



## **INFORMARE**

privind activitatea ARTEXIM în anul 2020

**ARTEXIM** este o instituție publică subordonată ministerului Ministerului Culturii și Identității Naționale, care funcționează în baza H.G. nr. 90/2010.

### **A. PROFIL ORGANIZAȚIONAL**

**Date de contact:**

**ARTEXIM**

Calea Victoriei nr. 155, Bl. D1, Sc. 8, Et. 2, 010037

Sector 1, București, România

[www.festivalenescu.ro/](http://www.festivalenescu.ro/) [www.artexim.ro](http://www.artexim.ro)

Analiza activității ARTEXIM trebuie să țină cont de contextul și condițiile generale de dezvoltare ale fenomenului cultural și ale pieței culturale externe și interne, precum și de strategia de acțiune elaborată de colectivul de conducere a Agenției.

### **B. CONDIȚII GENERALE**

#### **1. EXTERNE**

Strategic, activitatea ARTEXIM s-a desfășurat în două direcții:

- management artistic, de esență comercial și
- management cultural, de esență non-profit, aplicând în general strategii elaborate la nivel central.

Cele două direcții se regăsesc și în plan financiar.

Dificultățile apar în domeniul sponsorizării și al subvențiilor cu destinație culturală, unde legislația actuală nu permite distincția între acestea din urmă și cheltuielile de publicitate ale unui agent economic. Din punct de vedere economic, scăderea puterii de cumpărare și aspectele sociologice generale care impactează publicul diminuează potențialul încasărilor din spectacole. Creșterea concurenței internaționale prin apariția masivă a ofertei din estul Europei presupune atât diminuarea valorii contractelor cât și sporirea cheltuielilor pentru promovarea și asigurarea tehnică.

#### **2. INTERNE**

Personalul ARTEXIM a trebuit să se adapteze unor schimbări succesive de orientare, fapt care a creat dificultăți în activitatea curentă.

Administrativ, modificarea normativelor legislației au impus adaptarea atât a formularisticii cât și a demersurilor aferente activității.

Financiar, există probleme legate de modificările legislației și structurii ARTEXIM:

- Contradicția între regimul de subordonare și autofinanțare
- Deși este o instituție a Ministerului Culturii care trebuie să impresarieze instituții ale Ministerului Culturii, acestea se autoimpresariază sau sunt impresariate în continuare de agenții particulare în condiții dezavantajoase pentru instituții, dar avantajoase pentru persoane particulare.

## C. POLITICI PUBLICE

**Viziunea:** ARTEXIM organizează proiecte majore, cu impact deosebit la nivel național și internațional, precum și în ceea ce privește promovarea imaginii României în lume: Festivalul Internațional "George Enescu", Concursul Internațional "George Enescu" și alte evenimente culturale de promovare a patrimoniului muzical național și internațional.

Activitatea ARTEXIM se încadrează în aria Programelor Ministerului Culturii și Identității Naționale de importanță internațională și națională, care sunt grupate astfel încât să poată fi evidențiată relația politicii publice - programe, respectiv, programe bugetare - subprograme bugetare - programe. Ministerul Culturii și Identității Naționale gestionează două programe bugetare. Activitatea ARTEXIM se încadrează în:

- Program bugetar II – Elaborarea și aplicarea strategiilor și politicilor în domeniul culturii.
- Subprogram bugetar II: Promovarea, protejarea și punerea în valoare a creației contemporane și a diversității culturale Componenta Artele Spectacolului, Cinematografie.

## D. DIRECȚII DE ACȚIUNE. Priorități.

### Obiectiv general:

Creșterea accesului tuturor categoriilor de populație, din toate zonele și mediile sociale, la informație și cultură.

### Obiective specifice:

- Promovarea imaginii artei românești în lume, prin participarea la festivaluri și concursuri internaționale, prin intensificarea schimburilor culturale internaționale;
- Promovarea intensivă a creațiilor lui George Enescu;
- Promovarea creației și artei interpretative universale, prin susținerea activității și mobilității Orchestrelor Radio europene;
- Atragerea de fonduri europene prin programul de finanțare Creative Europe al Comisiei Europene pentru păstrarea, dezvoltarea și promovarea diversității culturale europene și întărirea competitivității în sectoarele culturale și creative europene, promovând în acest context creația și arta interpretativă românească și universală.

