bugetul de stat către inst.pub.fin. parțial sau integral din venituri proprii nec. susținerii der. pr. fin. din fd. ext. neramb. (FEN) post. 2014-2020	42.10.70		0	0
6	SUBVENTII DE LA ALTE ADMINISTRATII	43.10	10833	13975	15450
7	Subvenții pentru instituții publice	43.10.09	10133	12857	15450
8	Subvenții pentru instituții publice destinate secțiunii de dezvoltare	43.10.19	700	1118	0
9	Sume primite de la UE/alți donatori în contul plăților efectuate și prefinanțări aferente cadrului financiar	48.10	0	0	0
10	Sume primite în contul platilor efectuate în anul curent	48.10.01.01	0	0	0
11	Sume primite în contul platilor efectuate în anii anteriori	48.10.01.02	0	0	0
12	TOTAL CHELTUIELI (SECȚIUNEA DE FUNCȚIONARE+SECȚIUNEA DE DEZVOLTARE)		11713	14675	16150
13	SECȚIUNEA DE FUNCȚIONARE (cod 01+80+81+84)		10815	13557	16150
14	CHELTUIELI CURENTE (cod 10+20+30+40+ 50+51SF+55SF +57+59)	01	10815	13557	16150
15	TITLUL I CHELTUIELI DE PERSONAL (cod 10.01+10.02+10.03)	10	9149	9053	10500
16	Cheltuieli salariale în bani (cod 10.01.01 la 10.01.16 + 10.01.30)	10.01	8921	8779	-
17	Salarii de baza	10.01.01	7790	7801	-
18	Sporuri pentru conditii de munca	10.01.05	597	341	-
19	Alte sporuri	10.01.06	176	209	-
20	Indemnizatii de delegare	10.01.13	10	15	-
21	Indemnizatii pentru hrana	10.01.17	338	396	-
22	Alte drepturi salariale în bani	10.01.30	10	17	-
23	Cheltuieli salariale în natura (cod 10.02.01 la 10.02.06 +10.02.30)	10.02	24	76	-
24	Tichete de vacanta	10.02.06	24	76	-
25	Contributii (cod 10.03.01 la 10.03.06)	10.03	204	198	-
26	Contributie asiguratorie pentru munca	10.03.07	204	198	-
27	TITLUL II BUNURI SI SERVICII (cod 20.01 la 20.06+20.09 la 20.16+20.18 la 20.27+20.30)	20	1555	4412	5500
28	Bunuri si servicii (cod 20.01.01 la 20.01.09+20.01.30)	20.01	1317	2813	-
29	Furnituri de birou	20.01.01	3	10	-
30	Materiale pentru curatenie	20.01.02	10	15	-
31	Încalzit, Iluminat și forța motrică	20.01.03	682	1000	-

32	Apa, canal si salubritate	20.01.04	45	60	-
33	Carburanti si lubrifianti	20.01.05	15	26	-
34	Piese de schimb	20.01.06	16	40	-
35	Transport	20.01.07	0	0	-
36	Posta, telecomunicatii, radio, tv, internet	20.01.08	43	55	-
37	Materiale si prestari de servicii cu caracter functional	20.01.09	467	1567	-
38	Alte bunuri si servicii pentru intretinere si functionare	20.01.30	37	40	-
39	Reparatii curente	20.02	7	91	-
40	Bunuri de natura obiectelor de inventar (cod 20.05.01+20.05.03+20.05.30)	20.05	2	70	-
41	Alte obiecte de inventar	20.05.30	2	70	-
42	Deplasari, detasari, transferari (cod 20.06.01+20.06.02)	20.06	106	213	-
43	Deplasari interne, detaşări, transferări	20.06.01	106	140	-
44	Deplasari în străinătate	20.06.02	0	73	-
45	Materiale de laborator	20.09	20	51	-
46	Carti, publicatii si materiale documentare	20.11	0	85	-
47	Consultanta si expertiza	20.12	0	6	-
48	Pregatire profesionala	20.13	0	14	-
49	Protectia muncii	20.14	20	60	-
50	Alte cheltuieli (cod 20.30.01 la 20.30.04 +20.30.06+20.30.07+20.30.09+20.30.30)	20.30	83	1009	-
51	Reclama si publicitate	20.30.01	0	0	-
52	Prime de asigurare non-viata	20.30.03	30	30	-
53	Alte cheltuieli cu bunuri si servicii	20.30.30	53	979	-
54	TITLUL X I ALTE CHELTUIELI (cod 59.01+59.02+ 59.11+59.12+59.15 +59.17 +59.22+ 59.25+59.30+ +59.40)	59	111	92	150
55	Sume aferente persoanelor cu handicap neincadrate	59.40	111	92	-
56	TITLUL XVII PLATI EFECTUATE IN ANII PRECEDENTI SI RECUPERATE IN ANUL CURENT	84			-
57	Plati efectuate in anii precedenti si recuperate in anul curent	85.01			-
58	SECȚIUNEA DE DEZVOLTARE (cod 51+55+58+70+84)			362	-
59	Titlul VIII Proiecte cu finantare din Fonduri externe nerambursabile (FEN) postaderare (cod 58.01 la 58.05+cod 58.07+58.08+58.15+58.16+58.17+58.18)	58			-
60	Programe din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR)	58.01			-
61	Finanțarea națională **)	58.01.01			-
62	Finanțarea Uniunii Europene **)	58.01.02			-
63	Cheltuieli neeligibile **)	58.01.03			-
64	CHELTUIELI DE CAPITAL (cod 71+72+75)	70	898	1118	-
65	TITLUL XII ACTIVE NEFINANCIARE (cod 71.01 la 71.03)45	71	898	1118	-
66	Active fixe (cod 71.01.01 la 71.01.03+71.01.30)	71.01	898	1118	-
67	Construcții	71.01.01	0	0	-
68	Mașini, echipamente si mijloace de transport	71.01.02	156	90	-
69	Mobilier, aparatură birotică și alte active corporale	71.01.03	0	152	-
70	Alte active fixe	71.01.30	742	876	-
71	TITLUL XVII PLATI EFECTUATE IN ANII PRECEDENTI SI RECUPERATE IN ANUL CURENT	84			-
72	Plati efectuate in anii precedenti si recuperate in anul curent	85.01			-

În anul 2025 Muzeul Olteniei Craiova a realizat următorii indicatori economici:

