Str.Republicii 268, cod 731062

 Tel./fax:0235/421810-412813

 www.tvipopa.ro

 e-mail : tvipopa@yahoo.com

**Raportul de activitate privind modul de indeplinire a atributiilor specifice si hotararilor consiliului judetean pe parcursul anului 2019**

*Teatrul este o unealta complexa de exprimare directa si totala. Omul in carne si oase si limbajul sau dau de pe scena in sala, nu iluzie ci o stricta realitate, oricat i-ar muia contururile o lumina frumos topita si excelent echilibrata. E acolo ceva viu, de azi, care vorbeste cu mijloacele de azi, pentru mine OM de azi.*

*Il voi intelege si simti cu atat mai adanc cu cat ceea ce-mi arata e mai in masura puterilor, cunostintelor si durerilor mele.*

 *Victor Ion Popa*

Prezentul raport de activitate a fost elaborat pentru evaluarea managementului de către Consiliul Judeţean Vaslui denumit în continuare autoritatea, pentru Teatrul “Victor Ion Popa” din Barlad denumit în continuare instituţie, aflată în subordinea sa, în conformitate cu prevederile Ordonanţei de urgenţă a Guvernului nr. 189/2008 privind managementul instituţiilor publice de cultură, aprobată cu modificări şi completări prin Legea nr. 269/2009, cu modificările şi completările ulterioare, denumită în continuare ordonanţa de urgenţă, precum şi cu cele ale regulamentului de evaluare.

În conformitate cu prevederile contractului de management, datele şi informaţiile din prezentul raport sunt aferente perioadei: de la 1 ianuarie la 31 decembrie 2019.

**A. Evoluţia instituţiei în raport cu mediul în care îşi desfăşoară activitatea**

**1**. **colaborarea cu instituţii, organizaţii, grupuri informale care se adresează aceleiaşi comunităţi**

Teatrul a fost prezent la toate evenimentele culturale desfasurate in aceasta perioada: de la spectacolele festive dedicate Unirii Principatelor la spectacolele de 8 martie, de la Comemorarea la 2 iulie a lui Stefan Cel Mare, la “Zilele Culturale” ale Barladului, spectacole gratuite pentru copii cu ocazia Zilei de 1 iunie pana la spectacolele dedicate Marii Uniri de la 1 Decembrie, iar actorii si tehnicienii teatrului au fost implicati atat la Barlad cat si la Vaslui in sustinerea acestor manifestari. Continuam parteneriatul cu casa pensionarilor si suntem gazda diferitelor manifestari cum ar fi: Ziua Constientizarii, , spectacole “In memoriam”, concerte umanitare si caritabile, ore festive desfasurate in foaierul teatrului, si spectacole sustinute de toate liceele din Barlad.

Teatru este, in sfarsit, centrul manifestarilor culturale ale orasului si nu numai. Prin noile spatii pe care le pune la dispozitie, in primul rand foierul, teatrul a devenit atractiv nu numai ca institutie de spectacol, dar si ca loc de desfasurare la marea majoritate a evenimentelor care marcheaza viata culturala a urbei.

27 martie - **Ziua Mondială a** **Teatrului**.Este o sărbătoare de suflet şi spirit a creatorilor de teatru şi a celor cărora le este dedicată arta teatrului – spectatorilor. Cu acest prilej Teatrul “V.I.Popa” a prezentat spectacolul ,,Agnes dei”.

În parteneriat cu Inspectoratul Şcolar Judeţean Vaslui, în cadrul programului naţional Şcoala altfel au fost prezentate, în oraş şi în judeţ, spectacole din repertoriul teatrului:

În foyerul teatrului, au avut loc numeroase intalniri ale tuturor asociatiilor culturale din Barlad dar si numeroase lansari de carte.

 Evenimente social-culturale s-au desfasurat in parteneriat cu toate liceele din localitate.

Pe o suprafata geografica extinsa, Teatrul “V.I. Popa” este singura institutie de spectacol profesionista, productiile sale adresandu-se unui public numeros si, din pacate, atat de eterogen. Colaborarea noastra, in regim de parteneriate formale la nivel de permanenta, se desfasoara in termeni amiabili si de avantaj reciproc cu marea majoritate a scolilor si liceelor din oras.

In parteneriat cu Consiliul Judetean Vaslui, am participat la evenimentele judetene legate de Ziua Unirii, Comemorarea lui Stefan cel Mare si multe altele.

**2.** **analiza SWOT (analiza mediului intern şi extern, puncte tari, puncte slabe, oportunităţi, ameninţări);**

|  |  |
| --- | --- |
| **PUNCTE TARI** | **PUNCTE SLABE** |
| -repertoriu variat-oferta artistica acopera o gama larga din preferintele publicului: comedie, drama, teatru-dans, montari deopotriva clasice si modern.-unicitatea institutiei in peisajul cultural al judetului Vaslui- o cladire care ofera posibilitatea desfasurarii oricarei activitati artistice in cele mai bune conditii.-existent unui public fidel.-amplasarea teatrului in zona central a orasului,intensificarea eforturilor de crestere calitativa a serviciilor culturale.-extinderea colaborarilor, in scopul punerii in valoare a patrimoniului-cultural local, a productiilor cultural-artistice locale.-dezvoltarea preocuparilor pentru realizarea de retele informatice specializate, in vederea facilitarii accesului publicului la oferta de servicii culturale.- dezvoltarea parteneriatelor culturale, nationale si internationale.-imaginea buna a teatrului, a activitatii si a proiectelor sale in judet si in tara.- recunoasterea teatrului ca institutie performanta, prin invitarea trupei la diferite festivalui nationale si internationale.-cresterea vizibilitatii si renumelui institutiei.-existenta unui public fidel.-castigarea unui public nou din tanara generatie. | -puterea financiara redusa a institutiilor de cultura, cu impact asupra volumului activitatii desfasuratedinamica redusa a investitiilor in servicii cultural-artistice, slaba implicare a societatilor private in producerea si promovarea traditiilor culturale locale .-inexistenta unui cadru legal pentru motivarea angajatilor implicati, cu rezultate execeptionale.-posibilitati financiare reduse pentru atragerea de colaboratori.-o acuta lipsa de personal specializat ceea ce duce la un efort suplimentar si de multe ori insuficient a celor aflati deja in activitate. |
| **OPORTUNITATI** | **AMENINTARI** |
| -oportunitati de dezvoltare a schimburilor culturale.-disponibilitatea in vederea sprijinirii dezvoltarii sectorului cultural.-disponibilitatea autoritatilor publice locale pentru realizarea de proiecte in vederea atragerii de fonduri pentru segmental cultural-artistic.-posibilitatea gazduirii de evenimente culturale in spatiile cladirii.-posibilitatea punerii in valoare a promovarii orasului si judetului prin actul teatral. | -scaderea volumului investitiilor in cultura,avand ca urmare degradarea spatiilor, precum si scaderea calitatii productiilor cultural-artistice personal insuficient.-pericolul disparitiei unor profesii specific: butafor, peruchier,croitorie teatru, tamplarie,mecanica teatru, tapiterie teatru, regie tehnica, recuziter, sufleor, etc.-scaderea nivelului de trai al publicului spectator.-inexistenta de fonduri pentru festivaluri, colocvii, la nivel national.-interes scazut al mass-media pentru evenimente culturale cat si lipsa cronicarilor, cu o minima instruire in specialitate, la nivel local. |

**3. evolutia imaginii existente si masuri luate pentru imbunatatirea acestei.**

Toate proiecteleinstituţiei au fost promovate prin :

- tipărirea şi distribuirea de afişe pentru premierele teatrului

 -tipărirea şi distribuirea de afişe pentru spectacolele din repertoriul curent

 -tipărirea de caiete-program pentru premiere

 - spaţiile de afişaj au fost imbunatatite şi săptămânal au fost postate afişe conţinând informaţii despre producţii: titlul piesei, autorul, distribuţia, data şi locul de desfăşurare al spectacolului. Afisajul s-a facut în spaţiile special amenajate.

-conferinţe şi comunicate de presă

-la premierele care au avut loc în anul 2019 s-au organizat conferinţe de presă şi au fost trimise săptămânal informaţii despre spectacole sau evenimentele la care instituţia a participat

-instituţia a fost prezentă in presa locală scrisă şi audio – video prin interviurile acordate de manager , realizatorii spectacolelor si actori

 -site-ul instituţiei cuprinde detalii legate de: program, repertoriu, personal artistic, tehnic si administrativ, detalii tehnnice despre scenă si sală, comunicate de presă, anunţuri despre premiere , realizatorii spectacolelor, fotografii, dar şi referinţe critice.

-sunt in lucru spoturi video promoţionale pentru fiecare spectacol din repertoriu

-prin pagina web a instituţiei ( www.tvipopa.ro) se oferă vizitatorilor informaţii despre toate evenimentele teatrului .

-pagina de facebook a teatrului reprezintă o modalitate mai agresivă de promovare.

**3.măsuri luate pentru cunoaşterea categoriilor de beneficiari**

Seneca este primul care a spus că: *„lumea este o scenă, viaţa este un act; ai venit,ai vazut şi ai plecat”* şi mai apoi Shakespeare: „*Lumea-ntreagă e o scenă și toți oamenii-s actori*”.