### Programe prioritare:

- Programul de susținere a creației și artei interpretative;
- Programul de susținere a creatorilor și interpreților.

### Prioritățile pentru perioada de raportare.

#### Prioritatea 1

Programul de susținere a creației și artei interpretative prin **Concursul Internațional "George Enescu"**, editia 2020 - 2021, în perioada septembrie 2020, sub egida Ministerului Culturii și sub patronajul Președinției României.

### CONCEPT: FRUMUSEȚE ÎN VIAȚĂ

Fiecare dintre noi caută și găsește în muzică ceva. Și compozitorii, când o creează, și muzicienii, când o interpretează, și melomanii când o ascultă. Este CEVA dincolo de realitatea imediată. Este CEVA altfel decât cotidianul. Este CEVA ce avem nevoie, la care aspirăm, dar nu atingem oricum și în orice condiții. Muzica ne duce la ACEST CEVA.

Fiecare dintre noi caută și găsește în muzică altceva, de fiecare data când o interpretează sau o ascultă. Muzica ne duce la acest CEVA ALTFEL ÎN NOI și ne face să ne conectăm unii la alții pornind de la el.

Muzica înseamnă trăire. Muzica e vie. Muzica aduce o trăire nouă în fiecare dintre noi și în conectare unii cu ceilalți. Muzica ne metamorfozează. Muzica exprimă uneori ceea ce noi nu putem exprima în cuvinte. Acolo unde cuvintele se opresc, începe muzica și ne duce în altă parte, în altă dimensiune.

Muzica vorbește atunci când noi suntem muți. Muzica ne surprinde și ne face să evadăm în frumos, atunci când cotidianul ne ține captivi în urât. Muzica este frumusețe în viață.

#### Obiective propuse și atinse:

**Concursul Internațional "George Enescu"** este un eveniment care inspiră, care catalizează expresia artistică.

- Concursul, prin conceptul, organizarea și desfășurarea sa, este gândit să facă legătura cu moștenirea lui George Enescu - pasiune pentru muzică și respect pentru arta muzicianului. Încurajează legătura dintre oameni, dorința de a împărtăși cu ceilalți și deschiderea pentru implicare.
- Consolidarea poziționării Concursului Internațional George Enescu, pe parte de notorietate și credibilitate la nivel internațional și la nivel național, față de publicurile sale strategice (publicul larg; tineri artiști; muzicieni; specialiști; media)
- Educarea publicului larg în ceea ce privește muzica clasică și creșterea atractivității concertelor din cadrul Concursului, într-un mod uman și surprinzător, care să crească participarea (engagement) și să genereze experiențe foarte puternice;
- Educarea publicului larg și atragerea spre opera lui George Enescu, într-un mod uman și surprinzător, care să crească participarea (engagement) și să genereze experiențe foarte puternice;
- Crearea campaniei #SaveBeautyinLife pentru promovarea unei atitudini noi în fața pandemiei, inspirate de frumusețe, responsabilitate și puterea de reinventare; promovarea Concursului Enescu 2020 și a valorilor pe care acesta le susține, urmând modelul lui George Enescu; promovarea artelor și a culturii, ca expresie și împlinire a umanității noastre. Prima etapă a campaniei se va derula între 19 august și 30 septembrie 2020, perioadă în care este inclusă și derularea fazei I a Concursului Enescu 2020, respectiv faza online: concertul de deschidere din 29 august, etapele I și II la cele trei secțiuni instrumentale (vioară, violoncel, pian), între 30 august și 19 septembrie, concursul de compoziție, ale cărui rezultate vor fi anunțate pe 20 septembrie. Campania va avea o urmare adaptată contextului și reacției publicului, în pregătirea fazei a doua a Concursului, din luna mai 2021.
- Organizarea și desfășurarea Concertului de gală a Concursului Enescu 2020, la care publicul a avut acces gratuit pe site-ul [www.festivalenescu.ro](http://www.festivalenescu.ro).