<u>Venituri totale constatate/ realizate:</u>	<u>10.742.102,63 lei/10.742.102,63 lei</u>
din care: - <u>venituri proprii constatate/realizate:</u>	710.788,54 lei/ 710.788,54 lei
- transferuri	10.031.314,09 lei/10.031.314,09 lei
<u>Cheltuieli totale (plăți efectuate)</u>	<u>10.742.102,63 lei</u>
din care: <u>Cheltuieli de funcționare</u>	<u>10.589.687,57 lei</u>
- cheltuieli de personal	9.084.143,00 lei
- cheltuieli cu bunuri si servicii	1.396.579,57 lei
- alte cheltuieli-sume aferente persoanelor cu handicap neîncadrate	108.965,00 lei
- <u>Cheltuieli de dezvoltare</u>	<u>152.415,06 lei</u>
din care: - cheltuieli de capital	152.415,06 lei

Principalele surse de venituri proprii realizate pe anul 2025 sunt:

- Taxă pentru vizitarea muzeelor;
- Taxă specială pentru filmări;
- Taxă specială pentru utilizare temporară a sălilor de conferință sau a altor spații din muzeu de către persoane fizice sau juridice;
- Comision de consignație (pentru obiecte tradiționale etnografice);
- Comision pentru tipărituri, publicații muzeale, vederi, cataloage, etc.;
- Contravaloare pentru naturalizare, restaurare obiecte de patrimoniu;
- Contravaloare servicii pentru evaluare de teren, supraveghere arheologică și cercetare arheologică preventivă;

Total venituri proprii înregistrate în anul 2025

- 710.788,54 lei

RAPORT DE ANALIZĂ pe bază de bilanț la data de 31.12.2025

Nr. crt.	Denumire indicator economic	Buget /2025 -lei-	Execuție / 2025 -lei-	Realizat procent %
1.	Venituri proprii	880.000	710.788,54	80,77
3.	Transferuri	10.833.000	10.031.314,09	92,60
4.	Total:	<u>11.713.000</u>	<u>10.742.102,63</u>	<u>91,71</u>
5.	Cheltuieli totale (plăți efectuate) din care:	<u>11.713.000</u>	<u>10.742.102,63</u>	<u>91,71</u>
	<u>Secțiunea de funcționare (SF)</u>	<u>10.815.000</u>	<u>10.589.687,57</u>	<u>97,92</u>
6.	<u>Cheltuieli curente</u>	<u>10.815.000</u>	<u>10.589.687,57</u>	<u>97,92</u>
7.	<i>Cheltuieli de personal</i>	9.149.000	9.084.143,00	99,29
8.	<i>Cheltuieli cu bunuri si servicii</i>	1.555.000	1.396.579,57	89,81
9.	<i>Sume aferente persoanelor cu handicap</i>	111.000	108.965,00	98,17
10.	<u>Secțiunea de dezvoltare (SD)</u>	<u>898.000</u>	<u>152.415,06</u>	<u>16,97</u>
11.	<u>Cheltuieli de capital</u>	<u>898.000</u>	<u>152.415,06</u>	<u>16,97</u>

D. 2. Evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției din următorul tabel:

Nr. crt.	Indicatori de performanță	Perioada evaluată Anul 2025
1.	Cheltuieli pe beneficiar (subvenție+venituri proprii)/nr. de beneficiari	171,55 lei
2.	Fonduri nerambursabile atrase (lei)	0
3.	Număr de activități educaționale	TOTAL GENERAL: 198 activități educaționale

		Secția de Etnografie – 68 activități educaționale (44 derulate în format fizic, 24 în format online), Secția de Științele Naturii – 56 activități educaționale (34 în format fizic, 22 în format online); Secția de Istorie-Arheologie – 72 activități educaționale, (38 activități în format fizic, 34 activități în format online), Compartimentul de Marketing și Relații Publice – 2 activități educaționale (La Cula Cernăteștilor). <i>*Menționăm că pe pagina de socializare/promovare a Muzeului Olteniei, Culei Cernăteștilor, Culei Izvoranu – Geblescu, Casei Memoriale Amza Pellea Băilești sau desfășurat și alte activități educaționale specifice acestui mediu online (www.facebook.muzeulolteniei.ro)</i>
4.	Număr de apariții media (fără comunicate de presă)	TOTAL GENERAL: 283 apariții media (presă online, presă scrisă, radio-tv, social media – Facebook asociate presei, Instagram, site-uri instituționale, bloguri culturale etc). Brandul instituțional al Muzeului Olteniei Craiova și acțiunile culturale derulate de instituția de cultură în anul 2025, au fost promovate în mass-media locale, județene, naționale, cu precădere a celor online (presă online, site instituțional, rețele de socializare –Facebook și Instagram, bloguri culturale), rezultând un număr de 283 apariții (Agerpress, Euronews, Pro Tv, Antena 3, TVR Craiova, Radio Craiova Oltenia, Radio România Actualități, Radio România Cultural, Mediafax, Jurnalul Olteniei, Indiscret, Gazeta de Sud, Stiri Craiova, Craiova Online, Craiova Live, Oltenia1, Euro Oltenia Info, Jurnal de Craiova, Radio Horion, radio Novamix, TV Oltenia, 3TV Oltenia, Tele Universitatea, Digi 24 etc). De asemenea, postările online realizate pe pagina de facebook a Muzeului Olteniei, Cula Izvoranu - Geblescu Brabova, Cula Cernătești au fost distribuite pe facebookul publicațiilor online locale, vârful mediatizărilor fiind înregistrat pe următoarele produse mediatice create de MOC: ✓ <u>expoziții temporare cu tematică contemporană, de actualitate și interes pentru evenimentele comunității locale:</u> <i>Târgul Meșterilor Populari (audiență – 2017,9 K), Noaptea Muzeelor (audiență – 1.053 K), Tehnici Tradiționale de țesere în România și Republica Moldova (audiență totală: 7.055,9 K), Zilele Olteniei, Expoziția 150 de ani de la Nașterea Reginei Maria (audiență: 1.055,9 K);</i> ✓ <u>evenimente/acțiuni culturale nou create de Muzeul Olteniei și/sau în parteneriat cu alte instituții:</u> <i>Maria Tănase – Cântecul ce-și poartă rădăcinile (audiență: 5.365,8 K), Muzeul Olteniei – la ceas aniversar, Societățile de binefacere – un crâmpoi din istoria Craiovei, Festivalul Toamnei la Cula Brabova(audiență: 1.360 K);</i> evenimentele de marcă/brand dezvoltate de Muzeul Olteniei, având o continuitate de minim 15 ediții: <i>Conferința Internațională Muzeul și Cercetarea Științifică (audiență: 820 K), Salonul Național de</i>