 De la aceasta idee pornim când alegem publicul spectator pentru orice fel de producţie. Fiecare membru al marelui public are un rol important pentru buna desfăşurare a unui proiect, de orice natură ar fi acesta. Aplauzele şi uralele nu sunt de neglijat într-o producţie, acestea având rolul de a stimula atât actorii şi protagoniştii de pe scenă sau din studio, dar şi de a intensifica emoţiile spectatorilor şi ale telespectatorilor finali ai producţiei.

Publicul consumator al actului cultural constituie unul dintre stâlpii de susţinere a fiecărei instituţii culturale. Nu este vorba numai despre spectatori ci despre toate instituţiile şi persoanele care pot susţine Teatrul. Teatrele, atrag diverse categorii de public: populaţia locală, elevi, studenţi, spectatori individuali, familii cu copii, turişti şi alte categorii. Făcând o analiză a structurii şi provenienţei publicului, un teatru îşi poate schiţa o imagine a situaţiei sale actuale. Aşa cum nu există însă un spectator, respectiv un public în genere unic şi omogen ca structură, ci o suită stratificată de publicuri, la fel nu există nici un public general şi abstract al tuturor artelor. Interesul publicului pentru actul cultural se manifestă cu o intensitate graduală, într-o evoluţie permanentă, în funcţie de nivelul de educaţie.

Pentru a înţelege ceea ce doreşte publicul, raportat la categoriile de beneficiari ai actului cultural, se impune a se efectua în cadrul fiecărei stagiuni o serie de cercetări sociologice prin metodele clasice de analiză şi decizie utilizate de marketingul cultural. În cercetarea publicului spectator folosindu-se sondajul de opinie şi analiza statistică. Astfel, în vederea cunoaşterii categoriilor de beneficiari ai actului cultural sunt necesare sondajele şi anchetele sociologice ale căror rezultate constituie baza proiectelor de viitor.

Conducerea teatrului este pe deplin conştientă că realizarea acestui deziderat – identificarea spectatorilor în funcţie de vârstă, sex, venit, nivel educaţional, rezidenţă, se poate face prin contractarea unor sondaje de opinie pe eşantioane reprezentative, diferenţiate pe categorii socio-profesionale şi de vârstă. Acest proiect se va înscrie între priorităţile strategiei pe termen scurt şi termen lung a institutiei.

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

- *pe termen scurt*: intreaga strategie este construita pe apropierea institutiei teatrale de public si pe consolidarea increderii in evenimentul teatral barladean. Principalul obiectiv este constientizarea unei imagini dinamice si comunicative a teatrului, favorizand atragerea unui public activ, si, ocazional, care nu si-a creat un obicei inca din a veni la teatru.

- *pe termen lung*: am incercat o diversificare a proiectelor teatrale, si, implicit, a metodelor de promovare, pentru a aduce productiile noastre cat mai aproape de un virtual beneficiar. Astfel, se construieste, in timp, un public cu discernamant si reflexiv in fata noilor productii. Format ca un consumator avizat de cultura, publicul se constituie el insusi un promotor al imaginii teatrului, atragand dupa sine si alte segmente de nisa.

Observatia directa mai confirma faptul ca publicul este atras cu precadere de spectacole bine jucate, care pun in prim plan o poveste de viata cu final fericit si cu o latura comica accentuata.

Printre factorii care influenteaza cererea sunt: concurenta cu alte produse mai mult sau mai putin culturale, caracteristicile publicului si, pe ultimul loc, pretul.

In aceasta perioada, ne-am concentrat atentia spre licee si scoli generale, cu cea mai mare parte dintre ele avand parteneriete culturale, iar la sediu am organizat intalniri cu directorii acestora, pentru a discuta despre ceea ce ar dori sa vada sau sa afle despre Teatrul “V. I. Popa”. Am stat la dispozitia tuturor institutiilor, in masura posibilitatilor, pentru organizarea de evenimente artistice in sala si foayerul teatrului. În cadrul saptamanii "Scoala altfel”, am marit numarul de vizite ale grupurilor de elevi in teatru si am oferit spectacole la solicitarile institutiilor de invatamant.

**5. grupurile-ţintă ale activităţilor instituţiei**

Pe termen scurt, beneficiarul-ţintă al activităţilor Teatrului “V.I.Popa” îl constituie toate categoriile de public, pentru care este necesară montarea unor spectacole foarte diferite ca gen, dar fără nici un fel de rabat la calitate şi la bunul gust. Se are în vedere cultivarea şi educarea permanentă a publicului prin realizarea unor spectacole de ţinută, pe texte remarcabile ale dramaturgiei româneşti şi universale, clasice şi contemporane, semnate de nume importante ale regiei româneşti. De asemenea, este necesară facilitarea accesului la spectacole a categoriilor defavorizate (pensionari, şomeri, persoane cu dizabilităţi etc.) şi trezirea interesului acestor categorii pentru arta scenică.

Propunerile de activități ale teatrului barladean, trebuie să aibe în vedere necesitățile culturale ale publicului spectator, la care se adăugă componenta educațională a acestora. Astfel, un prim segment de public-ţintă este publicul tânăr, de vârstă preşcolară şi şcolară (grupele de vârstă 5-7 ani, 8-12 ani, 12-14 ani); public tânăr şi familii (14-18 ani, 18-24 ani şi peste 24 ani); adulţi activi – vârstnici (pensionari). Aceştia pot participat la programele de educaţie organizate de şcolile partenere (Şcoala altfel; Ziua Internaţională a Copilului, Ziua Europei, etc.) spectacole pentru copii, spectacole de teatru contemporan producţii proprii, spectacole invitate şi alte evenimente culturale (concerte, expoziţii, etc.).

De asemenea, un alt segment al publicului ţintă este cel cu vârste cuprinse între 30-50 ani şi este reprezentat de persoane care locuiesc în municipiul Barlad şi în împrejurimi, cu venituri medii sau peste mediu, studii superioare sau liceale. Acestora le place să vizioneze spectacolele de noutate, în această categorie intrând si spectacolele producţii proprii, să asculte muzică şi să participe la evenimente culturale. Acest tip de public are drept valoare principală respectul faţă de tradiţie şi care pune accent pe calitatea actului artistic, fiind categoria cu cel mai mare potenţial de dezvoltare socială şi cu cea mai semnificativă putere economică.

Pe termen mediu este evident faptul că descoperirea şi promovarea unor artişti valoroşi poate atrage şi fideliza publicul unui teatru. În acest sens, trebuie elaborată o strategie care să conducă la câștigarea prestigiului de care teatrul ar trebui sa se bucure dar şi recunoașterea naţională a acestei instituţii.

Teatrul va trebui să rămână consecvent în ceea ce priveşte organizarea de doua ori pe saptamână a unor spectacole producţii proprii. Simultan, teatrul este preocupat şi de atragerea publicului foarte tânăr. Aceasta prin repertoriu potrivit vârstei, dar şi prin soluţii teatrale captivante. Atât pe termen scurt - cât şi pe termen mediu - categoriile de public avute în vedere rămân cam aceleaşi - tinerii şi vârstnici - la cele două extreme - publicul matur - la mijloc, cu fluctuaţii foarte bine controlate în funcţie de evenimentele din comunitate. În vederea atragerii şi a altor categorii de beneficiari, teatrul va avea în vedere ca, pe lângă oferta teatrală propriu-zisă, să adauge şi alte componente ale vieţii culturale. Analizând datele statistice cu privire la spectatorii care au participat la spectacolele şi evenimentele culturale organizate de Teatrul “V.I.Popa”, se poate realiza o distincţie între mai multe categorii de spectatori, cu trăsăturile lor specifice:

* Spectatorul local individual vine cu regularitate la teatru pentru a vedea noile spectacole produse de teatru (public captiv). Acest spectator poate să aducă şi invitaţi care se pot transforma în spectatori fideli.
* Familiile cu copii vin în grupuri de câte 2-6 persoane, şi au vârste diferite. Familiile preferă destinderea într-o ambianţă plăcută, un spectacol pentru copii sau un eveniment cultural care aduce acumularea de cunoştinţe pentru copii.
* Şcolarii vin în grupuri conduşi de cadre didactice.
* Persoanele în vârstă caută relaxarea şi petrecerea plăcută a timpului liber în compania altor persoane de vârstă apropiată.

Oferta manageriala a cautat imbunatatirea situatiei existente si a incercat sa formuleze obiective realiste pe baza unei analize efective si prin armonizarea nevoilor proprii institutiei cu alocatia bugetara. Beneficiarii programului se disting, în mare parte, în trei mari categorii: copiii, tinerii (18-35 de ani) şi adulţii (35-60 de ani.) Activitatea unei institutii de spectacol trebuie sa tina cont primordial de orizontul de asteptare al publicului spectator care este, prin excelenta, eterogen. Asa ca, aceasta activitate trebuie subordonata dezideratelor segmentelor de public, atat de diferite ca varsta, educatie, instruire, care intra in sala de spectacol. Pentru cunoastera acestora, secretariatul literar desfasoara o activitate sustinuta.

