

**ANEXA nr.2**

**la Hotararea nr.\_\_\_\_\_/2010**

**a Consiliului Judetean Hunedoara**

**PROIECT DE MANAGEMENT**

**pentru**

**TEATRUL JUDETEAN HUNEDOARA**

**2010**

***Intentia acestei lucrari este de a prezenta cateva solutii si argumentele de rigoare privitoare la relansarea activitatii teatrale active si de calitate, precum consideratii de ordin tehnic si un studiu de management cultural in concordanta cu tendintele europene si globale adaptate la realitatile Teatrului Judetean Hunedoara.***

Managementul cultural are o dubla semnificatie, el putand fi privit ca stiinta a conducerii in sistemul culturii sau ca tehnica de administrare a organizatiilor culturale. Conceptul de management este unul dintre cele mai prolifrice din lumea stiintei. In 1969 presedintele asociatiilor managerilor americani ASA a dat cea mai simpla si mai controversata interpretare a acestui concept: managementul este capacitatea unor oameni de a conduce alti oameni pentru rezolvarea problemelor comune.

**Managementul cultural** este un tip special de management prin care cei care il practica ii determina pe altii sa faca ceea ce trebuie facut in organizatiile culturale pe care le conduc, pentru a realiza o performanta prestabilita. In acest sens intra in joc factori cheie cum ar fi:

- 1. Respectul individualitatii creatoare;**
- 2. Munca in echipa** (relatiile cu colegii care fac parte din "managementul de varf" si cu subordonatii din "managementul intermediar" si cu operationalii sau difuzorii de produse si servicii culturale);
- 3. Autoritatea** (impunerea unor standarde culturale);
- 4. Competenta si raspunderea fata de realizarea sarcinilor intr- o organizatie culturala.**

Cu alte cuvinte, cei care practica managementul cultural sunt cei care iau decizii privind angajarea de resurse, implicarea unor oameni de cultura sau a sponsorilor, cu atat mai mult pentru orasul nostru in care resursele sunt limitate.

Ca obiective generale legate de natura functiei, ar fi relansarea activitatii teatrale in contextul nasterii unei noi orientari si filosofii teatrale cristalizate si infaptuite in anul 2009. Mai precis, odata cu transformarea teatrului din teatru de repertoriu, in teatru de proiect si mai ales odata cu finalizarea lucrarilor de investitii se impun modificari radicale la mai multe nivele, cum ar fi cel repertorial si cel referitor la cerintele de pregatire tehnico-profesionala,

adaptate unui teatru modern al mileniului trei si al apropierii de modelul teatrelor din UE, spre care „volens nolens,, tindem cu totii.

Referitor la necesitatea culturii se stie ca o societate in care lipseste cultura este o societate bolnava, cultura, sau mai precis gradul de culturalizare a membrilor unei societati reprezinta barometrul valorii si performantelor acelei societati, iar teatrul prin acea infuzie de umanitate pe care o degaja cu fiecare reprezentatie a sa ,este, a fost si va fi, exponentul primordial al culturii universale.

Cu totii stim ca devalorizarea artelor apare ca o constanta a situatiei post decembriste din Romania. De asemenea stim (sau ar trebui sa stim) ca influentele agresive a modalitatilor distractive, facil de digerat si fara consistenta artistica profunda, au acaparat incetul cu incetul atat formele de exprimare cat si cele de perceptie, reducand artificial pretentiile publicului, fara insa a-i oferi o alternativa la nevoia lui intrinseca si nativa de frumos si bine.

Una dintre principalele nevoi ale umanitatii este nevoia continua de eliberare a tensiunilor cotidiene, ceea ce numai arta in general si Teatrul in particular o poate oferi.

Exista multiple influente in munca managerilor culturali si cerinte specifice acestora, privind abilitatile necesare pentru a realiza munca lor in mod eficient. Luarea deciziilor poate fi intuitiva, arbitrara sau dimpotriva, pe baza unor cunostinte, idei, reguli, principii, respectiv pe baza experientei altora care au fost sau sunt manageri culturali.

**Procesul managerial al calitatii totale se realizeaza prin urmarirea unor factori care permit obtinerea performantei unui teatru:**

- 1. Conducerea propriu – zisa si suportul forului tutelar (in cazul TJH, Consiliul Judetean Hunedoara);**
- 2. Planificarea strategica;**
- 3. Centrarea pe un public tinta;**
- 4. Pregatirea si sustinerea angajatilor;**
- 5. Imputernicirea managementului cultural;**
- 6. Munca in echipa (parteneriat );**
- 7. Masurarea si analiza muncii depuse;**
- 8. Evaluarea rezultatelor imbunatatirii calitatii si productivitatii.**

Teatrul, prin specificul activitatii lui, imprima activitatii manageriale un caracter deosebit fata de o intreprindere sau alt tip de organizatie.