		<i>Minerale, Fosile și Geme</i> (audiență: 634,3
5.	Număr de beneficiari neplătitori	49767
6.	Număr de beneficiari plători	12852
7.	Număr de expoziții	TOTAL GENERAL: 28 expoziții temporare Secția de Etnografie – „Casa Băniei” – 16 expoziții (1 în Portugalia - la invitație ICR Portugalia, 7 la sediile altor muzee – Complexul Muzeal Național Neamț, Muzeul Național al Țăranului Român București, Muzeul de Etnografie și Artă populară Maramureș, Muzeul Județean Satu-Mare, Muzeul Județean Teleorman, Muzeul Piatra Neamț etc, 1 la Cula Izvoranu – Geblescu, Brabova; Secția de Istorie –Arheologie – 7 expoziții; Secția Științele Naturii – 5 expoziție
8.	Număr de proiecte/acțiuni culturale	Total: 48 proiecte Secția de Istorie-Arheologie – 11 proiecte culturale. Secția de Etnografie – 18 proiect, Secția de Științele Naturii – 9 proiecte cultural; Marketing- 1 (Noaptea muzeelor la sate) La aceste proiecte, se adaugă 9 proiecte specifice comunității locale sau generale derulate la nivelul MOC – Zilele Olteniei, Zilele Craiovei, Noaptea Muzeelor, Patrimoniul UNESCO, Zilele Patrimoniului Imaterial , Obiectul Lunii, Noaptea Muzeelor la Sate etc.
9.	Venituri proprii din activitatea de bază (lei)	655197
10.	Venituri proprii din alte activități (lei)	55592

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

Propuneri, pentru întreaga perioadă de management:

1. Viziune

Definiția muzeului, cu mici variații, este aceeași pentru toate instituțiile. Însă misiunea ar trebui să definească fiecare instituție dar și sensul ei principal. Misiunea reprezintă baza de plecare pentru exprimarea scopului și obiectivelor unui muzeu la un moment dat. Introducerea managementului în instituțiile muzeale a devenit una dintre necesitățile lumii contemporane, fiind o consecință a evoluției care tinde să impună culturii nu numai valori estetice ci și eficiență și rentabilitate. Pentru definirea unei politici culturale proprii și mai ales pentru conceperea planului strategic al unui muzeu, sunt necesare două direcții de cercetare:

- studiul publicului (și/sau al non-publicului): analizarea nivelului de participare a diverselor grupuri la viața culturală a comunității;
- cercetarea în domeniul managementului cultural (cum să organizăm producția culturală și cum să o difuzăm la nivel local, regional, național).

În acest context, muzeul va trebui să definească următoarele solicitări:

- care va fi noua orientare a programelor sale (identitatea, profitul programelor etc.);
- care va fi cantitatea programelor;
- cum va fi organizat procesul de producție culturală;
- ce relații se vor stabili cu piața culturală.

Considerăm că strategia instituțiilor de cultură trebuie să reunească patru cerințe esențiale.

- Trebuie ca filosofia de bază a instituției să fie exprimată printr-o frază concisă sau printr-un pasaj scurt.
- Trebuie să fie unică și ușor de recunoscut, de neconfundat cu oricare alta, aparținând unei

instituții culturale.

- Trebuie să fie vizionară și „purtătoare de inspirație”, în aceeași măsură pentru angajați, cât și pentru public.
- Trebuie să evidențieze principalele obiective ale instituției, astfel încât progresele și succesul ei să fie măsurabile.

Formularea misiunii unui instituții de cultură trebuie să răspundă la întrebarea de ce există acea instituție. În domeniul muzeal acest lucru este deosebit de important deoarece:

- sensul instituției se consideră de la sine înțeles;
- toți angajații trebuie să cunoască și să adopte esența și motivele funcționării instituției;
- în contextul socio-politic în care instituția ar trebui să își modifice politica și structura interioară este esențial să se considere că schimbarea misiunii devine punct de plecare pentru o reflecție critică privind noi forme de organizare și funcționare.

Misiunea unui muzeu, atât ca formulare cât și ca aplicare, este destul de dificil de realizat (de către conducere), de asumat (în interiorul instituției), de recunoscut (în exteriorul instituției). Textul trebuie să fie clar, precis, atractiv pentru public și motivant pentru angajați, să includă activitățile generale și pe cele specifice, să nu împiedice dezvoltarea ulterioară a organizației. Modul în care este formulată misiunea, o adevărată declarație de intenții, poate ghida activitatea, poate indica tipul de programe și proiecte în care se poate implica instituția, poate da direcțiile de dezvoltare ulterioară.

2. Misiune.

Muzeul Olteniei Craiova este o instituție publică de cultură, aflată în serviciul societății și deschisă publicului, care are ca obiective principale cercetarea, colecționarea de bunuri culturale, evidența, conservarea, restaurarea acestora, precum și valorificarea patrimoniului cultural administrat, prin expoziții, publicații și orice alte forme ale comunicării către public, în scopul cunoașterii, educării și recreerii. De asemenea, Muzeul Olteniei Craiova este organizat astfel încât să armonizeze activitățile unei instituții muzeale cu profil istoric, etnologic și de științele naturii cu acelea ale unui centru de cercetare științifică în domeniu.

3. Obiective (generale și specifice).

Obiectivele strategice ale planului managerial pentru perioada 2025-2029 structurate conform sarcinilor și obiectivelor pentru management formulate în **Caietul de obiective** sunt următoarele:

- Obiectiv general: dezvoltarea și diversificarea ofertei culturale a muzeului, mai ales prin integrarea dimensiunii participative și prin reliefarea rolului educațional și de preservare a zestrei materiale și spirituale a comunității din Oltenia.
- Obiective specifice: consolidarea statutului pe care îl are muzeul ca element de coeziune socială, atât în mediul rural, prin promovarea tradițiilor țărănești cât și în mediul urban prin definirea identității orașenești;
- Promovarea muzeului ca un veritabil centru cultural pentru comunitatea din Oltenia;
- Dezvoltarea relațiilor de parteneriat cu instituții de profil din țară și străinătate, cu instituții de învățământ.

Pentru realizarea acestor obiective, acestea trebuie corelate organic cu funcțiile specifice ale muzeului care sunt constituirea, conservarea și restaurarea patrimoniului muzeal, evidența, protejarea, cercetarea și dezvoltarea sa, punerea în valoare a patrimoniului în scopul cunoașterii, educării și recreerii.