 Pe termen scurt, publicul vizat de teatrul nostru il reprezinta publicul activ, cu varsta cuprinsa intre 25-55 de ani, cu un venit mediu peste medie, interesat de fenomenul cultural si teatrul romanesc. Vizam, de asemenea, publicul cu studii medii si superioare, cu varsta de peste 55 de ani, precum si persoanele defavorizate.

Pe termen lung, dorim să atragem publicul de toate varstele, cu accent pe reprezentanţii generaţilor tinere (elevii între 14-18 ani), actuali sau viitori angajati, un public aflat in plina formare, pe publicul activ, consumator de teatru, cu studii medii sau superioare, precum şi segmentul, destul de important, de pensionari. În acest sens, continuam colaborarea cu Casa de Ajutor Reciproc a Pensionarilor “Elena Cuza” din Barlad, pentru un numar de 6 spectacole pe stagiune pentru cei de varsta a treia. Dorim sa extindem aria de beneficiari si catre persoanele din afara Barladului, prin prezentarea spectacolelor noastre si in celelalte localitati ale judetului, acolo unde sunt conditii, dar si in judetele limitrofe.

**Beneficiarul-ţintă al programelor:**

Pornind de la afirmaţia lui Bertolt Brecht, care spunea că “*Nu numai arta actorului trebuie învăţată, ci şi arta de a fi spectator*”, putem spune că aceasta este valabilă nu numai pentru publicul de teatru dar şi pentru orice public de artă. Orice operă nu-şi dezvăluie mesajul oricui şi la prima vedere. Nu este suficient să adunăm un grup de oameni într-o sală de spectacol, de concert sau de expoziţie şi să-i plasăm cu faţa la scenă sau la tablou pentru ca ei să -ti devină, automat, public. Dialogul real al publicului cu arta nu se poate înfiripa dacă receptorii nu dispun de premisele educaţionale necesare decodificării mesajului artistic al operei. De aceea pentru Teatru este necesar să găsească metode noi de eficientizare a comunicării cu publicul spectator şi metode noi de procesare şi de înţelegere a actului cultural contemporan, direcţionate către categoriile de public abordate. Studierea publicului, mai exact a dorinţelor şi aşteptărilor acelora care consumă cultură, nu a fost până de mult, o temă de reflexie pentru instituţiile culturale. Tendinţa de a comunica cu spectatorul a apărut odată cu conştientizarea necesităţii unui dialog cu privire la eficienţa economică a activităţii culturale, în strânsă corelaţie cu identificarea, anticiparea şi satisfacerea cerinţelor consumatorilor, în mod profitabil. În acest sens marketingul cultural răspunde, prin activităţile sale, la întrebările privind dorinţele şi interesele unor grupuri ţintă, dezvăluind soluţiile pentru îmbunătăţirea activităţii şi eficientizarea Teatrului. Pentru a ajunge la înţelegerea dorinţelor publicului, teatrul deschide o serie de dialoguri structurate ştiinţific, prin metodele clasice de analiză şi decizie utilizate de marketingul cultural. În cercetarea publicului spectator sunt utilizate două metode de analiză: sondajul de opinie şi analiza statistică. Pe baza rezultatelor acestor activităţi se realizează proiectele şi programele culturale în acord cu preferinţele vizitatorilor

Publicul Teatrului din Barlad este împărţit în categorii foarte distincte, determinate în bună parte de specificul repertoriului existent în ultima perioadă: copii între 6 şi 14 ani, tineri intre 14-18 ani, public tânăr între 18-35 de ani şi adulţi peste 45 de ani. Sectorul cel mai delicat este cel al tinerilor intre14-18 ani care evita teatrul și acceptă doar spectacolele stand-up comedy. În acest sens se fac eforturi prin sesiuni de discuții și deplasări ale artistilor în licee și colegii.

Copiii provin preponderent din municipiul Barlad şi împrejurimi, din familii cu venituri medii şi mari cu studii liceale sau superioare şi sunt în majoritate familiarizaţi cu domeniul cultural prin participarea la diferite evenimente culturale.

Categoria publicului adult poate fi împărţită în două segmente mai restrânse, în funcţie de frecvenţa participării la evenimentele organizate de Teatru. Există astfel un public fidel, familiarizat cu specificul genului de spectacol teatral, constant şi conservator, care urmăreşte viaţa culturală în toate aspectele ei, un public specializat, cu simţ critic, care poate face distincţia între genul de spectacol. Un al doilea segment este publicul întâmplător, cu studii medii şi superioare, pentru care un spectacol de teatru este o modalitate de divertisment, o ocazie de relaxare după o zi de muncă şi care poate fi uşor înlocuit cu orice alt tip de divertisment, de la film la operă.

Odată cu diversificarea repertoriului în cursul anului 2018, au fost diversificate şi categoriile de public cărora se adresează instituţia. Astfel, diferitele tipuri de spectacole au în prezent diferite tipuri de spectatori, ceea ce înseamnă în mod automat şi o structurare a comunicării adaptată pentru fiecare categorie de public. Profilul actual al spectatorului teatrului, este definit prin prisma stilului de viaţă activ (persoane cu o viaţă socială bogată), care se încadrează în categoria de vârstă cuprinsă între 16 şi 50 de ani, cu venituri medii sau peste medie, în căutarea unei modalităţi plăcute de petrecere a timpului liber. Portretul beneficiarului se schimbă permanent, de aceea este nevoie de o analiză permanentă a publicului.

Beneficiarul ţintă al activităţilor instituţiei este, în primul rând, spectatorul plătitor de bilet, de toate categoriile de vârstă şi de diverse preocupări socio-culturale.

Consumatorul de artă teatrală a dobândit o calitatea de sinteză foarte mare, lucru care este determinant în alegerea viitoarelor proiecte artistice şi asta pentru că în acest secol al vitezei, oamenii au inceput să funcţioneze, fizic dar şi mental, mult mai rapid decât o faceau acum 30 de ani. Este necesară deci upgradarea conceptului de spectacol, concept care trebuie grefat pe acest nou tip de spectator care înţelege mai repede, gândeşte mai repede şi care procesează mai repede datele audio-vizuale pe care le primeşte.

Pe termen scurt dorim să lărgim segmentele de spectatori deja existente formate din public tanar si foarte tanar (14 – 25 de ani), publicul matur, deja avizat si cu optiuni clare privind actul teatral precum si publicul fidel (cu varste peste 60 de ani), cunoscator al traditiei teatrale din Barlad.

Pe termen lung dorim să atragem în mai mare măsură reprezentanţii generaţiei foarte tinere (elevii între 14-18 ani ), un segment pentru care productiile specifice pe problematica varstei si preocuparilor acestora sunt putin acoperite de dramaturgia actuala.

Un punct de interes il constituie atragerea publicului matur (25-60 de ani), care, fiind invadat de activităţile cotidiene, isi rezervă foarte puţin timp pentru delectarea intr-o sală de spectacol, continuarea tradiţiei prin spectacole clasice din dramaturgia universală si românească, având ca public ţintă publicul de peste 60 de ani.

Numărul spectatorilor este în continuă creştere, datorită calitaţii şi diversităţii programului repertorial al teatrului.

 Teatrul “V.I.Popa” are o mare adresabilitate, un segment important al publicului este segmentul central de vârstă al societăţii, fiind vorba despre un spectator informat, implicat dinamic, cu opţiuni estetice diferite, in general, cu studii superioare. Din această categorie se detaşează publicul adult, cu opţiuni orientate către spectacolul clasic, cu un orizont de aşteptare in care prevalează tradiţia. Un segment câştigat in ultimii ani, din ce in ce mai mult, este cel tânăr si foarte tânăr, deschis unor spectacole novatoare, dar şi clasic.

Beneficiarul actual al serviciilor oferite de Teatrul barladean nu poate fi încadrat într-un anumit tipar, aspect care nu ne îngrijorează, ci, dimpotrivă, ne bucură, pentru că încercăm să ne asigurăm un public fidel din diverse categorii sociale: intelectuali, elevi, studenţi, pensionari, etc. Acest lucru se datorează repertoriului foarte variat al teatrului.

Beneficiarii proiectelor teatrului sunt din toate categoriile de vărstă, ponderea lor diferă în funcţie de genul şi caracterul spectacolelor. Studenţii şi intelectualii tineri aşteaptă de la programele teatrului atât relaxare cât şi provocare intelectuală. Spectatorii de vârstă matură preferă dramele din literatura clasică şi contemporană şi comediile.

Îmbucurător este faptul că se înregistrează o creştere semnificativă a numărului spectatorilor tineri (elevi, studenţi).

**B. Evoluţia profesională a instituţiei şi propuneri privind îmbunătăţirea acesteia:**

1. **adecvarea activităţii profesionale a instituţiei la politicile culturale la nivel naţional şi la strategia culturală a autorităţii.**

 Interesul arătat de cetăţeni ne încurajează şi putem spune că avem deja publicul nostru, chiar dacă nu este foarte numeros câştigăm teren cu fiecare reprezentaţie dată, dând posibilitatea de a veni la teatru, tuturor categoriilor sociale, elevi, studenţi, pensionari şi persoanelor active – fapt ce evidenţiază echitatea şi echidistanţa în managerierea instituţiei.