Noutăți pe care le aduce ediția din 2020 - 2021 a Concursului Internațional George Enescu: noi membri ai juriilor, personalități marcante ale muzicii clasice la nivel internațional; două compoziții interpretate în premieră mondială la Gala de deschidere; 19 concerte și recitaluri, ale căror bilete sunt în vânzare; dirijori de marcă; un website nou și un concept de comunicare care explorează frumusețea pe care muzica o aduce în viața noastră.

#### Piloni strategici:

- **Funcțional:** consolidarea fluxului cu informații utile, menit să sprijine înțelegerea evenimentelor, buna cunoaștere a Festivalului și Concursului Enescu, prin următoarele acțiuni:
  - ✓ Realizare comunicate de presă pentru distribuirea în online;
  - ✓ Realizare de interviuri cu membrii juriului pentru crearea materialelor de promovare ale Concursului;
  - ✓ Realizare de interviuri cu foști concurenți ai Concursului Enescu;
  - ✓ Prezentarea foștilor concurenți și a prestației lor în cadrul Concursului pe canalele online, Facebook, Instagram, Twitter, Linked In sau ale partenerilor media;
  - ✓ Prezentarea concertelor, ale recitalurilor, profiluri ale membrilor juriului;
  - ✓ Dezvoltarea și diversificarea bazei de date media;
  - ✓ Înregistrarea Concursului Internațional „George Enescu” în cât mai multe baze de date cu competiții internaționale de muzică clasică;
  - ✓ Publicarea pe website-ul Concursului a înregistrărilor trimise de concurenții celor 3 secțiuni;
  - ✓ Realizarea vizualului pentru această ediție și declinarea acestuia pentru toate canalele media necesare;
  - ✓ Restructurarea website-ului și actualizarea constantă a informațiilor pe website;
- **Interactiv:** crearea de oportunități ca oamenii să se implice efectiv în evenimente care au legătură cu Concursul.

- ✓ Interacțiuni digitale; formate digitale și video: infografice, elemente care permit împărtășirea pe canale digitale & online, etc.
- ✓ Online: spot video; lansarea Manifestului de responsabilitate socială și individuală „Salvează Frumusețea în viață”; implicarea artiștilor și a publicului larg să împărtășească frumusețea în viață pe canalele proprii și pe canalele festivalului Enescu; distribuirea măștilor cu branding-ul Concursului și mesajul „Music must go on”; conversații online cu artiștii care spun care este frumusețea lor în viață.

**Chestiuni bugetare :** Bugetul total aprobat de Ministerul Culturii în anul 2020 pentru pregătirea și organizarea ediției din anul 2020 a Concursului Internațional George Enescu a fost de 4.230.000 lei.

## Prioritatea 2

### Pregătirea Festivalului Internațional George Enescu 2021

#### Obiective propuse și realizate:

- Crearea conceptului evenimentului;
- Contractarea participanților la acest eveniment;
- Contractarea personalului tehnic angajat pentru organizarea evenimentului;
- Realizarea traducerilor materialelor pentru presă și participanții străini;
- Planificarea media și realizarea publicității internaționale pentru anunțarea celei de-a 25-a ediție a Festivalului Enescu 2021;
- Restructurarea website-ului și actualizarea constantă a informațiilor pe website;

**Chestiuni bugetare :** Bugetul total aprobat de Ministerul Culturii în anul 2020 pentru pregătirea ediției din anul 2021 a Festivalului Internațional George Enescu a fost de 100.000 lei.

## Prioritatea 3

### Atragerea de fonduri europene prin programul Creative Europe al Comisiei Europene

- A. Pregătire proiect pentru finanțare prin programul Creative Europe (2014 -2020), Culture Sub-programme  
Apel EACEA 39/2019, Cultural Cooperation Projects in the Western Balkans

Nume Proiect: PIF! - Play It Forward! Improving Cooperation between the Western Balkans Countries and the Neighbouring European Union Member States

Participarea ca partener într-un consorțiu format din 5 parteneri din țări europene, întrunind următoarele cerințe minime: cel puțin 2 organizații (lider de proiect și / sau parteneri) stabilite în cel puțin 2 țări diferite IPA II din Balcanii de Vest și cel puțin 2 organizații din țări membre ale Uniunii Europene (lider de proiect și / sau parteneri) stabilite în cel puțin 2 state membre diferite ale Uniunii Europene.