4. Strategia culturală, pentru întreaga perioadă de management.

Pentru aceasta este necesară respectarea următoarelor direcții de acțiune pe termen scurt, mediu și lung:

- Dezvoltarea activităților interactive din cadrul muzeului ca o modalitate de a stimula publicul să viziteze muzeul;

- Consolidarea colaborărilor internaționale pentru promovarea valorilor de patrimoniu;
- Valorificarea elitistă a patrimoniului;
- Promovarea turistică a celor două cule, Izvoranu-Geblescu, comuna Brabova, jud. Dolj, și, Cernăteștilor, comuna Cernătești, jud. Dolj, monumente istorice de categorie A, care se află în administrarea muzeului;
- Identificarea nevoilor culturale ale grupurilor țintă;
- Creșterea rolului instituțiilor de învățământ în promovarea rolului muzeului în activitatea de învățare;
- Promovarea patrimoniului cultural prin cât mai multe expoziții temporare. Organizarea a numeroase expoziții temporare au adus numeroși vizitatori dar și o lecție importantă pentru muzeografi, și, anume, că niciodată o expoziție permanentă nu va duce la creșterea numărului de vizitatori dacă nu este dublată de expoziții temporare care să scoată, periodic, în fața publicului acea parte a patrimoniului cultural care stă mai mult timp în depozite, din lipsă de spațiu de expunere, și care este la fel de importantă ca patrimoniul cultural expus permanent.

5. Strategia și planul de marketing.

- Modernizarea adresabilității expozițiilor permanente ale muzeului, către public, prin refacerea site-ului oficial (acesta să fie accesibil și pe noile generații de telefoane mobile, android si smartphone precum și pe tablete); realizarea de tururi virtuale de vizitare a expozițiilor permanente; dotarea cu audio-ghiduri a expozițiilor de la Secția Istorie-Arheologie; realizarea unui nou tip de bilet pentru accesul în expozițiile permanente, bilet pe care să fie imprimată sigla muzeului precum și imagini din cadrul expozițiilor; realizarea unui nou logo al instituției; dotarea cu infotouch-uri a expozițiilor permanente.
- Dezvoltarea monumentului arheologic de la Răcari și transformarea acestuia în obiectiv turistic;
- Organizarea funcțională a muzeului;
- Dezvoltarea capacității manageriale;
- Continuarea formării profesionale și specializării pentru personalul auxiliar și de specialitate;
- Asigurarea cu personal a tuturor secțiilor muzeului;
- Consolidarea spiritului de echipă;
- Alocarea unor resurse adecvate pentru cheltuielile de investiții;
- Asigurarea securității patrimoniului;
- Cursuri de specializare în domeniul relațiilor publice, comunicării și animației culturale;
- Modernizarea permanentă a dotărilor tehnice, a laboratoarelor și atelierelor de restaurare precum și spațiilor destinate depozitării și conservării patrimoniului;
- Identificarea unor spații noi în cadrul muzeului pentru amenajarea de noi depozite destinate obiectelor de patrimoniu cultural în condițiile în care în perioada 2017-2019 s-a înregistrat o permanentă creștere a acestuia;
- Identificarea unor noi mijloace de promovare;
- Asigurarea resurselor financiare pentru reparații și dotări;
- Asigurarea, dezvoltarea, motivarea și menținerea resurselor umane în cadrul instituției în vederea realizării cu maximă eficiență a misiunii acesteia și satisfacerii nevoilor angajaților;
- Creșterea capacității de inovare, rezolvare a problemelor și dezvoltarea activității instituției;
- Întărirea capacității instituționale și de administrare a programelor, acțiunilor și activităților cultural-educative;
- Atragerea de fonduri europene;
- Gestionarea eficientă a bugetului;

6. Programe propuse pentru întreaga perioadă de management.

În tabelul de mai jos vor fi consemnate numai acele programe culturale, tradiționale, ale Muzeului Olteniei Craiova, care pot fi previzionate la momentul de față.

Nr. crt.	Programe	Categorii de investiții în programe culturale	Nr. de programe în anul 2025	Nr. de programe în anul 2026	Nr. de programe în anul 2027	Nr. de programe în anul 2028	Nr. de programe în anul 2029
0	1	2	3	5	7	8	9
1	Anuarele științifice ale Muzeului Olteniei Șantier arheologic Răcari Proiecte culturale interactive organizate în spațiile Secției de Istorie Arheologie Promovarea turistică a celor două cule, Izvoranu-Geblescu, comuna Brabova, jud. Dolj, și, Cernăteștilor, comuna Cernătești, jud. Dolj Promovarea turistică a Casei Memoriale "Amza Pellea" din Băilești Salonul Regional de Fotografie pentru liceeni Proiect educativ interactiv pentru părinți și copii Week-end family Participare la conferințe științifice regionale, naționale și internaționale I like the Museum - Proiect cultural educativ de selecție și instruire a grupuri de maxim 15 voluntari Proiect cultural educativ Muzeul – O Școală Altfel Satul românesc în zi de sărbătoare Salonul național de minerale, fosile și geme Proiect cultural educativ BiosArt Șantier arheologic Cioroiu Nou Șantier arheologic Desa Parada Mărțișoarelor Proiect cultural educativ Mediul și Sănătatea Ciclu de conferințe Astronomie și Spațiul Cosmic Realizarea unui Pietrar al Olteniei	Mici	20	20	20	20	20

	Continuarea Cercetării Punctului Fosilifer Podari						
	Sesiunea științifică internațională Oltenia. Interferențe culturale, edițiile XV, XVI, XVII, XVIII, XIX	Medii	4	4	4	4	4
	Conferința științifică internațională Muzeul și cercetarea științifică						
	Salonul Național de Restaurare-Conservare						
	Târgul Meșterilor Populari, edițiile XLV, XLVI, XLVII, XLVIII,XLIX						
	Sesiunea Internațională de Restaurare Matcons	Mari	1	1	1	1	1
Ani			2025	2026	2027	2028	2029
2	Total categorii de investiții în proiecte culturale (Mici)	-	20	20	20	20	20
3	Total categorii de investiții în proiecte cultural (Medii)	-	4	4	4	4	4
4	Total categorii de investiții în proiecte cultural (Mari)	-	1	1	1	1	1
5	TOTAL	-	25	25	25	25	25

7. Proiectele din cadrul programelor.

În tabelul de mai jos vor fi consemnate numai acele proiecte, din cadrul programelor culturale (evidențiate la punctul 6), tradiționale, ale Muzeului Olteniei Craiova, care pot fi previzionate la momentul de față.