Teatrul “V.I.Popa” işi propune pentru următoarea perioadă să-şi consolideze şi să-şi pună mai bine in valoare locul pe care-l ocupa in viaţa cultural-artistică a judeţului, a ţării, dar şi pe plan european. Orice teatru are nevoie să-şi definească identitatea în peisajul spiritual în care îşi desfăşoară activitatea.

Programele gandite pentru aceasta perioada au avut in centru textul, povestea, calitatea rolurilor pe care le ofera trupei si noutatea si s-au axat pe trei mari directii:

1. nou si contemporan;

2. recunoscute international;

3. o interpretare moderna a unui text clasic.

Fiecare bun cultural este unic, diferit de altele, cu o valoare de piaţă dată de semnătura unui autor sau de prestigiul unui teatru, fără ca aceasta să confere o garanţie de succes.

Infiinţarea unei bănci electronice de texte de teatru, atât din repertoriul universal, cât şi românesc, de la tragediile greceşti, până la teatrul absurdului al lui Eugen Ionesco „spre un teatru sărac” al lui Grotowski, sau „spaţiul gol” de Peter Brook şi terminând cu teatrul post-dramatic ultimul din panoplia de genuri, a fost foarte benefica.

Programele includ productii care au ca punct comun racordarea tematicii abordate de texte, la lumea contemporana dar si:

- adaugarea la repertoriul curent a cel putin 4 premiere pe stagiune;

- realizarea unor piese cu un buget redus, care necesita cheltuieli mici pentru decor, costume si drepturi de autor;

- deplasari si turnee cu cele mai reprezentative spectacole ale teatrului;

- o prezenta cat mai consistenta la manifestarile nationale (festivaluri, colocvii etc.)

**Proiecte in cadrul programelor**

Potrivit obiectului de activitate, competenţelor şi structurii sale de organizare, Teatrul V.I.Popa urmăreşte şi asigură:

1. organizarea şi susţinerea spectacolelor de teatru proprii sau în colaborare cu alte autorităţi şi instiuţii, destinate tuturor categoriilor de spectatori;

2. prezentarea de spectacole de teatru la sediu, în judeţ, în ţară şi în străinatate;

3. promovarea valorilor consacrate ale literaturii româneşti şi universale, clasice şi contemporane;

4. promovarea pieselor şi textelor de teatru reprezentative ale dramaturgiei române şi universale, clasice şi contemporane;

5. asigurarea activităţii de impresariat pentru propriile producţii artistice, atât la sediul, cât şi în turnee şi deplasări;

6. stimularea inovaţiei şi creaţiei dramaturgice şi spectacologice;

7. sprijinirea proiectelor cultural artistice iniţiate de cadre didactice, elevi, companii teatrale, formaţii artistice sau alte instituţii din ţară şi din strainătate;

8. realizarea de programe în parteneriat cu instituţiile de specialitate din ţara şi din străinatate, persoane juridice de drept public sau privat;

9. cultivarea valorilor şi a autenticităţilor creaţiei artistice în toate domeniile: teatru, muzică, film, arte vizuale, etc;

10. realizarea articolelor şi obiectelor specifice în vederea promovării imaginii instituţiei şi obţinerea de venituri proprii;

11. realizarea parteneriatelor cu asociaţii, fundaţii, persoane fizice autorizate şi persoane juridice, care au competenţe şi obiect de activitate în domeniul producţiei şi organizării de spectacole, de impresariat artistic, diverse companii de spectacole sau concerte care desfăşoară şi organizează evenimente culturale în săli de spectacole, aer liber, stradal, sau din alte locaţii din judeţ, ţară sau străinătate;

12. realizarea parteneriatelor cu persoane fizice autorizate şi persoane juridice, care au competenţe şi obiect de activitate în domeniul organizării de spectacole, de impresariat artistic, diverse companii de spectacole sau concerte, în limita bugetelor alocate pentru diverse acţiuni culturale, spectacole, concerte sau alte evenimente cuprinse în programul de acţiuni şi activităţi din stagiunile anuale ale instituţiei; - asigură asistenţă şi coordonare în parteneriatele încheiate cu persoane fizice sau juridice abilitate, instituţii şi companii de spectacole sau concerte pentru realizarea producţiilor artistice proprii;

13. închirierea spaţiilor publice ale instituţiei în condiţiile legii, în vederea obţinerii de venituri extrabugetare;

14. punerea la dispoziţie cu titlu gratuit a spaţiilor pentru desfăşurarea parteneriatelor care au ca specific educaţia copiilor şi tinerilor prin artă ( seminarii, colocvii, cenacluri literare, spectacole), precum şi pentru diverse activităţi culturale sau evenimente.

In anul 2019, teatrul a realizat, asa cum si-a propus, 4 premiere, au fost necesare 1 refacere din motive de descompletare a distributiei si s-au prezentat 94 reprezentatii din care 68 la sediu si 26 in deplasare pentru un numar de 183790 de spectatori platitori la care se adauga aproximativ 1 400 de spectatori prezenti in cadrul celor 6 spectacole de protocol sau invitati la reprezentatiiile noastre.

Teatrul si şcoala au o misiune comună: dezvoltarea personalităţii, cultivarea valorilor morale si spirituale, in perspectiva formării unei personalităţi umane ancorate la repere culturale si istorice bine determinate.

Teatrul, in educaţie, dezvolta participarea tinerilor la construcţia unei societăti, in care implicarea individuală si colectivă constituie o formă democratică de acţiune şi schimbare. Introducerea opţională a teatrului în programa şcolară poate reforma fundamental sistemul de învaţamant din Romania, poate crea personalităţi care reflectează critic la societatea din care fac parte, copii si tineri care se simt mult mai implicaţi să intervină şi să schimbe mentalităţile din jurul lor, care stiu să comunice, să asculte si să răspundă, constienţi de valoarea mesajului lor si de sensul profund al intrebărilor lor.

Unele dintre obiectivele proiectului de management pot raspunde si in anumite situatii chiar au raspuns si evenimentelor propuse de Primaria Municipiului Barlad

**2. concluzii:**

Pe intreaga perioada, a fost un repertoriu echilibrat, urmarind cele trei mari programe si, in acelasi timp, satisfacerea cerintelor publicului spectator.

- nou si contemporan;

- recunoscute international ;

- o interpretare moderna a unui text clasic .

Programele includ productii care au ca punct comun racordarea tematicii abordate de texte, la lumea contemporana. Aceste spectacole au fost realizate de regizori cu experienta, precum si de regizori tineri.

Obiectul principal al activităţii instituţiei se adresează direct şi absolut beneficiarului (publicul spectator).

**2.1. reformularea mesajului, după caz;**

Principalele direcţii de dezvoltare ale teatrului barladean sunt:

**Organizarea comunicării**

Constituirea unei baze de date actualizate cu publicaţii scrise/online, posturi de radio/tv, instituţii culturale, posibili parteneri, dar şi cu spectatori, mass media şi potenţiali parteneri strategici sau comerciali;

Organizarea şi actualizarea arhivei teatrului - actualizarea arhivei foto şi video şi organizarea dosarelor de evenimente şi a dosarelor de presă;

**Informare regulate**

informarea periodică a partenerilor şi partenerilor media şi a potenţialilor parteneri despre activitatea teatrului şi realizarea unui decont de imagine;

informarea în permanenţă a publicului prin actualizarea site-ului instituţiei;

actualizarea constantă a conturilor facebook pentru informarea persoanelor care folosesc în mod frecvent platformele de socializare prin portaluri on-line, prin linkuri inter-instituţionale;

**Relaţia cu presa**

* creşterea numărului de parteneri media şi a calităţii parteneriatelor;
* organizarea de conferinţe de presă cu ocazia premierelor şi evenimentelor;
* informare regulată cu privire la activitatea instituţiei prin transmiterea de machete de presă, articole sau interviuri;

**Comunicare online**

* îmbunătăţirea imaginii şi a structurii site-ului teatrului pentru a facilita modalităţile de obţinerea a informaţiilor;
* actualizarea în permanenţă a conturilor facebook, oferind posibilitatea unui feedback sporit din partea publicului şi o identificare mai exactă a profilului spectatorului actual (Facebook);

**Promovare prin evenimente**

-organizarea de evenimente pentru public cu scopul apropierii acestora de artiştii şi activitatea Teatrului

-prezentarea de spectacole de teatru la sediu, în judeţ, în ţară şi în străinatate; promovarea valorilor consacrate ale literaturii româneşti şi universale, clasice şi contemporane;

-promovarea pieselor şi textelor de teatru reprezentative ale dramaturgiei române şi universale, clasice şi contemporane;

 -asigurarea activităţii de impresariat pentru propriile producţii artistice, atât la sediul, cât şi în turne şi deplasări.

In activitatea sa , teatrul se conduce dupa urmatoarele principii:

- *principiul autonomiei culturii si artei* – asigura crearea conditiilor materiale, morale si autentice necesare pentru libera manifestare a valorii, fara referinte ideologico-politice sau mercantile comerciale;

- *principiul libertatii de creatie* – protejeaza libertatea de creatie si expresie, vegheaza ca orice creator sa aiba libertatea deplina in alegerea mijloacelor de expresie in transmiterea mesajului artistic, pentru care poarta principala raspundere;

- *principiul primordialitatii valorii* – asigura selectia repertoriala pe baza valorii estetice, inlesnind afirmarea talentelor autentice, inscrierea in circuitul national a operelor si realizarilor artistice de certa valoare;

- *principiul sansei egale de acces la cultura* – ofera posibilitatea afirmarii tuturor angajatilor implicati in programul cultural, indiferent de optiunea religioasa, apartenenta politica, nationalitate, sex si varsta;

- principiul identitatii culturale nationale –teatrul stimuleaza difuzarea, in regiune si in tara, a spectacolelor in care se afirma valori spiritual.