In teatru se creeaza, se finanteaza, se produc sau se distribuie servicii culturale, care, de cele mai multe ori, reprezinta valori complexe, greu de cuantificat sau evaluat, cum ar fi o piesa de teatru, sau o compozitie muzical coregrafica. Si totusi managerul unui teatru desfasoara aceleasi activitati ca orice manager, adica conduce direct, planifica, organizeaza, coordoneaza, imputerniceste pe altii si controleaza, bineinteles in “ doza “ si combinatia aleasa dupa necesitati.

Managementul cultural, oriunde s-ar realiza, inseamna mai intai de toate o relatie intre manageri si personalul condus, apoi o noua relatie, cu producatorii si consumatorii de cultura (prin asa-numitul parteneriat cultural).

Prima relatie constituind conditia “sine qua non” a existentei fenomenului managerial, isi pune amprenta pe intreg procesul de decizie.

Eficienta unei institutii publice sau private depinde in mare masura de un personal care se focalizeaza pe realizarea de obiective proiectate, dar mai ales pe relatia de sustinere de catre ordonatorul principal de credite a managerului prin alocarea de fonduri bugetare.

Managerul are sarcina de a crea institutiei pe care o conduce imaginea de “**sistem deschis**” din perspectiva inter relatiilor care se stabilesc intre acesta si factorii din mediul extern, cum ar fi: alte persoane, resurse, alte organizatii culturale si mai ales grupurile tinta ale consumatorilor de cultura.

Referitor la relansarea activitatii teatrale, tehnic vorbind, TJH trebuie sa devina in cel mai scurt timp vizibil la nivel national dat fiind faptul ca se afla la confluenta dintre municipiile Arad, Timisoara si Sibiu unde exista teatre care si-au castigat de multa vreme o notorietate nationala si internationala.

## **Proiect de dezvoltare artistic**

### **a). Pe termen scurt**

**Continuarea si finalizarea proiectelor din stagiunea 2009-2010.** O evaluare importanta este aceea a publicului tinta, a zonei de interes a publicului, a adresabilitatii proiectelor asumate si a cresterii interesului publicului de a participa la evenimentele teatrale pe care teatrul le propune.

Dupa aceste evaluari ale potentialului institutiei se poate trece la **stabilirea unui nou repertoriu pentru stagiunea urmatoare** care, in mod normal ar trebui sa contina urmatoarele tipuri de spectacole:

- **O piesa din repertoriul classic;**
- **O piesa din teatrul contemporan;**
- **O piesa novatoare (ca limbaj teatral) posibil reprezentabila intr-un context festivalier;**
- **O piesa de impact la public**
- **O piesa pentru publicul tanar (prescolar, scolar sau adolescent);**
- **Un spectacol musical-coregrafic.**

Este un repertoriu minimal care poate acoperi pentru inceput gusturile diverse ale publicului.

#### **b). Pe termen mediu**

A doua faza, pe termen mediu, cuprinde primele doua stagioni in care teatrul trebuie sa-si defineasca destul de clar optiunile si directia. In acest sens se va lucra la :

- **Infiintarea unui compartiment marketing-promovare, compartiment de o importanta vitala, ale carui detalii tehnice si atributiuni se gasesc in anexa 1;**
- **infiintarea unui compartiment coordonare proiecte (detalii tehnice si atributiuni anexa 2);**
- **infiintarea unui compartiment Repertoriu Gazda (detalii tehnice si atributiuni se gasesc in anexa 3).**
- **De o importanta majora este infiintarea unei sectii de teatru de animatie (papusi-marionete) care sa se adreseze direct publicului tanar (viitorul public adult). Prin aceasta sectie se pot derula proiecte valoroase cu beneficii directe atat culturale cat si materiale, deoarece, cum bine se stie, publicul tanar nu se epuizeaza niciodata contribuind major la componenta de autofinantare a TJH. (detalii tehnice privind componenta si organizarea acestei sectii fac obiectul unui proiect in curs pe care il voi prezenta la inceputul stagiunii 2010-2011)**
- **formarea unui nucleu artistic redus capabil sa catalizeze in jurul lui alti artisti de valoare capabili sa abordeze piese importantante din dramaturgia nationala si universala;**
- **realizarea de spectacole cu formule de exprimare teatrala novatoare;**

- **punerea in scena a unor texte incitante sau asumarea unor experimente asa incat teatrul sa devina interesant pentru orice regizor, scenograf, dramaturg, sau actor dornic sa colaboreze cu o institutie de prestigiu.**

Acest demers poate face posibila colaborarea cu nume importante din tara si strainatate si poate deschide teatrului usa participarilor la festivaluri din tara si strainatate.

Din punct de vedere reportorial trebuiesc stabilite montari care sa depaseasca nivelul calitativ precedent aducand in discutie producerea de spectacole pe texte moderne, incitante sau montari cu un inalt grad estetic.

Deoarece nu exista retete ale succesului, vom miza pe colaborarea cu acei regizori, scenografi, coreografi compozitori etc. al caror demers creator creste probabilitatea realizarii unor spectacole de succes si scad riscul aparitiei unor esecuri.

In toata aceasta perioada va trebui ca teatrul sa intre in contact cu retele de teatru nationale si internationale si vor trebui gasite legaturi cu marile manifestari teatrale.