Pentru proiectul PIF! s-a creat un consorțiu format din următorii parteneri : P1 - Serbian Festivals Association, Serbia, Lider de proiect, P2 - ArtLink, Serbia, P3 - The Multicultural Festival of Berat, Albania, P4 - Artexim, România, P5 - AIMArtists, Germania.

**Obiectiv Specific Apel :** Consolidarea cooperării culturale și a competitivității industriilor culturale și creative din Balcanii de Vest

**Obiectiv general Proiect:**

Promovarea unui nou model de activități în educația culturală pentru asigurarea circulației transnaționale și a mobilității în țările din Balcanii de Vest, activități concepute pentru a proteja și asigura îmbogățirea valorilor și moștenirii culturale europene.

**Obiective specifice Proiect:**

1. Să păstreze diversitatea valorilor culturale europene, ca trăsătură unică a identității culturale europene;
2. Creșterea capacității părților interesate din toate sectoarele relevante angajate în industriile culturale și creative din Balcanii de Vest de a opera transnațional și internațional;
3. Să încurajeze practicile de cooperare, schimbul de experiență și sprijin reciproc între actorii implicați în producerea și implementarea evenimentelor culturale.

Pachete de activități propuse:

1. Tabăra muzicală de mentorat „Muzicieni în reședință”;
2. Cooperare și sprijin cultural internațional;
3. Platforma online care să ofere oportunități pentru coproducții ale conținutului cultural propus;
4. Diseminarea și valorificarea conținuturilor culturale realizate prin coproducții.

Buget estimat : 450.000 EUR

Finalitate: Proiectul nu s-a încadrat în termenul limită de depunere (Termen 1 - 17.03.2020, Termen 2 - 28.04.2020) din cauza contextului internațional generat de pandemia Covid-19 care a încetinit și îngreunat cooperarea între parteneri. Dat fiind situația excepțională și fără precedent întâmpinată, Consorțiul a trimis biroului Creative Europe Brussels o solicitare de extindere, în cazul său, a perioadei de depunere a proiectului cu 1 lună, fara a aduce prin aceasta niciun prejudiciu orarului general deja stabilit. Solicitarea nu a fost acceptată.

- B. Pregătire proiect nou pentru finanțare prin programul Creative Europe (2021-2027) - Culture Sub-programme, Apelul « Support for European Cooperation Projects – Large scale project».
- Apelul a fost așteptat a se deschide în perioada noiembrie - decembrie 2020 (conform unei agende recurente din programul de finanțare 2014 – 2020). Lansarea programului de finanțare a fost amânată pentru 2021, pentru o dată încă necunoscută, ca o consecință a schimbărilor provocate de pandemia de coronavirus Covid-19.

Nume Proiect: 4 Wings

Acțiuni întreprinse : S-a demarat consultarea cu Unitatea de Management a Proiectului, biroul Europa Creativă din cadrul Ministerului Culturii. S-a trimis conceptul proiectului către UMP Europa Creativă spre o primă evaluare și s-a organizat o întâlnire pe Zoom pentru consultanță. S-au purtat discuții cu potențiali parteneri europeni (artiști, organizații și instituții de cultură) pentru construirea unui parteneriat de proiect.

Proiectul se află pe masa de lucru, în expectativă, urmărindu-se publicarea de către Comisia Europeană a oportunităților de finanțare pentru perioada 2021 – 2027.

#### **Prioritatea 4**

##### **„Festivalul Internațional George Enescu online”**

În perioada 18 martie-1 iulie 2020, pe [www.festivalenescu.ro](http://www.festivalenescu.ro) a avut loc un adevărat Festival Internațional George Enescu Online pentru a oferi oamenilor din întreaga lume acces gratuit la muzică clasică de calitate, în contextul crizei globale fără precedent generate de pandemia COVID-19. Festivalul Enescu este singurul eveniment de profil din lume care a oferit gratuit acces la arhiva sa iubitorilor de muzică clasică de pretutindeni, aflați în izolare și distanțare socială, printr-un program ales, de

rezistență, solidaritate și vindecare prin muzică. Au fost difuzate gratuit 29 de concerte în perioada stării de urgență și alertă în România.