*- principiul identitatii culturale nationale* – teatrul stimuleaza difuzarea, in regiune si in tara, a spectacolelor in care se afirma valori spirituale romanesti si faciliteaza, in plan national, circulatia celor universale.

**3. analiza principalelor direcţii de acţiune întreprinse**

**Proiectele proprii** realizate în cadrul programelor la sediul instituţiei :

* **02 februarie- 2019, “Autorul”** de Radu Herjeu

Regia: Bogdan Husanu, scenografia: Sandu Maftei

* **02 martie-2019, “Agnes Dei”** de John Pielmeier

Regia:Dorin Mihailescu, Scenografia: Sandu Maftei

* **11 mai-2019, “Unchiul Vanea”**de A.P.Cehov

Regia: Stefan Alexiu, Scenografia: Sandu Maftei

* **05 octombrie-2019, “Orchestra Titanic”** de Hristo Boicev

Regia: Bogdan Husanu, Scenografia: Sandu Maftei

Fiind prin excelenţă un teatru de repertoriu , instituţia a prezentat , in 2019 alături de cele 4 premiere , un număr de alte 7 titluri:

“Plicul” de Liviu Rebreanu

“Efectul razelor gamma asupra anemonelor” de Paul Zindel

“Pacea cu zmeii” de Valeriu Butulescu

“Jocul de-a vacanta”de M. Sebastian

“Fata babei si fata mosneagului” dupa Ion Creanga

“Tache, Ianche si Cadar” de V.I.Popa

“O noapte furtunoasa” de I. L. Caragiale

Spectacolele au fost prezentate atât în cadrul stagiunii curente, la sediul instituţiei, în judeţ, cât şi în afara judeţului .

**C**. **Organizarea, funcţionarea instituţiei şi propuneri de restructurare şi/sau de reorganizare, pentru mai buna funcţionare, după caz:**

**1. măsuri de organizare internă**

Ca măsuri de reglementare internă menționăm:

-actualizarea procedurilor operaționale privind controlul managerial intern conform OSGG nr. 400/2015 pentru aprobarea codului controlului intern/managerial al entităților publice. Au fost definite obiectivele determinante legate de scopurile teatrului, precum și cele complementare, legate de fiabilitatea informațiilor, confomitatea cu legile, regulamentele interne și comunicarea obiectivelor definite tuturor salariațiilor

-au fost revizuite elementele ce constituie site-ul oficial al instituției, si se lucreaza la constituirea unui nou site, datele fiind actualizate periodic pentru a pune la dispoziția cetățenilor cât mai multe informații referitoare la activitățile și evenimentele ce se organizează în cadrul Teatrului.

În exercitarea atribuțiilor sale, managerul instituției, în anul 2019 a emis decizii. În principal, ca urmare a modificărilor legislative intervenite în domeniul financiar și resurse umane, au fost emise decizii care au vizat: angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor din bugetul de venituri și cheltuieli al teatrului “V.I.Popa”; organizarea controlului financiar preventiv propriu și exercitarea controlului financiar preventiv propriu la nivelul teatrului;

Prin Hotărârea Consiliului Judeţean Vaslui nr. 14/2018 a fost aprobat Bugetul de venituri şi cheltuieli , organigrama si statul de funcţii pe anul 20119:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| TOTALPERSONAL | PERSONAL CONDUCERE | PERSONALEXECUTIE |
| 65 | 4 | 61 |

|  |
| --- |
| **CONSILIUL JUDETEAN VASLUI** |

|  |
| --- |
| **TEATRUL “V.I.POPA” BARLAD** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| CONSILIUL ADMINISTRATIV |   | CONSILIUL ARTISTIC |

|  |
| --- |
| **DIRECTOR-** **MANAGER** |

|  |
| --- |
| CONTABIL SEF |

|  |
| --- |
| COMPARTIMEN T ARTISTICactori, regizori, scenografsecretar literar |
| 23 |
| 1 |
| 22 |

|  |
| --- |
| CONSILIER JURIDICACHIZITII PUBLICE |
| 1 |
| - |
| 1 |

|  |
| --- |
| COMPARTIMENTPRODUCTIEpersonal scenapersonal ateliere |
| 28 |
| - |
|  28 |

|  |
| --- |
| SERVICIUL FINANCIAR CONTABIL SI ADMINISTRATIV |
| 13 |
| 3 |
| 10 |

Cu toate ca a fost suplimentat numărul de posturi, in continuare numărul de personal este insuficient pentru funcţionarea în condiţii normale a instituţiei, astfel că au fost incheiate contracte potrivit prevederilor legale privind dreptul de autor şi drepturile conexe sau reglementate de Codul civil.

Este imperios necesară existenţa unui compartiment de marketing PR pentru o promovare eficientă si in concordanţă cu timpurile actuale. In acest sens, de asemenea, sunt necesare posturi noi.

In anul 2019 voi iniţia reorganizarea organigramei şi a statului de funcţii, precum si updatarea ROF - ului , ROI – ului si a fişelor de post ale angajaţilor pentru o mai precisa fixare a atributiilor ce revin fiecarui angajat.

1. **propuneri privind modificarea reglementărilor interne**

În perioada raportată, propunerile privind modificarea unor reglementări interne au fost analizate, după caz, în organismele colegiale ale instituției, respectiv Consiliul Administrativ și Consiliul Artistic fiind aprobate prin hotărârile emise de către acestea. Modificarea unor reglementări interne a intervenit și ca urmare a modificării actelor normative ce reglementează domeniul de activitate al instituției.

Teatrul “V.I.Popa” din Barlad funcţionează potrivit OG 21/2007 privind instituţiile de spectacole sau concerte, precum şi desfăşurarea activităţii de impresariat artistic, Regulamentului intern întocmit în temeiul art. 257 din Legea 53/2003– Codul muncii cu modificările şi completările ulterioare şi a Regulamentului de organizare şi funcţionare .

În anul 2018 au fost luate măsuri de reglementare internă , cum ar fi :

• decizie privind ridicarea de numerar din casieria instituţiei;

• decizie inventariere anuală a patrimoniului ;

• decizii privind Norme pentru Securitatea şi Sănătatea în Muncă

• decizii pentru numirea unor comisii de receptive;

• decizie privind preţul de vânzare al biletelor de spectacole;

• decizie privind evaluarea performanţelor profesionale individuale ;

• decizie privind concediul de odihna ;

• decizie actualizare garantii material;

• decizii privind angajarea personalului;

• decizie privind interzicerea fumatului in institutie ;

• decizii privind participarea la manifestari culturale ;

• decizii privind organizarea unor manifestari culturale ;

• decizii privind sanctionarea unor angajati pentru abateri disciplinare.

**2.sinteza activităţii organismelor colegiale de conducere**

 În cadrul Teatrului din Barlad managerul este asistat in activitatea sa de :

 Consiliul de Administratie

 Consiliul Artistic

 Consiliul de Administratie s-a întrunit în cursul anului 2019, pentru a dezbate probleme legate de :

 - rapoartele anuale de activitate ale instituţiei şi programele minime prezentate spre aprobare Consiliului Judeţean;

 -programele de activitate ale instituţiei, hotărând direcţiile de dezvoltare ale acesteia;

 -programele de activitate ale instituţiei, hotărând direcţiile de dezvoltare ale acesteia;

 -bugetul de cheltuieli ale manifestărilor artistice organizate de către instituţie;

 - montarea unor spectacole ;

 -preţul de vânzare al biletelor de spectacole;

 -probleme administrative ;

 -reparatii;

 -codul etic al instituţiei ;

 -comisia de control managerial;

 -organizarea unor manifestări cultural – artistice ;

 - propuneri parteneriate artistice;

 -proiecte europene;

 -investiţii .

În anul 2019 Consiliul Artistic ca organ de specialitate, cu rol consultativ, în ceea ce priveşte alcătuirea repertoriului, structura proiectelor şi programelor, strategia artistică a Teatrului. s-a întrunit pentru a discuta probleme legate de :

* repertoriu;
* reluări ale spectacolelor;
* înlocuiri ale unor artişti din distribuţie;
* invitarea unor regizori .
1. **dinamica şi evoluţia resurselor umane ale instituţiei (fluctuaţie, cursuri, evaluare, promovare, motivare/sancţionare);**

Sintetizând informaţiile furnizate de organigrama Teatrului V.I,Popa, împreună cu cele din statul de funcţii, se poate constata lipsa personalului de specialitate.

Instituţia funcţionează fără acoperire cu personal de specialitate, întâmpină greutăţi în stabilirea unor activităţi a căror realizare este obligatorie şi care derivă din obiectivele generale, cum ar fi în domeniul resurse umane, marketing, scenotehnica.