Doar prin ridicarea stachetei calitatii, implicarea in serioase proiecte de parteneriat cultural si intrarea fara complexe in competitia artistica, acest teatru se poate impune in lumea teatrala contemporana.

### **c). Pe termen lung**

In cazul indeplinirii acestor doua etape de manageriat se poate trece la asumarea unui proiect mai ambitios pe termen lung care ar trebui sa insemne realizarea unui pol teatral important pe harta culturala.

In acest moment destul de „fragil” prin care trece teatrul din Deva s-ar putea crede ca toate afirmatiile de mai sus par utopice. Insa, sunt convins ca, daca vom putea indeplini primele demersuri si vom beneficia de sprijin (artistic, logistic, financiar, etc), institutia isi poate croi drum intr-o tumultoasa activitate creativa.

Iata si cateva **repere importante de abordare a unui plan managerial pe termen lung** :

- **este necesar ca teatrul sa intre in atentia criticii de specialitate;**
- **trebuie gandita o colaborare cu Academiile de teatru din tara care pot oferi forte artistice;**

- **obligativitatea de conectare (profitand de contextul European) cu rețele teatrale internationale;**
- **obținerea de recunoaștere a calitatii produselor teatrale (nominalizari, premii, participari la festivaluri etc);**
- **organizarea de evenimente teatrale (workshopuri, colocvii, intalniri de specialitate, tabere de creatie, etc) care sa atraga atentia tuturor celor interesati de fenomenul teatral, avand ca tinta nu numai publicul local dar si publicul potential din alte zone, al creatorilor din alte domenii ale artei, sau (de ce nu?) al unui potential public de turism din zona;**
- **organizarea unui festival de teatru la care sa participe cele mai prestigioase trupe, actori si regizori de marca, pe care publicul deven, sunt convins ii astepta cu drag.**

Sunt doar cateva dintre ideile care, odata puse in practica, pot aduce beneficii majore de afirmare a acestui „**pol teatral**” amintit. Teatrul, ca singura arta sincretica (aducand alaturi de text si muzica, miscare, imagine plastica, arhitectura sau film), nu poate ramane o arta invecitata asa cum se prezinta ea la ora actuala in multe din teatrele din tara. **Cred cu tarie ca doar o masiva infuzie de tinerete, talent si munca, pot „inventa” un nou teatru.**

### **Proiecte colaterale**

Asa cum am mentionat, pe langa proiectele repertoriale de baza, **Teatrul Judetean Hunedoara trebuie sa elaboreze proiecte colaterale** care au ca scop nu numai atragerea publicului de teatru fidel, cat si a publicului dedicat altor manifestari artistice (literatura, muzica, pictura, dans etc)

La Deva exista manifestari artistice (festivaluri, concerte, lansari de carte, etc) care pot atrage interesul publicului de orice gen. Acestor manifestari, teatrul le poate veni in intampinare, colaborand logistic si uman, sau poate pune bazele unei deschideri de amploare.

Un alt proiect colateral poate fi pus in practica, prin organizarea la sediul teatrului a unei stagiuni simfonice (de exemplu in parteneriat cu Filarmonica din Sibiu) cuprinzand concerte lunare, pe baza de abonament, tanand cont de lipsa unor asemenea manifestari la Deva si in judetul Hunedoara.

Gazduirea unor spectacole produse de alte teatre din tara, organizarea de intalniri cu maestri ai teatrului, o posibila gazduire a unei librării in teatru, conferinte sau colocvii

sustinute de personalitati artistice sunt tot atatea proiecte colaterale pe care TJH le poate sustine.

De o mare importanta strategica ar fi proiectul privind **infiintarea unei catedre de teatru la Deva in cadrul Liceului de Arta „Sigismund Toduta”** cu alte cuvinte, de a ne creste propriii artisti locali (exemplu ar fi Cluj-Napoca care a implementat cu success acest proiect). Acest lucru se poate realiza cu sprijinul CJH si Inspectoratului Scolar.

Unul din proiectele de anvergura cu efecte multiple pe timp mediu si lung este cel legat de **infiintarea Festivalului Regional de Teatru de Tineret sub egida CJH si sub patronajul TJH** . Totodata, dupa primul an, in cazul unei reusite, se pot atrage fonduri sub forma unui buget anual de la Ministerul Culturii si Cultelor.