Nr. crt.	Numele proiectelor culturale	Perioada de management 2025-2029
1	Proiectul	Anuarele științifice ale Muzeului Olteniei
2	Proiectul	Șantier arheologic Răcari
3	Proiectul	Promovarea turistică a Casei Memoriale "Amza Pellea" din Băilești
4	Proiectul	Proiecte culturale interactive organizate în spațiile Secției de Istorie Arheologie
5	Proiectul	Promovarea turistică a celor două cule, Izvoranu-Geblescu, comuna Brabova, jud. Dolj, și, Cernăteștilor, comuna Cernătești, jud. Dolj,
6	Proiectul	Salonul Regional de Fotografie pentru liceeni
7	Proiectul	Proiect educativ interactiv pentru părinți și copii Week-end family
8	Proiectul	Participare la conferințe științifice regionale, naționale și internaționale
9	Proiectul	I like the Museum - Proiect cultural educativ de selecție și instruire a grupuri de maxim 15 voluntari
10	Proiectul	Proiect cultural educativ Muzeul – O Școală Altfel
11	Proiectul	Satul românesc în zi de sărbătoare
12	Proiectul	Salonul național de minerale, fosile și gemeni
13	Proiectul	Proiect cultural educativ BiosArt
14	Proiectul	Șantier arheologic Cioroiu Nou
15	Proiectul	Șantier arheologic Desa
16	Proiectul	Parada Mărțișoarelor

17	Proiectul	<i>Proiect cultural educativ Mediul și Sănătatea</i>
18	Proiectul	<i>Ciclu de conferințe Astronomia și Spațiul Cosmic</i>
19	Proiectul	<i>Realizarea unui Pietrar al Olteniei</i>
20	Proiectul	<i>Continuarea Cercetării Punctului Fosilifer Podari</i>
21	Proiectul	<i>Conferința științifică internațională Muzeul și cercetarea științifică</i>
22	Proiectul	<i>Sesiunea științifică internațională Oltenia. Interferențe culturale, edițiile XV, XVI, XVII, XVIII, XIX</i>
23	Proiectul	<i>Salonul Național de Restaurare-Conservare</i>
24	Proiectul	<i>Târgul Meșterilor Popolari, edițiile XLV, XLVI, XLVII, XLVIII, XLIX</i>
25	Proiectul	<i>Sesiunea Internațională de Restaurare Matcons</i>

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

Ateliere cultural-educative (creative), propuse a fi derulate la „Cula Izvoranu Geblescu” – Brabova și la ”Cula Cernăteștilor” – Cernătești, județul Dolj

Unicitatea și specificitatea resurselor de patrimoniu specifice monumentelor istorice de importanță națională „Cula Izvoranu Geblescu” – Brabova și ”Cula Cernăteștilor” – Cernătești, sunt de natură a permite dezvoltarea unor pachete de servicii, evenimente și produse culturale permanente sau periodice, care prin transfer de valoare etnografică autentică se pot constitui în adevărate atracții turistice, materializate în ateliere cultural-educative, conexe vizitelor/ghidajelor tematice, lecții de etnografie și istorie interactive, festivaluri de obiceiuri și tradiții folclorice ce oferă ocazii de petrecere a timpului liber în scopul creșterii atractivității zonei ca destinație turistică.

Prin această argumentație ne dorim să pledăm atât asupra importanței și necesității prezentării consistente și nuanțate a specificităților material-spirituale tradiționale ale spațiilor de interferență din zona localităților Brabova și Cernătești, cât și pe impactul socio-cultural pe care produsele culturale dezvoltate anexat expozițiilor de bază, pot reînvia și revalida valorile etno-culturale și istorice ale localităților Brabova și Cernătești.

Din această perspectivă, reabilitarea și operaționalizarea culelor de la Brabova și Cernătești mizează nu numai pe decelarea, prezentarea și valorizarea unor colecții etnografice, implicit istorice, a unui patrimoniu material bogat, ci și pe impactul socio-cultural pe care atelierele de creație propuse – adevărate lecții demonstrative de meșteșuguri și artă populară autentică le vor avea asupra locuitorilor localității dar și asupra întregii zone a Olteniei.

Intenția muzeologică a Muzeului Olteniei așa cum a fost gândită nu se bazează numai pe ideea realizării unei expoziții permanente de etnografie, ci pe exprimări și prezentări tematice și contextualizante adecvate mediului și obiceiurilor specifice de natură a atrage generațiile tinere spre reînvișarea unor meșteșuguri și obiceiuri tradiționale.

În acest context, menționăm că Muzeul Olteniei Craiova derulează ateliere cultural educative, care în perioada 2022-2025, au înregistrat numeroși participanți din toate categoriile de vârstă (4-65 ani), fiind corect și riguros adaptate specificității activității instituției, astfel: **„Ateliere de meșteșuguri tradiționale și îndeletniciri meșteșugărești”** (broderie, olărit - ceramică, modelaj lut, sculptură în lemn, icoane pe lemn și sticlă, bijuterii hand-made) derulate la Secția de Etnografie, **„BIOS-Art – ateliere de educație animalieră plastică”, I like the Museum - proiect cultural educativ de selecție și instruire a grupuri de maxim 15 voluntari, proiect educativ interactiv pentru părinți și copii Week-end family, Proiect cultural educativ Mediul și Sănătatea, Proiect cultural educativ Muzeul – O Școală Altfel**, derulate sub coordonarea Secției de Științele Naturii, **„Prietenii Istoriei” - Ateliere de arheologie**, coordonate de specialiștii Secției de Istorie-Arheologie, și **„Caravana Culturală” – “Ateliere mobile integrate de etnografie, istorie, științele naturii și cultură muzeală”** derulate de către Compartimentul de Proiecte și programe culturale, ce se derulează cu beneficiari având dizabilități și/sau grupuri vulnerabile sunt limitate, este nevoie de o relocare a spațiului muzeal, secvențial desigur, chiar în habitatul beneficiarilor, respectiv: zone paupere (mediul rural), centre de detenție, centre de refugiați, centrele/complexele de reabilitare a copiilor cu dizabilități auditive, vizuale, neuromotorii, grupuri excluse social - romi, delincvenților, persoane aflate în reclusiune etc. Prin intermediul atelierelor creative, muzeografiile vizează atingerea scopurile cultural-educative, prin metode și tehnici specifice procesului cultural-educativ de

natură a determina reintegrarea socio-culturală a beneficiarilor, asimilarea de cunoștințe elementare de etnografie, folclor, istorie etc, evitarea marginalizării, petrecerea timpului într-un sens pozitiv a acestora cu personalul muzeal.