În situaţia modificării şi completării structurii organizatorice, în mod corespunzător se va modifica Regulamentul de organizare şi funcţionare prin stabilirea activităţilor şi a sarcinilor ce trebuie realizate de către fiecare angajat.

Luând în considerare regulile importante care stau la baza formării unei structuri organizatorice eficiente se vor avea în vedere următoarele:

-urmărirea raportului şi a interdependenţei unitare de comandă/decizie şi acţiune (evitarea dublei subordonări);

-urmărirea apropierii managementului de execuţie;

-interdependenţa între compartimente şi între angajaţi;

-definirea armonizată a obiectivelor, responsabilităţilor, competenţelor şi atribuţiilor aferente posturilor şi funcţiilor (fişele posturilor);

-evitarea suprapunerilor de sarcini;

-alegerea variantei optime dintre mai multe variante posibile;

-evaluarea personalului din instituţie;

-promovarea personalului din instituţie;

Aplicând un astfel de mod de lucru, instituţia va funcţiona pentru realizarea obiectivelor determinate, prin utilizarea pe criterii de eficacitate în scopul implementării proiectului de management.

Evaluarea performanţelor profesionale individuale s-a facut conform legislaţiei în vigoare, prin compararea gradului de îndeplinire a obiectivelor şi criteriilor de evaluare stabilite , cu rezultatele obţinute în mod efectiv. În cursul anului 2017 a fost efectuată o promovare şi nu au fost făcute premieri .

**Evoluția personalului pentru anul 2019**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr.****Crt.** | **Nume si****prenume** | **Promovări****(decizia, data, postul promovat)** | **Angajări****(decizia, data, postul ocupat)** | **Sancțiuni****(decizia, motivul sanctiunii)** | **Plecări/Suspendari****(decizia, data, postul)** |
| **1.** | Scutaru Constantin-Catalin |   | Decizia nr.76/31.10.2019Regizor tehnic |  |  |
| **2.** | Timboi Mihai |  |  | Deciza nr.63/ 07.06.2019Reducerea salariului cu 10% pe o luna |  |
| **3.** | Talasman Dan |  |  | Deciza nr.80/ 19.12.2019Avertisment |  |

4.**măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului instituţiei, îmbunătăţiri/refuncţionalizări ale spaţiilor;**

În baza prevederilor Legii administraţiei publice locale nr.215/2001,republicată, cu modificările şi completările ulterioare şi ale Legii nr.213/1998 privind proprietatea publică şi regimul juridic al acesteia, cu modificările şi completările ulterioare, Consiliul Judeţean Vaslui în calitate de titular al drepturilor de proprietate publică asupra bunurilor aparţinând domeniului public al judeţului Vaslui, a transmis în administrare Teatrului “V.I.Popa”, imobilul în care acesta îşi desfăşoară activitatea.

Instituţia are in administrare 1 spaţiu : -sediul teatrului din str. Republicii 268

Aici exista o sală de spectacole cu o capacitate de 300 locuri ,un foaier,

garderoba , cabine actori ,cabina sunet şi lumini , 3 ateliere , 1 depozit décor , 1 depozit costume , 1 depozit recuzită , agenţie de bilete .

In anul 2019 au fost efectuate :

* reparaţii hidroizolaţii (partiale) ateliere productie
* reparatii perete degajament ;
* verificare instalaţie stins incendiu;
* verificare instalatii electrice;
* alte reparatii curente.

**5.măsuri luate în urma controalelor, verificării/auditării din partea autorităţii sau a altor organisme de control în perioada raportată.**

Având în vedere legislaţia privind prevenirea şi stingerea incendiilor şi sănătatea şi securitatea în muncă , au fost luate unele măsuri , cum ar fi -verificarea instalaţiei de stingere cu hidranţi interiori

-verificarea instalaţiei de semnalizare ( iluminatul de siguranţă )

-verificarea instalaţiei de stingere cu sprinklere

**D. Evoluţia situaţiei economico-financiare a instituţiei:**

**1. analiza datelor financiare din proiectul de management corelat cu bilanţul contabil al perioadei raportate;**

**Situatia economico-financiara a institutiei** in conditiile date, o apreciem ca pozitiva, daca tinem cont de numarul redus de personal in toate compartimentele.

Desi are la aceasta ora cea cel mai restrans colectiv din istoria sa, teatrul reuseste sa-si indeplineasca cu mici exceptii, sarcinile stabilite si angajate prin Proiectul de management.

**Indici de performanta, cu prezentarea gradului de realizare a acestora:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| INDICI DE PERFORMANTA | Anul 2019propus | Anul 2019realizat | Indice de realizare2019 |
| 1.PERSONAL |  |  |  |
| a)Numar de personal conf. statului de funcii aprobat, din care: | 65 | 60 | 92% |
| -personal artistic | 22 | 21 | 95% |
| -personal tehnic | 28 | 26 | 93% |
| -personal administrativ | 15 | 13 | 87% |
| b)Numar de personal prevazut sa se realizeze, din care: | 65 | 60 | 92% |
| -personal artistic | 22 | 21 | 95% |
| -personal tehnic | 28 | 26 | 93% |
| -personal administrativ | 15 | 13 | 87% |
| 2.Venituri totale, din care: | 4.201.196 | 4.174.618 | 99% |
| -subventii | 3.751.196 | 3.748.647 | 99% |
| - venituri proprii  | 450.000 | 425.971 | 95% |
| 3.Cheltuieli totale, din care: | 4.201.196 | 4.174.618 | 99% |
| -cheltuieli de personal, inclusiv colaboratori | 3.268.309 | 3.266.475 | 99% |
| -cheltuieli de intretinere | 455.322 | 431.793 | 95% |
| -alte cheltuieli -59.40 | 57.006 | 56.985 | 99% |
| -cheltuieli de capital | 420.559 | 419.365 | 99% |
| 4.Cheltuieli pe spectator, din care: | 210.06 | 227.14 | 108% |
| -din subventie | 187.56 | 203.96 | 108% |
| -din venituri proprii | 22.50 | 23.18 | 103% |
| 5.Gradul de acoperire din venituri proprii a cheltuielilor institutiei (%) | 11% | 10% | 91% |
| 6.Ponderea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor (%) | 78% | 90% | 115% |
| 7.Gradul de acoperire a salariilor din subventie (%) | 100% | 100% | 100% |
| 8.Gradul de crestere a veniturilor proprii din totalul veniturilor(%) | 11% | 10% | 91% |
| 9. Numar de premiere | 4 | 4 | 100% |
| 10. Numar de refaceri | 1 | 1 | 100% |
| 11. Numar de coproductii | 0 | 0 | 0 |
| 12. Numar de spectacole in regim de protocol | 6 | 6 | 100% |
| 13. Numar de spectacole din care: | 110 | 94 | 85% |
| - la sediu | 80 | 68 | 85% |
| - in turnee | 30 | 26 | 86% |
| 14. Numar de spectatori, din care: | 20.000 | 18.379 | 92% |
| - la sediu | 16.000 | 12.902 | 81% |
| - in turnee | 4.000 | 5.477 | 137% |
| 15. Numar de participari la festivaluri, gale si concursuri | 1 | 0 | 0% |
| 16. Numar de proiecte promovate ca initiator sau ca partener |  |  |  |
| 17. Indice de ocupare a salii la sediu (%) | 67% | 63% | 94% |
| 18.Numar de aparitii in presa | 21 | 23 | 109% |
| 19.Realizarea unor studii vizand cunoasterea categoriilor de public, a asteptarilor acestuia | 0 | 0 | 100% |
| 20.Perfectionarea personalului – numarului de angajati care au urmat diverse forme de perfectionare, durata si timpul cursului | 1 | 0 | 0% |

**d.2** ponderea cheltuielilor efectuate in cadrul raporturilor contractuale, altele decat contractele de munca (drepturi de autor, contracte civile): 2019 -1 %

**d.3.** gradul de acoperire din surse atrase si/sau din venituri proprii a cheltuielilor institutiei : 2019 - 10 %

**d.4.**venituri proprii realizate din activitatea de baza, specifica institutiei, pe categorii de bilete practicate: 2019–total 371.270 lei

 - veniturile proprii realizate din alte activitati ale institutiei (chirii sala, etc) 2019-total 54.701 lei;

**d.5.** ponderea cheltuielilor de personal din totalul cheltuielilor: 2019- 90 %;

**d.6.** ponderea cheltuielilor de capital din bugetul total: 2019- 10 %;

**d.7.** gradul de acoperire a salariilor din subventie: 2019 -100%;

**d.8.** *cheltuieli de beneficiar, din care:*

- din subventie: total –2019 – 203.96

- din venituri proprii: total – 2019 – 23.18

**E.Sinteza programelor si a planului de actiune pentru indeplinirea obligatiilor asumate prin proiectul de management.**

Se realizeaza prin raportare la:

**1. viziune;**

Teatrul, ca orice organism viu, este in continua transformare, deci pornind de la zestrea culturală bogată, de la realităţile socio-culturale, istorice , geografice şi nu în ultimul rând economice, vrem să construim un teatru de 3D : Dialog, Deschidere, Dinamism ; un teatru bazat pe multiculturalitate şi dialog inter-cultural, deschidere europeană şi adecvare la noile realităţi româneşti, dar conectat la realitatea lumii largi ; un teatru unde domină creativitatea,spectatorul este respectat şi ierarhizările se fac pe rezultate; un teatru care readuce publicul in săli şi nu face compromisuri pe seama artei ; un teatru 3 D care are toate dimensiunile unui teatru al secolului XXI. Teatrul din Barlad trebuie să ocupe un loc dinamic, important in viaţa culturală din oraş, judeţ si regiune, generator de evenimente, un teatru care trăieşte în prezent şi, inspirat de trecut, construieşte viitorul.