Acest **Proiect Festival** ar avea urmatoarele beneficii:

- **competitia intre regizori pe concursuri de proiecte precum si cresterea performantelor personalului artistic prin motivarea pecuniara (prime sau recompense);**
- **autofinantarea prin vanzarea de bilete pe timpul Festivalului;**
- **permanentizarea sistemului de abonamente;**
- **rolul de pepiniera al Festivalului pentru tinerii talentati;**
- **competitia intre institutiile de invatamant in sectorul cultural;**
- **mediatizarea Festivalului;**
- **atragerea de turisti culturali cu beneficii pentru economia locala;**
- **formarea an de an a cate un esalon de public de teatru, ceea ce reprezinta marele beneficiu si scopul final al acestiu Festival .**

Alt proiect, la fel de important pentru relansarea activitatii teatrale este **dezvoltarea parteneriatului cu TVR Cultural pentru difuzarea TV a productiilor TJH si chiar abordarea unor productii cu buget mic si mediu de teatru TV.**

Alta directie ce trebuie urmarita este **dezvoltarea parteneriatului cu Teatrul I.D.Sarbu Petrosani Teatrul Nottara, Teatrul 74 Tg.Mures, Teatrul National Tg.Mures, Teatrul Bacovia si Teatrul de Animatie Bacau, Teatrul de Papusi Arad si nu in ultimul rand cei mai apropiati vecini ai nostri, Teatrul din Alba Iulia.** Fiind la inceput de drum, ca si teatru de proiect, realizarea de productii mixte (actori contractuali de la alte teatre) va revigora interesul publicului.

Un alt proiect se refera la **turismul cultural**, prin realizarea unui concurs de proiecte de teatru medieval sau antic care ar activa in aer liber, mai ales in zona istorica a Cetatii Deva si a Castelului Corvinestilor.

Implementarea acestui proiect trebuie facuta prin fonduri alocate prin buget separat de autoritatile locale odata cu aprobarea bugetelor pentru alte activitati similare (exemplu: Serbarile Cetatii, Sarbatoarea Berii, etc) sau cu caracter permanent sezonier.

Tot pe termen mediu, **propun infiintarea unui studio de inregistrari audio si video** (negative pe suport digital) unde se pot realiza si productii de videoclipuri, scenografii virtuale, afise, banere, etc. Beneficiile imediate sunt scutirea TJH de plata catre terti a serviciilor de acest gen si autofinantarea prin vanzarea acestui tip de servicii.

Nu in ultimul rand, referitor la proiecte colaterale, este **infiintarea in cadrul teatrului a unei cafenele literar-artistice**, practica uzitata de toate teatrele din tara cu efecte imediate legate de autofinantare, la nivelul agentiei teatrale. Aceasta poate functiona si ca mijloc de a vinde bilete si a promova artistii prin diverse manifestari si afisaje specifice (exemplu: cafeneaua din incinta agentiei teatrale aferenta Teatrului National Cluj, Teatrului de Nord Satu Mare, Teatrul Bacovia, etc).

Alt deziderat care trebuie urmarit cu consecventa este **rolul teatrului vis a vis de comunitate** si anume:

1. **Instrument de creatie;**
2. **Educational;**
3. **Declansator de innoiri;**
4. **Motor in evolutia mentalitatilor;**
5. **Cale de a combate prejudecatile;**
6. **Loc de intalnire monden;**
7. **Alternativa de distractie.**

Eficienta oricarei institutii culturale este legata de adoptarea unei structuri si/sau forme de organizare care sa poate reactiona adecvat la cerintele mediului - adesea concurential si chiar conflictual - in care aceasta functioneaza. Alegerea unei structuri de organizare sau a alteia este dificila in conditiile actuale ale unui mediu extrem de dinamic, impunandu-se adaptarea continua a obiectivelor si sarcinilor institutiei prin interactiunea lor reciproca .

Fenomenele economice, sociale si politice, precum si progresul stiintific si tehnic, prin caracterul lor dinamic vor pune proceselor si factorilor manageriali mereu probleme noi, de a caror solutionare va depinde competitivitatea institutiilor culturale in conditiile economiei de piata si implicit eficacitatea managerilor care le conduc.

Necesitatea cunoasterii unor modele de organizare a managementului cultural, a unor teorii si principii structurale, a aplicarii unor tehnici de baza ale managementului, au un impact deosebit asupra practicii, in sensul imbunatatirii sale, folosind orientarile teoretice si experientele practice de succes, managerul poate deveni mai eficient, fara sa angajeze cercetari mai laborioase, evitand riscul practic al incercarii si erorii.

Este costisitor pentru orice manager sa invete adevarurile cuprinse in principii din propria experienta. Lipsa intelegerii conceptelor si principilor face dificila analiza muncii manageriale si a nivelului de pregatire a managerului.

**Principiile managementului cultural actioneaza ca o lista de control si evaluare a activitatii manageriale, acestea fiind:**

1. **Diviziunile sarcinilor de coducere;**
2. **Autoritatea (legitimitatea exercitarii puterii de decizie fata de subordonati);**
3. **Disciplina (instituita, de comun acord cu subordonatii, in regulamente interioare si coduri de conduita);**
4. **Unitatea de comanda (fiecare subordonat primeste sarcini numai de la un manager);**
5. **Unitatea directiei (scop comun pentru indeplinirea sarcinilor);**
6. **Subordonarea scopurilor individuale la cele ale institutiei teatrale;**
7. **Remunerarea si promovarea (compensarea competentei si responsabilitatii);**
8. **Dreptul la initiativa si drepturile juridice de autor.**

# **PLANIFICAREA STRATEGICA SI INSTRUMENTELE DE PLANIFICARE A ACTIVITATII CULTURALE**

## **INSTRUMENTE TRADITIONALE**

**Brain storming – uri;**

- **Grafice;**
- **Studii de caz;**
- **Sondaje si focus groups;**
- **Interviuri (discutii deschise).**

## **NOI INSTRUMENTE DE PLANIFICARE**

**Diagrame de afinitate;**

- **Diagrame de inter relatii;**
- **Diagrama arborelui;**
- **Diagrama frecventei;**
- **Diagrama de matrice;**
- **Diagrame de program.**

## **STRATEGIA MANAGERIAL CULTURALA**

Sectorul cultural de stat, gestionat de Ministerul Culturii in plan central si prin Consiliul Judetean Hunedoara in cazul TJH, reprezinta o realitate particulara a texturii economice nationale.