Proiectele culturale ce au susținut atelierele au oferit copiilor, tinerilor și adulților, șansa de a descoperi misterele arheologiei și istoriei, tainele ce au stăpânit lumea mamuților și plantelor, precum și tehnicile meșteșugurilor populare (broderie, olărit, modelaj, sculptură în lemn, icoane pe lemn și sticlă, bijuterii hand-made).

Într-un spațiu amenajat, adecvat contextului natural, obiectul de patrimoniu este comprehensibil, iar patrimoniul predat prin intermediul unor ateliere de creație – „**Atelierele de Meșteșuguri și Îndeletniciri Tradiționale**”, capătă valențe noi, dincolo de calitățile și valorile lor educative, toate acestea fiind de natură a transmite mesaje lesne de receptat/acceptat, fiind spectaculoase, cu eficiență maximă pentru toate categoriile de public.

Atelierele cultural educative, circumscrise tematicii de pedagogie muzeală, constituie de fapt o condiție sine qua non a muzeului actual, menit să incite și să propună noul, având în vedere gustul publicului, dar și păstrarea statutului instituției: acela de valorificare patrimonială, cultural-științifică și educativ-recreativă, realizându-se expoziții temporare nuanțate, bazate fie pe patrimoniul acumulat, fie pe alte formule inovatoare: creații contemporane din zonă, expoziții de fotografii, de meșteșuguri și de autori etc. Ele aduc copii și oamenii mai aproape de meșteșuguri, arte și meserii pentru o înțelegere mai bună a lor și o “împrietenire” cu frumuseți nepieritoare. Astfel, demonstrațiile de meșteșuguri pe care le propunem în cadrul „Atelierele de Meșteșuguri și Îndeletniciri Tradiționale” sunt: dărăcitul, torsul lânii, țesutul pe etamină sau pânză, realizarea la dimensiuni reduse de scoarțe, velințe, covoare țărănești, chilimuri, modelaj și pictură pe lut – realizarea de vase de ceramică, împletitul papurii, meșterit opinci, podoabe țărănești, atelier de fabricat păpuși și măști țărănești, gastronomie locală.

Sub îndrumarea specialiștilor Muzeului Olteniei se vor organiza periodic împreună cu școlile din zona localităților Brabova și Cernătești, concursuri folclorice - festivaluri, de cunoștințe etnografice (sărbători – „Păzitul Fântânilor”, „Vicleiul”, „Botezatul Cailor”) și meșteșugărești precum și seri de filme etnografice.

Obiectivele atelierelor vizează realizarea de produse tradiționale românești, specifice sărbătorilor populare utilizând în proporție covârșitoare produse arhaice (lână, ață, pânză, pănușe de porumb, papură, răchită, lut, semințe). Reconstituim un timp arhaic dar și personajele de altă dată, din lumea satului (fierarul, moșii, dracii, Sărsăilă, ursul, omul urât, crâșmarul, zmeul, șiretul), învățăm motivele etnografice, simboluri cusute pe țesăturile românești din lumea satului de altă dată (ii, desăgi, covoare, scoarțe cojoace etc), reconstituim culele și blazoanele boierești din zonă (heraldic).

Muzeul Olteniei Craiova poate media schimburile de experiență și relaționarea cu alte instituții similare din județ, provincie și din țară, cu unități de învățământ preuniversitar și universitar, cu ONG-uri culturale zonale, cât și prin introducerea concretă a acestor ateliere de creație aferente expoziției în turismul local, rural, dar și în turismul național. Oricum, această subzonă este, din păcate, mai puțin cunoscută în circuitele turistice.

În prezent, Muzeul Olteniei Craiova deține instrumentele necesare implementării unor astfel de circuite tematice de realizare de ateliere creative la culele de la Brabova și Cernătești, având operaționalizate aproximativ 125 de parteneriate educaționale cu instituții școlare (din mediul rural și urban, dintre care amintim Inspectoratul Județean Școlar Dolj, Universitatea din Craiova), ONG-uri culturale (Asociația ”Monumente Oltenia” Craiova, Asociația „Redescoperă Istoria” București”, Asociația de tineret ”Viitorul” Căpreni - Gorj, Asociația Bloggerilor Olteni etc.

Pentru a sintetiza cele afirmate și susținute mai sus, prezentăm punctual obiectivele noastre cu privire la necesitatea înființării de ateliere de creație, de pedagogie muzeală, raportate la scopurile lor intercomunitare, cultural-sociale și educative, dar și științifice și identitare:

a. Așa cum am afirmat, subzona etnografică/istorică distinctă a localităților Brabova și Cernătești, aflate în proximitatea unor localități precum: Argetoaia, Plenița, Filiași, Sopot etc, este

lipsită, în prezent, de activități/acțiuni culturale care să prezerve obiceiurile și tradițiile satului arhaic dar și bogatul patrimoniu de care dispun cele două zone.

Cele mai apropiate muzee etnografice/istorice față de localitățile Brabova și Cernătești sunt cele de la: Craiova și Drobeta Turnu-Severin (Muzeul Olteniei Craiova este la o distanță de aproximativ 40 km, iar Muzeul „Regiunii Porțile de Fier” din Drobeta Turnu Severin la aproximativ 90 km), ceea ce creează necesitatea dezvoltării de produse/servicii culturale interactive în zonă care să „deservească” cultural-științific și patrimonial localitățile din nord-vestul județului Dolj, populația din această zonă fiind de cca. 30.000 de locuitori.