**Misiune:** Teatrul “V.I.Popa” este o instituţie de spectacole încadrată la categoria instituţii de spectacole de repertoriu.

Pentru perioada 2016-2021 teatrul nostru vizează satisfacerea nevoilor culturale ale comunităţii, prin valorificarea optimă a potenţialului artiştilor din cadrul instituţiei, stimularea inovaţiei şi creativităţii, afirmarea personalităţii artistice şi promovarea valorilor teatrale autohtone.

Anul 2019 a reprezentat pentru Teatrul din Barlad, o perioadă de consolidare a poziţiei sale, urmând cu tenacitate prin activitatea sa , obiectivele enunţate in proiectul de management, impunandu-se in conştiinţa comunităţii, ca un spaţiu deschis, racordat la prezent, in egala masură, un spaţiu profesionist, implicat din punct de vedere social si civic.

Teatrul din Barlad a devenit un pol de interes in comunitate, realizând numeroase parteneriate si conexiuni cu instituţii si organizaţii din cele mai diverse domenii: culturale, social, educaţional, etc. Totodată, in anul 2019 au fost iniţiate proiecte de parteneriate culturale.

Se poate constata de asemenea că Teatrul din Barlad acţionează constant în dimensiunea socială a culturii, fapt evidenţiat de analiza datelor care relevă, preocuparea teatrului pentru orientarea repertoriului in funcţie de categoria de beneficiari, in consens cu orizontul de aşteptare al acestuia, dar si intr-un permanent proces de formare si educare a spectatorului prin teatru.

Prin programele sale, Teatrul din Barlad rămâne un promotor important al dramaturgiei contemporane, fiind totodată preocupat in egală măsură de actualizarea si revitalizarea teatrului clasic.

In toate iniţiativele sale, teatrul se concetrează asupra calităţii si performanţei, fie că este vorba de spectacolele pe care le produce sau despre reluările spectacolelor produse in anii precedenţi, fie că este vorba despre proiecte in parteneriat, intervenţii in comunitate sau implicare in alte proiecte.

1. **obiective (generale şi specifice);**

Tinand cont de traditia teatrului, se vor asigura conditii optime pentru realizarea unei oferte valoroase, necesara segmentelor de public- tinta din ansamblul pietei culturale metropolitane:

- Public compus din tineri, adolescenti, public adult.

- Consolidarea imaginii institutiei printr-un repertoriu valoros, prin cresterea vizibilitatii teatrului atat in tara cat si in strainatate

- Cresterea eficientei teatrului printr-o politica de marketing, ce tine cont de caracteristicile teatrului

- Stimularea excelentei in ceea ce priveste personalul artistic si tehnic al teatrului

-Dezvoltarea relatiilor cu media si institutiile culturale

**4.strategie culturală, pentru întreaga perioadă de management;**

Teatrul din Barlad isi propune pentru urmatoarea perioada sa-si consolideze si sa-si puna mai bine in valoare locul pe care-l ocupa atat in viata cultural-artistica a judetului , a tarii cat si peste hotare.

Orice teatru are nevoie sa-si defineasca identitatea in peisajul spiritual in care isi desfasoara activitatea.Teatrul “V.I.Popa” s-a nascut si creeaza intr-un spatiu istoric, geografic si spiritual, original si unic in cultura romaneasca. In consecinta, toate proiectele propuse au ca scop recastigarea si revalorificarea acestui specific.

In afara reluariii Festivalului tinerilor regizori din teatrele dramatice, care reprezinta cel mai important program al proiectului de management, mai exista *Ora de teatru* pentru care , in afara spectacolelor oferite elevilor si altor actiuni culturale comune pe care teatrul le intreprinde cu diferite scoli si licee din oras si judet, teatrul isi propune ca din toamna anului 2018 sa inceapa un proiect prin care se urmareste stimularea tinerilor de a intra in universul teatral, prin realizarea, in urma unor ateliere, conduse de actorii teatrului, a unui spectacol pe problematica varstei lor, dar si sustinut actoriceste de catre acestia.

Pentru ca teatrul nostru sa devină vizibil in peisajul teatral românesc are nevoie de colaborarea cu nume importante ale regiei si scenografiei din România.

 Din dorinţa de a lărgi paleta ofertei culturale a Teatrului din Barlad, în anul 2017 am demarat un nou proiect, care consta în montarea de spectacole cu **piese scurte** din dramaturgia universală şi românească, clasică şi contemporană ( recitaluri, spectacole de miscare, spectacole lectura). Proiectul da posibilitatea de a exploata la maximum resursele artiştilor teatrului şi disponibilitatea publicului.

 Repertoriul isi v-a pastra echilibrul valoric si numeric prin montari ale unor piese inspirate de creatia unor importanti autori cu piese din dramaturgia românească şi universală.

**5. strategie şi plan de marketing;**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Direcţii de dezvoltare a activităţii** | **Activităţi** |  |  |  |
|  |  |  |
| Informare periodică | **-** Informarea periodică a partenerilor şi |  |
|  | partenerilor media şi a potenţialilor |  |
|  | parteneri şi sponsori despre activitatea teatrului |  |
|  |  |  |
|  Angajarea unei firme | - Realizarea paginii de Facebook a teatrului si actualizarea site-ului |  |
| Gestiunea materialelor informative ale tetrului |  | Documentare | pentru | materialele |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  | informative publicate de teatru |  |  |
|  | - Interviuri şi prezentări ale artiştilor pe |  |
|  | site-ul TSC şi in publicaţii |  |  |
|  |  |  |  |
| Afisaj stradal | - Actualizarea arhivei foto şi video |  |

În vederea îmbunătăţirii activităţilor PR s-au încheiat contracte de parteneriate media.

Cronicile sunt postate pe pagina de facebook, site-ul teatrului, dar şi la avizierul teatrului , astfel acestea pot contribui la procesul de recepţie a spectacolelor.

Informaţii despre spectacole , artişti , sală , scenă , programul agenţiei ,

o galerie foto permanent îmbogăţită , etc , sunt postate pe site-ul oficial al teatrului si pe pagina de facebook.

Şi în anul 2017 Teatrul “V.I.Popa” a fost prezent şi in presa on-line şi pe site-urile specializate în publicitate culturală.

**6.programe propuse pentru anul 2019;**

Urmărim crearea unor spectacole interactive si a unor spectacole-atelier, care să se adreseze publicului tânăr si foarte tânăr, pe segmente de vârstă, cu cheltuieli minime, dar care să aducă beneficii imediate atât materiale (bani pe bilete), cât si prin creşterea numerică si calitativă a publicului viitor. In urma implementarii acestui program inca din primul an, Teatrul din Barlad a reuşit să-şi măreasca numărul de spectatori, pentru care prezenţa la teatru a devenit obişnuinţă.

Este extrem de importantă misiunea culturală a unei instituţii publice de cultură, a unui teatru de repertoriu, asa cum este Teatrul “V.I.Popa”, in stimularea autoeducării şi autoinstruirii persoanelor din mediul rural sau din alte oraşe care nu au o instituţie de gen, fiindcă orice persoană,indiferent ca trăieşte in mediul urban sau rural - are dorinţa de a se raporta la nivelele superioare de cultură - in funcţie de aspiraţiile si idealurilor sale.

**7.Scurta prezentare a programelor desfasurate la nivelul institutiei**

 Proiecte in cadrul programelor 2019

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nr.Crt |  Program | Scurta descriere a programului | Nr.proiecteincadrulprogram | Denumireaproiectului | Bugetprevazut peprogram(in lei) |  |
| 1. | Nou si contemporan | Ne propunem aducerea pe scena de texte noi din dramaturgia romana si universala | 1 | Autorulde Radu Herjeu | 15 000 | 6.781 |
| 2. | Nou si contemporan | Ne propunem aducerea pe scena de texte noi din dramaturgia romana si universala | 1 | Agnes Deide John Pielmeier | 25 000 | 12.221 |
| 3. | Recunoscute international | Spectacole pe texte dintre cele mai cunoscute din dramaturgia clasica si contemporana | 1 | Unchiul Vanea de A.P.Cehov | 35 000 | 7.518 |
| 4. | O Interpretare moderna a unui text clasic | O restituire a unor texte clasice in varianta moderna | 1 | Orchestra Titanic de Hristo Boicev | 35 000 | 13.352 |
| 5. |  | Spectacole legate de diferite aniversari |  |  | 5.000 | 590 |

**8.Nerealizari, cu mentionarea cauzelor acestora**

Am ramas si in anul 2019 tributari mai vechilor noastre probleme:

Nu am reusit sa intram in circuitul festivalurilor, asa cum ne-am fi dorit , cu toate ca aprecierile criticilor de specialitate si ale publicului, demonstreaza calitatea ridicata a spectacolelor noastre. In aceasta idee trebuie insistat mai mult si secretariatul literar va trebui sa-si intensifice solicitarile, pentru prezenta noastra la festivalurile unde spectacolele noastre, pot fi performante.