Actiunea lui vizeaza valorizarea creatiei artistice, nefiind centrata pe profit (chiar daca exista), acesta este simbolic deoarece rare sunt teatrele publice bazate pe performante economice, traditionale, in termeni de rentabilitate.

In schimb, sectorul cultural privat se centreaza pe realizarea unui profit, prin producerea sau intermedierea vanzarii de produse si servicii culturale catre consumatorii de cultura.

***Strategia culturala este definita prin proiectarea (planificarea) pe termen mediu si lung a dezvoltarii durabile a sectorului cultural, tinandu-se cont de capacitatile proprii si de evolutia mediului economic (piata, concurenta, tehnologie).***

Strategia culturala, in mod concret, imбина cultura cu managementul general.

***Concurenta intra si extra institutionala culturala, mai ales in sectorul cultural de stat si cel public, trebuie considerata ca dezirabila si chiar necesara, pentru asigurarea calitatii procesului, produselor si serviciilor in domeniu si pentru selectia managerilor culturii, in functie de performante.***

***Fortele concurentiale in strategiile culturale locale se gasesc, insa si in interiorul unui domeniu cultural, fie el de stat, fie el privat, precum si in domenii culturale diferite.***

Exista deci, mai intai, o concurenta interna in sectorul cultural: de exemplu intre cinematograful si teatru sau intre televiziune si teatru, concurenta dintre toate activitatile care urmaresc atragerea publicului in timpul liber. Exista si o concurenta mai larga intre cultura, turism si agrement sau a marilor edituri de a acapara librariile.

Se constata apoi, o concurenta in stabilirea pretului pe piata culturala (tinandu-se cont de puterea de cumparare). De regula furnizorii de cultura au putere de cumparare cand :

- **nu sunt numerosi;**
- **nu exista produse de substitutie la oferta lor;**
- **isi largesc sfera produselor sau a serviciilor culturale cerute de public (ceea ce inseamna o utilizare deplina a capacitatilor institutionale culturale).**

**In cazul orasului nostru , desi pretul de cumparare al unui bilet la teatru nu depaseste valoarea de 2 Euro, TJH nu obtine un public constant si din nefericire nu prea numeros. Incepand cu noua stagiune, TJH trebuie sa-si afirme identitatea culturala prin productii de calitate adresate unui public care a uitat ca teatrul exista.**

## **PRIMATUL OFERTEI FATA DE CEREREA DE PRODUSE SI SERVICII CULTURALE**

Putine institutii culturale se hazardeaza in a configura structura ofertei sale culturale in functie numai de atitudinea si comportamentul consumatorului de cultura (deci numai in functie de cererea de produse si servicii pe piata culturii).

Activitatile producatoare de prototipuri sunt in general inovatii culturale care presupun costuri de productie angajate inainte ca produsele sa fie testate pe piata. Dupa cum spune Alain Busson **“fiecare creatie este un pariu artistic si comercial, al carui rezultat nu poate fi anticipat, de aceea, in acest domeniu, mai mult decat in oricare altul, oferta creaza propria cerere** “. Acest concept imi da speranta ca TJH va avea sanse prin noua orientare si noile productii ce urmeaza, sa-si creeze propriul public prin efectul **de soc cultural**.

Fiecare bun cultural este unic, diferit de altele, cu o valoare de piata data de semnatura unui autor sau de prestigiul unui teatru, fara ca aceasta sa confere o garantie de succes.

Creatorii, interpretii (din domeniul culturii) organizatorii de spectacole sunt interesati in obtinerea consacrarii sau succesului institutional, apeland la instantele criticii si ale consumatorilor de cultura (adesea sunt si ele in dezcord) concurand cu producatorii de bunuri culturale de acelasi tip.

Relatiile stabile si sigure pot fi cel mai bine realizate si dezvoltate institutional, prin uniuni si fundatii de creatie si difuzare, prin reunirea artistilor, finantatorilor, asociatiilor de breasla sau ale consumatorilor de cultura.

Ca ultim deziderat in scris in acest proiect este acela legat de **infiintarea unei banci electronice de texte de teatru**, atat din repertoriul universal, cat si romanesc, de la tragediile grecesti, pana la teatrul absurdului al lui Eugen Ionesco *“spre un teatru sarac* “al lui Grotowski, sau *“spatiul gol* “ de Peter Brook si terminand cu teatrul post-dramatic (in yer face theatre) ultimul din panoplia de genuri.