Valorificarea patrimoniului, realizată prin amenajarea expozițiilor de bază, va fi completată prin ateliere creative meșteșugărești ce își propun să scoată preeminent în prim plan tradițiile și obiceiurile satelor tradiționale oltenești, nuanțele ontologice, tipurile de comunicare între oameni și cu divinitatea, felul de trai, ocupații și meșteșuguri etc. Totodată, în cadrul atelierelor creative ne propunem să relevăm axe ale existenței tradiționale: timpul sărbătoresc tradițional prin intermediul unor momente ritualice, prin actanți și recuzită de acest gen (împodobitul bradului, organizarea de șezători, Focul de Lăsatul Secului– Strigăturile), **practici ceremoniale revalorificate** – Colindatul, „Steaua”, dansurile populare zonale etc), meșteșuguri tradiționale ale subzonei ce nu pot fi definite în afara ideii de țesut (*circuitul lânii –dărăcitul și torsul lânii, țesutul realizarea, la dimensiuni reduse de scoarțe, velințe, covoare țărănești, chilimuri etc.*), *gastronomie locală*. Se vor realiza războaie de țesut vertical/orizontal, la dimensiuni reduse dar funcționale, care vor putea fi folosite la propriu în activități interactive concepute și finalizate cu diverse categorii de public, de toate vârstele.

b. Având în vedere că în zona menționată sunt numeroase instituții de învățământ (preșcolar, gimnazial, liceal), atelierelor creative pot deveni o importantă sferă de interes cultural-științific. Căile de colaborare între muzeu și instituțiile de învățământ pot fi complexe și variate, începând de la vizita tematică obișnuită până la proiecte multidisciplinare sau activități interactive, realizându-se colaborări, schimburi de experiență, activități în parteneriat cu instituții similare din județ, regiune și din țară sau chiar cu alte instituții cu profil de valorizare culturală (festivaluri anuale folclorice, gastronomie locală, centre de creație, școli de arte și meserii etc.)

Vom acorda o atenție deosebită cuprinderii atelierelor de creație în circuitele turistice și vom colabora continuu cu cei interesați de turism tematic, elaborând trasee turistice recreative și de documentare în cele două zone etnografice, obiectivul parteneriatelor fiind organizarea unor programe interactive de educație permanentă în spiritul cunoașterii și recuperării tradițiilor creației populare. Aceste programe interactive axate pe înființarea de ateliere meșteșugărești – au drept scop sensibilizarea copiilor față de etnografia zonei, de istoria unor locuri pe care ei nu le cunosc și privilegiază practica artistică. Programele cultural-educative se adresează copiilor din clasele primare și gimnaziale și prezintă un rol educațional, social și informațional, fiind coordonate de specialiștii muzeului, cu invitarea unor meșteri populari din localitățile aferente zonei, și se vor desfășura ca demonstrații practice, în ateliere pe genuri de creație, precum: vopsitul lânii cu plante tinctoriale, țesut mini-ștergare și scoarțe, prelucrarea lemnului prin creștături, dogărie mică, podoabe populare. În cadrul atelierelor vor avea loc demonstrații practice ale tehnicilor de lucru tradiționale precum și vopsitul cu plante tinctoriale.

Tehnicile de lucru propuse (pentru exprimare vizuală, tactilă, bi și tridimensională) vor ajuta la asimilarea facilă a unor informații, la dezvoltarea dexterității manuale, prin analizarea proporțiilor, armoniei și raportului funcționalitate – formă, a diferențelor/asemănărilor, conexiunilor dintre cunoștințele teoretice dobândite, în prima parte a atelierelor, și obiectele hand-made create în partea aplicativă a cursului;

Documentările digitalizate, prezentările Power-Point, bazate pe istoria tradițiilor și obiceiurilor, legendele eroilor istorici din zonă, cultura populară dar și cultă, vor fi utilizate ca și modalități de captare a atenției diverselor categorii de public (de la copii la bătrâni), de invitație la dialog și schimb de opinii în scopul completării interactive, interdisciplinare și ludice a cunoașterii cultural-identitare.

F. Previzionarea evoluției economico-financiare a instituției, cu o estimare a resurselor financiare ce ar trebui alocate de către autoritate, precum și a veniturilor instituției ce pot fi atrase din alte surse.

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

- previzionarea evoluției cheltuielilor de personal ale instituției:

- mii RON-

Cheltuieli de personal	2025	2026	2027	2028
	9149	9053	10500	11000

- previzionarea evoluției veniturilor propuse a fi atrase de către manager, cu menționarea surselor vizate:

- mii RON-

Venituri proprii (taxă pentru vizitarea muzeelor, taxă specială pentru filmări, taxă specială pentru utilizare temporară a sălilor de conferință sau a altor spații din muzeu de către persoane fizice sau juridice, taxă de participare la conferință internațională, comision de consignație (pentru obiecte tradiționale etnografice), comision pentru tipărituri, publicații muzeale, vederi, cataloage, etc., tarife pentru naturalizare, restaurare obiecte de patrimoniu, tarife pentru evaluare de teren, supraveghere arheologică și cercetare arheologică preventiv)	2025	2026	2027	2028
	880	700	700	700

Analiza situației economico-financiare a instituției și previzionarea evoluției economico-financiare.

Proiectul de buget
pe titluri de cheltuieli, articole și alineate,
pe anul 2026 și estimările pe anii 2027-2028

-mii RON-

Cod rând	DENUMIREA INDICATORILOR	Cod indicator	Estimări 2026	Estimări 2027	Estimări 2028
1	TOTAL VENITURI		14667	16150	17155
2	VENITURI PROPRII	33.10	700	700	700
3	Alte venituri din prestări de servicii și alte activități	33.10.50	700	700	700
4	Donații și sponsorizări	37.10.01	0	0	0
	Vărsăminte din secțiunea de funcționare pentru finanțarea secțiunii de dezvoltare a bugetului local (cu semnul minus)	37.10.03	0	0	0
	Vărsăminte din secțiunea de funcționare	37.10.04	0	0	0
5	Sume utilizate de administrațiile locale din excedentul anului precedent pentru secțiunea de dezvoltare	40.10.15.02		0	0
	Subvenții de la bugetul de stat către	42.10.70		0	0