Ramane stresanta problema mijlocului de transport. Acesta ne-a impiedicat sa sustinem un ritm normal in prezenta noasta in judet si in judetele limitrofe, dovada si procentul de 86% din spectacolele propuse a fi sustinute in deplasare. Este necesara alocarea unor sume mai mari in vederea mentinerii acestui autocar in functiune.

Lucrul mai greu de realizat va fi depasirea greutatilor legate de numarul redus de posturi pentru personalul artistic. Acest lucru impiedica nu numai abordarea unor texte ce presupun un numar mai mare de personaje dar, mai ales, blocarea unor spectacole din repertoriu din cauza diverselor indisponibilitati ale unuia sau mai multi actori, (fracturi, gripe, raceli, etc) si a imposibilitatii inlocuirii lor. In acest caz sunt unele spectacole ce se joaca foarte mult, avand distributia completa, cu riscul diminuarii numarului de spectatori, dar si al varietatii spectacolelor din repertoriu. Aici numai viitorul ne va ajuta sa aflam daca se va putea mari schema pentru personal artistic cu cateva posturi.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Direcţii de dezvoltare a activităţii** | **Activităţi** |  |  |  |
|  |  |  |
| Informare periodică | **-** Informarea periodică a partenerilor şi |  |
|  | partenerilor media şi a potenţialilor |  |
|  | parteneri şi sponsori despre activitatea teatrului |  |
|  |  |  |
|  Angajarea unei firme | - Realizarea paginii de Facebook a teatrului si actualizarea site-ului |  |
| Gestiunea materialelor informative ale tetrului |  | Documentar | pentru | materiale |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Afisaj stradal | informative publicate de teatru |  |  |
|  | - Interviuri şi prezentări ale artiştilor pe |  |
|  | site-ul TSC şi in publicaţii |  |  |
|  |  |  |  |
|  | - Actualizarea arhivei foto şi video |  |

În vederea îmbunătăţirii activităţilor PR s-au încheiat contracte de parteneriate media.

Cronicile sunt postate pe pagina de facebook, site-ul teatrului, dar şi la avizierul teatrului , astfel acestea pot contribui la procesul de recepţie a spectacolelor.

Informaţii despre spectacole , artişti , sală , scenă , programul agenţiei ,o galerie foto permanent îmbogăţită , etc , sunt postate pe site-ul oficial al teatrului si pe pagina de facebook.

**9.alte evenimente, activităţi specifice instituţiei, planificate pentru perioada de management;**

Pentru a-şi onora misiunea educativă si socială, Teatrul “V.I.Popa", in afara programului său de spectacole, urmează să realizeze evenimente cultural artistice dedicate unor momente importante din istoria si cultura Romaniei, dintre care amintim :

* 1 Decembrie (Ziua Romaniei)
* 24 Ianuarie (Ziua Unirii)
* 27 Martie (Ziua Mondială a Teatrului)
* Omagierea unor mari nume ale culturii romane :
* Mihai Eminescu (15 ianuarie / 15 iunie )
* Nichita Stănescu (31 martie)
* I.L.Caragiale (1 februarie)
* 2 iulie Comemorarea lui Stefan cel Mare,etc.

Colaborarea cu Directia Generala Anticoruptie din cadrul Ministerului Afacerilor Interne, la campania “Tu poti face lumina” dedicta informarii si instruirii anticoruptie a personlului MAI, activitatii de educare si promovarea integritatii la nivelul cetatenilor, in special a tinerilor, cooperarii cu institutiile publice pentru cercetarea fenomenului si identificarea riscurilor si vulnerabilitatilor de coruptie. Teatrul va oferii suport material si unul din cele doua spectacole la tema din repertoriu : “Luminita de la capetul tunelului” sau “Plicul”

**F. Previzionarea evoluţiei economico-financiare a instituţiei, cu o estimare a resurselor financiare ce ar trebui alocate de către autoritate, precum şi a veniturilor instituţiei ce pot fi atrase din alte surse**

1. **previzionarea evolutiei cheltuielilor de personal ale institutiei**

 **2020**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **DENUMIREA INDICATORILOR** | **COD** | **2020** |
| **1.CHELTUIELI DE PERSONAL** | **10** | **3.088.478** |
| Cheltuieli cu salariile | 10.01 | **2.922.341** |
| Salarii de baza | 10.01.01 | 2.686.341 |
| Alte sporuri | 10.01.06 | 13.000 |
| Indemnizatii de delegare | 10.01.13 | 3.000 |
| Indemnizatie de hrana | 10.01.17 | 220.000 |
| **Cheltuieli salariale in natura** | **10.02** | **88.450** |
| Alte drepturi (tichete vacanta ) | 10.02.06 | 88.450 |
| **Contributii**  | **10.03** | **77.687** |

1. **previzionarea evolutiei veniturilor atrase**

|  |  |
| --- | --- |
| SPECIFICATIE | Estimari2020 |
| **1.Venituri totale, din care:** | **3.519.178** |
| venituri proprii | 210.000 |
| subventii | 3.309.178 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Perioada** | **Nr.de proiecte****proprii****premiere** | **Nr.de beneficiari spectatori** | **Nr.de bilete** | **Venituri propuse****( mii lei)** |
| 2020 | 4 | 21.000 | 21.000 | 210.000 |

1. **evolutia economico-financiara a institutiei** pentru urmatoare perioada de management

 Lei F-1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nr.Crt. | Categorii | **2020** | **2021** |
|  | **TOTAL VENITURI,din care:** | **3.519.178** | **5.204.940** |
| 1 | 1.a venituri proprii din care: | 210.000 | 241.500 |
|  | 1.a 1 venituri din activitatea de baza | 210.000 | 241.500 |
|  | 1.a.2 venituri surse atrase  |  |  |
|  | 1.a.3 alte venituri proprii (chirii) | 0 | 0 |
|  | 1.b subventii/alocatii | 3.309.178 | 4.963.440 |
| **2** | **TOTAL CHELTUIELI,din care:** | **3.519.178** | **5.204.940** |
|  | 2.a Cheltuieli de personal din care: | 3.088.478 | 4.606.800 |
|  | 2.a.1.cheltuieli cu salariile | 3.010.791 | 4.491.630 |
|  | 2.a.2 alte cheltuieli de personal-contributii | 77.687 | 115.170 |
|  | 2.b.Cheltuieli cu bunuri si servicii,din care: | 427.200 | 598.140 |
|  | 2.b.1.cheltuieli pentru proiecte | 62.500 | 95.000 |
|  | 2.b.2.cheltuieli cu colaboratorii | 35.000 | 55.000 |
|  | 2.b.3.cheltuieli pentru reparatii curente | 7.000 | 10.000 |
|  | 2.b.4.cheltuieli de intretinere | 179.500 | 210.000 |
|  | 2.b.5.alte cheltuieli cu bunuri si servicii | 143.200 | 228.140 |
|  | 2.c.Cheltuieli de capital | 3.500 | 0 |

1. **Nr.de beneficiari estimati pentru urmatoarea perioada de management**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 2020 | 2021 |
| Nr de beneficiari/Spectatori din care: | 21.000 | 21.500 |
| La sediu | 15.000 | 15.300 |
| In deplasare |  6.000 | 6.200 |

1. **proiecte in cadrul programelor 2020**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nr.Crt | Program | Scurta descriere aprogramului | Nr.proiecteincadrulprogram. | Denumireaproiectului | Bugetprevazut peprogram(in lei) | Realizat |
| 1 | Nou si contemporan | Ne propunem aducerea pe scena de texte noi din dramaturgia romana si universala | 1 | Un cuplu ciudat de Neil Simon | 25.000 |  |
| 2 | Teatrul instrument de educatie pentru cei mici | Spectacole care se adreseaza celor mai mici spectatori | 1 | Domnisoara NastasiaDe G.M.Zamfi-rescu |  |  |
| 3 | Recunoscute international | Spectacole pe texte dintre cele mai cunoscute din dramaturgia clasica si contemporana | 1 | Un tramvai numit dorinta de T. Willniams | 45.000 |  |
| 4 | O interpretare moderna a unui text clasic | O restituire a unor texte clasice in varianta moderna | 1 | Sluga la doi stapani de Carlo Goldoni | 20.000 |  |
| 5 | Deplasari in strainatate | Participarea teatrului la Festivaluri zonale  | 1 |  | 10.000 |  |
| 6 |  | Spectacole legate de diferite aniversari |  |  | 5.000 |  |

 "Orice se naște dintr-un gând curat e vrednic doar de laudă" W. Shakespeare

Sa nu uitam ca, pana la urma, teatrul este o bucurie, fie ca am plans sau ras doua ore, dar cand am ajuns acasa toate lacrimile ne-au spalat sufletul si, fara indoiala, ne-am ales din acest teatru cu o bucurie, cu o liniste sufleteasca.

Director,

Anghel Marcel

Marcel Anghel