In finalul acestui proiect studiu as avea cateva propuneri de repertoriu de succes la alte teatre din tara :

- **Arta comediei - De Filippo;**
- **Avea doua pistoale cu ochi albi si ochi negri - Dario Fo;**
- **Sexul femeii ca un camp de batalie in Bosnia - Matei Visniec;**
- **Svejk in spatele frontului - Iaroslav Hasek;**
- **Micul Print Antoine - Saint Exupery;**
- **Libertinul - Erich Emmanuel Schmitt;**
- **Unde-l revolverul - Gorgey Gabor;**
- **Run for your wife - Ray Conney;**

- **Oameni de zapada - Tina Ionescu Demetrian;**
- **Ivan cel Groaznic - Mihail Bulgakov;**
- **Tacamuri de pui - Spiro Gyorgy;**
- **Orfanul Zao - Ji Juanxing;**
- **Fratii - Sebastian Barry;**
- **Comedia erorilor - Wiliam Shakespeare;**
- **Lungul drum al zilei catre noapte - Tennesse Williams;**
- **Scoala femeilor - Molliere;**
- **Mult zgomot pentru nimic - W Shakespeare;**
- **Viforul - B St Delavrancea;**
- **Unchiul Vanea - A P Cehov;**
- **Azilul de noapte - Maxim Gorki.**

## Anexa 1

### Compartimentul Marketing Promovare

Compartimentul Marketing Promovare desfasoara urmatoarele activitati:

- monitorizeaza activitatea specifica pentru realizarea materialelor de prezentare necesare promovarii spectacolelor si a repetitiilor, indiferent de forma si mediul de promovare si indiferent de proiectul teatrului;
- identifica, implementeaza si raspunde de formele de promovare si comunicare media;
- concepe, transmite si verifica receptionarea comunicatelor de presa;
- organizeaza, concepe materiale de prezentare si le multiplica pe seturi, modereaza conferintele de presa;
- dezvolta relatiile teatrului cu directorii si redactorii de cotidiene, reviste, publicatii saptamanale, posturi de radio si televiziune;
- raspunde de evident si actualizarea contactelor persoanelor responsabile de cultura sau stiri cultural din media;
- raspunde de actualizarea contactelor media pentru difuzarea programului;
- propune contractarea de servicii de intretinere si suport tehnic site;
- coordoneaza in cadrul institutiei elaborarea de servicii pentru concept, editare si inregistrare pe suport demouri pentru promovarea in vederea participarii la festivaluri si schimburi internationale;
- propune contractarea de servicii pentru conceptie, editare, imprimare a materialelor publicitare;
- propune efectuarea comenzilor pentru materialele tiparite, propun tiraje si raspund de conformitatea cantitatilor executate;
- -propune modalitati de distributie a suporturilor mobile: fluturasi, leafleat, brosure, materiale promotionale de prezentare;

- are obligatia de asigura promovarea prin distribuire de fluturasi in zonele cu flux de circulatie;
- propune modalitati de expunere in spatii publice a materialelor promotionale de prezentare ale teatrului;
- efectueaza lunar situatii privind stocurile existente ale materialelor publicitare;
- se preocupa de incheierea unor bartere publicitare;
- se preocupa de identificarea unor surse de venituri, hosting ale unor companii pe pagina teatrului;
- analizeaza si propun modalitati de diversificare a tarifelor in functie de ziua in care se difuzeaza spectacolul;
- asigura si raspunde de respectarea obligatiilor teatrului cu privire la aducerea la cunostinta publicului a informatiilor referitoare la activitatea artistica a institutiei, obligatii asumate contractual fata de partenerii media;
- are obligatia de a identifica programe de finantare din tara si strainatate si de a intocmi documentatia de aplicare;
- propune contractare de servicii artistice, dtp, grafica, conceptii materiale;
- monitorizeaza activitatea specifica pentru realizarea materialelor de prezentare necesare promovarii spectacolelor si a repetitiilor, indiferent de forma si mediul de promovare;
- coordoneaza relatiile publice ale teatrului la toate palierele de comunicare: institutii de profil din tara si strainatate, institutii de cultura din tara si strainatate, organisme, ONG-uri, ambasade si institute culturale etc.;
- identifica, implementeaza si raspunde de formele de promovare si comunicare media;
- concepe, transmite si verifica receptionarea comunicatelor de presa;
- organizeaza, concepe materiale de prezentare si le multiplica pe seturi, modereaza conferintele de presa, impreuna cu partenerul;
- concepe diferentiat pentru targeturi si profiluri media diferite materiale publicitare si selecteaza categorii de informatii cu privire la activitatea teatrului, impreuna cu partenerul;
- se ocupa si raspunde de difuzarea clipurilor, spoturilor, impreuna cu partenerul;
- se ocupa de consultarea zilnica si monitorizarea media, impreuna cu partenerul;
- raspunde de extragerea materialelor din presa referitoare la activitatea teatrului si colaboreaza pentru realizarea dosarelor de presa impreuna cu partenerul;
- raspunde de transmiterea programului teatrului catre mediile de difuzare a acestora;