Festivalul Enescu și-a adus astfel contribuția în lupta pe care umanitatea o duce împotriva noului coronavirus, urmând modelul marelui compozitor George Enescu, care s-a implicat în ajutorarea răniților din Primul Război Mondial, prin puterea vindecătoare a muzicii.

ARTEXIM, organizatorul Festivalului și Concursului Internațional George Enescu a obținut acordul de difuzare online a concertelor și a recitalurilor înregistrate în cadrul edițiilor din 2019 și, respectiv, 2018 ale celor două evenimente.

#### Obiective propuse și realizate:

- Difuzarea concertelor din ultima ediție a Festivalului;
- Planificarea difuzării concertelor pentru a atrage public nou, care nu a avut acces fizic la sălile de concert din 2019;
- Difuzarea lucrării speciale, opera *Moise și Aron* de Arnold Schönberg, și a spectacolelor de operă prezentate în ediția din 2019 care au dus la nominalizarea Festivalului Enescu de către 2020 International Opera Awards în top 5 evenimente de gen care promovează muzica de operă la nivel mondial: *Don Giovanni* (Mozart), *Missa Solemnis* (Beethoven), *Die Frau ohne Schatten* (Richard Strauss) și *Bluebeard's Castle* (Bartók).

#### Piloni strategici:

##### Funcțional:

- ✓ Realizare comunicate de presă pentru distribuirea în online și prezentarea concertelor difuzate;
- ✓ Prezentarea concertelor difuzate și a programului pe canalele online, Facebook, Instagram, Twitter;
- ✓ Publicarea pe website-ul Concursului a înregistrărilor;

#### E. REALIZĂRI

- ARTEXIM a urmărit modernizarea activității prin instruirea și perfecționarea personalului.
- ARTEXIM a îndeplinit toate obiectivele propuse pentru fiecare eveniment în parte.
- Colaborarea deschisă cu toate instituțiile statului și atitudinea proactivă în raport cu acestea și partenerii.

#### F. NEREALIZĂRI

- Insuficienta colaborare cu instituțiile direct subordonate Ministerului Culturii, acestea nefiind încă dispuse să colaboreze cu ARTEXIM, deși prin ordinul nr. 22 din 15 februarie 1992, ARTEXIM derulează acțiunile impresariale ale unităților din subordinea Ministerului.
- Nu se pot realiza contracte de exclusivitate cu artiști și formații de valoare, aceștia preferând să se autoimpresarieze decât să plătească un comision de organizare.
- Deși ARTEXIM s-a oferit pentru sprijin în organizarea unor evenimente muzicale sau a unor Festivaluri prin impresarierea unor artiști și formații de valoare din străinătate sau prin sprijinul logistic de care dispunem, instituțiile muzicale nu sunt interesate și preferă să lucreze pe cont propriu.
- Actuala lege a sponsorizării împiedică organizarea unor activități mai ample și interesante, activități cu costuri de producție mai ridicate, a căror finanțare nu poate fi acoperită decât prin sponsorizare.
- Imposibilitatea impresarierii interne a soliștilor și formațiilor - indiferent de gen - datorită costurilor ridicate de organizare și a imposibilității acoperirii solicitării financiare a participanților, care sunt satisfăcute de impresarii și agențiile particulare.

#### G. RESURSE

**Financiare** : conform bugetului de eveniment și bugetului general anual, având ca sursă bugetul de stat, prin intermediul Ministerului Culturii.