	inst.pub.fin. parțial sau integral din venituri proprii nec. susținerii der. pr. fin. din fd. ext. neramb. (FEN) post. 2014-2020				
6	SUBVENȚII DE LA ALTE ADMINISTRATII	43.10	13975	15450	16455
7	Subvenții pentru instituții publice	43.10.09	12857	15450	16455
8	Subvenții pentru instituții publice destinate secțiunii de dezvoltare	43.10.19	1118	0	0
9	Sume primite de la UE/alți donatori în contul plăților efectuate și prefinanțări aferente cadrului financiar	48.10	0	0	0
10	Sume primite în contul platilor efectuate în anul curent	48.10.01.01	0	0	0
11	Sume primite în contul platilor efectuate în anii anteriori	48.10.01.02	0	0	0
12	TOTAL CHELTUIELI (SECȚIUNEA DE FUNCȚIONARE+SECȚIUNEA DE DEZVOLTARE)		14675	16150	17155
13	SECȚIUNEA DE FUNCȚIONARE (cod 01+80+81+84)		13557	16150	17155
14	CHELTUIELI CURENTE (cod 10+20+30+40+ 50+51SF+55SF +57+59)	01	13557	16150	17155
15	TITLUL I CHELTUIELI DE PERSONAL (cod 10.01+10.02+10.03)	10	9053	10500	11000
16	Cheltuieli salariale în bani (cod 10.01.01 la 10.01.16 + 10.01.30)	10.01	8779	-	-
17	Salarii de baza	10.01.01	7801	-	-
18	Sporuri pentru conditii de munca	10.01.05	341	-	-
19	Alte sporuri	10.01.06	209	-	-
20	Indemnizatii de delegare	10.01.13	15	-	-
21	Indemnizatii pentru hrana	10.01.17	396	-	-
22	Alte drepturi salariale în bani	10.01.30	17	-	-
23	Cheltuieli salariale în natura (cod 10.02.01 la 10.02.06 +10.02.30)	10.02	76	-	-
24	Tichete de vacanta	10.02.06	76	-	-
25	Contributii (cod 10.03.01 la 10.03.06)	10.03	198	-	-
26	Contributie asiguratorie pentru munca	10.03.07	198	-	-
27	TITLUL II BUNURI SI SERVICII (cod 20.01 la 20.06+20.09 la 20.16+20.18 la 20.27+20.30)	20	4412	5500	6000
28	Bunuri si servicii (cod 20.01.01 la 20.01.09+20.01.30)	20.01	2813	-	-
29	Furnituri de birou	20.01.01	10	-	-
30	Materiale pentru curatenie	20.01.02	15	-	-
31	Încalzit, iluminat si forta motrica	20.01.03	1000	-	-
32	Apa, canal si salubritate	20.01.04	60	-	-
33	Carburanti si lubrifianti	20.01.05	26	-	-
34	Piese de schimb	20.01.06	40	-	-
35	Transport	20.01.07	0	-	-
36	Posta, telecomunicatii, radio, tv, internet	20.01.08	55	-	-
37	Materiale si prestari de servicii cu caracter functional	20.01.09	1567	-	-
38	Alte bunuri si servicii pentru întreținere si functionare	20.01.30	40	-	-
39	Reparatii curente	20.02	91	-	-
40	Bunuri de natura obiectelor de inventar (cod 20.05.01+20.05.03+20.05.30)	20.05	70	-	-
41	Alte obiecte de inventar	20.05.30	70	-	-
42	Deplasari, detasari, transferari (cod 20.06.01+20.06.02)	20.06	213	-	-

43	Deplasari interne, detașări, transferări	20.06.01	140	-	-
44	Deplasari în străinătate	20.06.02	73	-	-
45	Materiale de laborator	20.09	51	-	-
46	Carti, publicatii si materiale documentare	20.11	85	-	-
47	Consultanta si expertiza	20.12	6	-	-
48	Pregatire profesionala	20.13	14	-	-
49	Protectia muncii	20.14	60	-	-
50	Alte cheltuieli (cod 20.30.01 la 20.30.04 +20.30.06+20.30.07+20.30.09+20.30.30)	20.30	1009	-	-
51	Reclama si publicitate	20.30.01	0	-	-
52	Prime de asigurare non-viata	20.30.03	30	-	-
53	Alte cheltuieli cu bunuri si servicii	20.30.30	979	-	-
54	TITLUL X I ALTE CHELTUIELI (cod 59.01+59.02+ 59.11+59.12+59.15 +59.17 +59.22+ 59.25+59.30+ +59.40)	59	92	150	155
55	Sume aferente persoanelor cu handicap neincadrate	59.40	92	-	-
56	TITLUL XVII PLATI EFECTUATE IN ANII PRECEDENTI SI RECUPERATE IN ANUL CURENT	84		-	-
57	Plati efectuate in anii precedenti si recuperate in anul curent	85.01		-	-
58	SECȚIUNEA DE DEZVOLTARE (cod 51+55+58+70+84)		362	-	-
59	Titlul VIII Proiecte cu finantare din Fonduri externe nerambursabile (FEN) postaderare (cod 58.01 la 58.05+cod 58.07+58.08+58.15+58.16+58.17+58.18)	58		-	-
60	Programe din Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR)	58.01		-	-
61	Finanțarea națională **)	58.01.01		-	-
62	Finanțarea Uniunii Europene **)	58.01.02		-	-
63	Cheltuieli neeligibile **)	58.01.03		-	-
64	CHELTUIELI DE CAPITAL (cod 71+72+75)	70	1118	-	-
65	TITLUL XII ACTIVE NEFINANCIARE (cod 71.01 la 71.03)45	71	1118	-	-
66	Active fixe (cod 71.01.01 la 71.01.03+71.01.30)	71.01	1118	-	-
67	Construcții	71.01.01	0	-	-
68	Mașini, echipamente si mijloace de transport	71.01.02	90	-	-
69	Mobilier, aparatură birotică și alte active corporale	71.01.03	152	-	-
70	Alte active fixe	71.01.30	876	-	-
71	TITLUL XVII PLATI EFECTUATE IN ANII PRECEDENTI SI RECUPERATE IN ANUL CURENT	84		-	-
72	Plati efectuate in anii precedenti si recuperate in anul curent	85.01		-	-

F.2. Numărul de beneficiari estimați pentru următoarea perioadă de management.

Perioada	Nr. de proiecte proprii	Nr. de beneficiari	Nr. de bilete	Venituri propuse (mii lei)
1	2	3	4	5
Anul 2025	11	62 650	35 269	710.789
Anul 2026	20	60 000	35 000	700.000
Anul 2027	20	60 000	35 000	300.000
Anul 2028	20	60 000	35 000	350.000
Anul 2029	20	60 000	35 000	400.000
TOTAL:	91	302 650	175 269	2 460 789

F.3. Analiza programului minimal realizat.

Categorii de investiții în proiecte	Limite valorice ale investiției în proiecte din perioada precedentă	Limite valorice ale investiției în proiecte propuse pentru perioada de management
1	2	3
Mici	(de la 0 lei până la 50.000 lei)	(de la 0 lei până la 60.000 lei)
Medii	(de la 50.000 lei până la 100.000 lei)	(de la 60.000 lei până la 110.000 lei)
Mari	peste 100.000 lei	peste 110.000 lei

MANAGER,
Dr. Florin Ridiche