- raspunde de comunicarea si promovarea pe site-ul institutiei a imaginii si activitatii teatrului;
- verifica si actualizeaza zilnic datele de pe site-ul teatrului;
- coordoneaza elaborarea si expunerea materialelor publicitare indoor si outdoor; afise, fluturasi, leaflet, brosure, materiale promotionale pentru foaiere cu caracter periodic sau permanent, vitrine publicitare, banere, banere stradale, casete luminoase;
- propune modalitati de distributie a suporturilor mobile de prezentare impreuna cu partenerul;
- identifica locuri publice unde poate expune materiale publicitare;
- dezvolta relatii cu librarii pentru afisare si difuzare de materiale publicitare;
- identifica si diversifica modalitati de promovare: spatii stradale, afisaje electronice, spatiu publicitar on line pe diverse pagini web;
- -identifica si diversifica suporturile prin care poate promova imaginea teatrului, spectacolele teatrului;
- se ocupa de buna reflectare a imaginii teatrului prin afise, materiale etc., prin buna amenajare a spatiilor inaintea fiecarei premiere, supervizand amenajarea teatrului inaintea fiecarei premiere;
- analizeaza si propun modalitati de diversificare a tarifelor in functie de numarul de reprezentatii si varsta spectacolelor;
- analizeaza si propun modalitati de diversificare a tarifelor pentru spectacolele invitate pe scena teatrului;
- verifica si raspund de corespondenta informatiilor, numelor din materialele publicitare cu sursele citate si distributiile si echipele de realizatori ale spectacolelor;
- asigura si raspunde de respectarea obligatiilor teatrului cu privire la aducerea la cunostinta publicului asumate contractual fata de partenerii media;
- asigura si raspunde de respectarea obligatiunilor teatrului cu privire la aducerea la cunostinta publicului asumate contractual fata de colaboratori;
- asigura arhivare de specialitate pe suport de hartie si pe suport digital;
- partenerul, in cazul unor contracte de asociere, parteneriat sau coproductie, este obligat sa treaca denumirea de promovare a imaginii indicata de teatru precum si numele si sigla forului tutelar, daca acesta concepe afisul sau alte materiale promotionale aferente spectacolului gazduit de Teatrul Judetean Hunedoara.

## **Anexa 2**

### **Compartimentul Coordonare Proiecte**

Compartimentul Coordonare Proiecte desfasoara urmatoarele activitati:

- presupune desemnarea unui Coordonator de Proiect – producator delegat, responsabil cu buna desfasurare a proiectului respectiv: de la organizarea unui casting, specific teatrului de proiect, si relatia cu toate compartimentele teatrului;
- implica o activitate sustinuta a organizatorului de spectacole, luand in considerare faptul ca actorii, regizorii si scenografii sunt colaboratori ai teatrului, pe perioada desfasurarii spectacolului in institutie;
- presupune delegarea unui Coordonator de Proiect, cu atributii derivate din posibilitatea desfasurarii in parteneriat a unor productii artistice si gestionarea resurselor pe care teatrul le pune la dispozitie in urma negocierilor purtate cu partile implicate;
- este obligat sa cunoasca subiectul, conceptia, genul spectacolului si distributia;
- este obligat sa realizeze pentru fiecare spectacol un text de prezentare;
- reprezentantii compartimentului sunt obligati sa fie prezenti la fiecare premiera cu cel putin o ora inaintea inceperii reprezentatiei;
- raspunde de cunoasterea prevederilor legale in domeniul copyrightului si de respectarea acestora;
- asigura arhivare de specialitate pe suport de hartie si digital;
- raspunde de implementarea – in conditiile demararii proiectului – a unor instrumente de arhivare si a unor standardizari pentru toate proiectele teatrului: fotografii, texte ale spectacolului, dosar de presa, schite, machete, caiete de regie, prezentari ale artistilor, si ulterior a unor baze de date si a unei arhive multimedia cu accesare multipla on line pe nivele de utilizatori;
- tine legatura cu tot personalul artistic implicat in cadrul unei productii pentru stabilirea detaliilor legate de desfasurarea repetitiilor, data scoaterii premierii etc.;
- rezolva orice deficiente aparute pe perioada derularii unui proiect artistic, fara depasirea sferei de competenta;

- are obligatia de a asigura ca sunt intrunite toate conditiile tehnico-administrative necesare derularii repetitiilor;
- mentine legatura si ofera informatii si documente tuturor compartimentelor de specialitate din cadrul institutiei care concura la realizarea unui proiect(achizitii, financiar-contabil, juridic, resurse umane);
- aduce la cunostinta diverselor compartimente functionale de specialitate din cadrul teatrului existenta acelor dificultati aparute in cadrul derularii proiectului care exced sfera obiectului de activitate si competentei profesionale;