##### Umane:

- a) Personalul ARTEXIM (conform Organigrama)

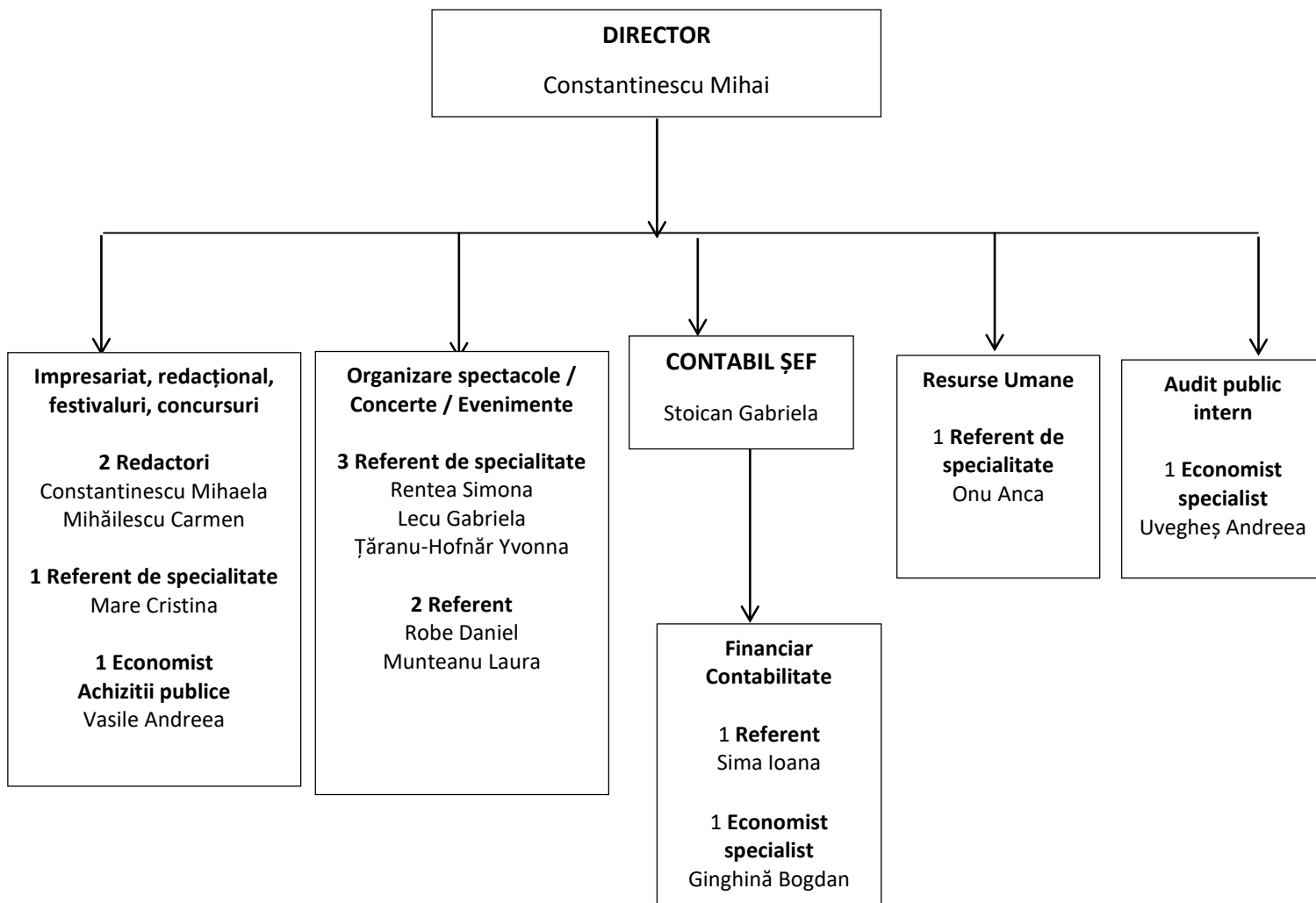
- b) Colaboratori (un numar fluctuant, în funcție de perioadă și intensitatea evenimentului – 5 persoane în prima fază a Concursului Internațional „George Enescu”)
- c) Parteneri

**Materiale:**

- a) Baza materială a ARTEXIM
- b) Parteneri

Rezultatele s-au obținut cu resursele avute la dispoziție.

**ORGANIGRAMA ARTEXIM**



Număr maxim de posturi: 23 - 15 posturi ocupate și 8 vacante