## **Anexa 3**

### **Compartimentul Repertoriu Gazda**

Compartimentul Repertoriu Gazda desfasoara activitati legate de productiile proprii ale institutiei, respectiv in legatura cu acele spectacole pentru care institutia suporta toate cheltuielile generate de punerea in scena a acestora, fara a exista acorduri, parteneriate si protocoale ori alte acte juridice de colaborare cu institutii de acelasi gen, asociatii, fundatii sau alte entitati juridice precum si activitati ce deriva din colaborarea cu alte teatre ori alte entitati juridice pentru realizarea in comun a unor spectacole de teatru proiecte sau evenimente artistice. Din cele doua directii exprimate anterior, deriva toate obligatiile care incumba personalul angajat in cadrul acestui compartiment:

- presupune gestionarea unui numar mare de propuneri de spectacol si opereaza selectia acestora in functie de strategia artistica repertoriala propunand spre analiza aceasta situatie Consiliului Artistic;
- implica o activitate sustinuta a organizatorului de spectacole, luand in considerare faptul ca actorii, regizorii si scenograful sunt colaboratori ai teatrului, pe perioada desfasurarii spectacolului in institutie;
- furnizeaza informatii cu privire la proiectele artistice in lucru (note ale regizorului, concept, descriere a spatiului scenic, sinopsis piese, extrase de text, prezentari artisti implicati), la solicitarea partenerului;
- raspunde de implementarea – in conditiile demararii proiectului – a unor instrumente de arhivare si a unor standardizari pentru toate proiectele teatrului: fotografii, texte de spectacol, dosar de presa, schite, machete scenografice la scara, filmari de la repetitii si din spectacole, caiete de regie, partituri muzicale etc.;
- contribuie la elaborarea documentatiilor pentru organizarea deplasarilor si turneelor, din punct de vedere tehnic;
- raspunde de transmiterea programului teatrului catre mediile de difuzare a acestuia;
- exercita atributii legate de negocierea contractului incheiat intre teatru si Partener, timp de repetitii, spatiu de joc, logistica oferita de teatru, echipa tehnica, personal

administrativ, implicarea personalului responsabil cu Public Relation, Organizare Spectacole.

- mentinerea legaturii cu partenerul, in cazul contractelor de asociere, parteneriat sau co-productie, prin gasirea unor solutii tehnice si artistice, adaptarea la spatiul de joc oferit de teatru;
- gasirea unor solutii logistice in cazul in care aceste evenimente cu continut artistic se desfasoara in afara salii de spectacol, cum ar fi foaierul.
- atributii legate de urmarirea profitabilitatii reprezentarii in continuare a unor productii artistice, si aducerea la cunostinta a conducerii institutiei.
- institutia Gazda in cazul unor contracte de asociere, parteneriat sau co-productie este obligata sa treaca denumirea prin care partenerul doreste sa-si promoveze imaginea precum numele si sigla forului tutelar etc., precum si a sponsorilor ori a producatorului spectacolului.
- raspunde de monitorizarea aparitiilor si difuzarilor impreuna cu partenerul.
- raspunde de transmiterea programului teatrului catre persoane juridice interesate.
- este obligat sa cunoasca subiectul, conceptia, genul spectacolului si distributia.
- este obligat sa realizeze pentru fiecare spectacol un text de prezentare;
- efectueaza si afiseaza programarea repetitiilor si spectacolelor;
- reprezentantii compartimentului sunt obligati sa fie prezenti cu cel putin o ora inaintea inceperii reprezentatiei;
- anunta in termen util orice modificare intervenita in programul de spectacole si repetitii;
- tine evidenta activitatilor de la scena, concretizata in completarea condicilor de spectacole si repetitii;
- urmareste veniturile din vanzari bilete, analizeaza evolutia acestora global, individual pentru fiecare proiect si in relatie cu diversi factori;
- analizeaza si propun modalitati de diversificare a tarifelor pentru spectacolele invitate pe scena teatrului;
- verifica si raspund de corespondenta informatiilor, numelor din materialele publicitare cu sursele citate si distributiile si echipele de realizatori ale spectacolelor;
- raspunde de cunoasterea prevederilor legale in domeniul copyrightului si de respectarea acestora;
- asigura obtinerea si transmiterea catre compartimentul resurse umane a informatiilor privind proprietatea intelectuala si contactarea directa a detinatorilor drepturilor de autor sau a reprezentantilor acestora si obtinerea tuturor datelor de

identificare in vederea incheierii contractelor pe baza legii nr.8\1996 cu modificarile si completarile ulterioare, facand toate demersurile in acest sens;

- asigura documentare artistica, numai la solicitarea partenerului in cazul contractelor de asociere, parteneriat sau co-productie;
- asigura asistenta dramaturgica la scena, la solicitarea partenerului;
- asigura documentare pentru publicatii spectacole;
- asigura redactarea textelor pentru publicatii spectacole.

„ **Partenerul**” se defineste ca fiind acea entitate juridica (institutie de teatru, companie independenta, asociatie, fundatie) alaturi de care Teatrul Judetean Hunedoara realizeaza diverse evenimente artistice, conform obiectului de activitate.