

CSÍKI
JÁTÉK
SZÍN.



RAPORT DE ACTIVITATE

Teatrul Municipal Csíki Játékszín

1 ianuarie 2021 – 31 decembrie 2021

Manager: Veress Albert



CSÍKI
JÁTÉK
SZÍN·

Prezentul raport de activitate a fost elaborat pentru evaluarea managementului de către Primăria Municipiului Miercurea-Ciuc, denumit în continuare autoritatea, pentru Teatrul Municipal Csíki Játékszín, denumită în continuare instituția, aflată în subordinea sa, în conformitate cu prevederile Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 269/2009, cu modificările și completările ulterioare, denumită în continuare ordonanța de urgență, precum și cu cele ale regulamentului de evaluare.

Veress Albert, manager, Teatrul Municipal Csíki Játékszín



A) Evoluția instituției în raport cu mediului în care își desfășoară activitatea

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

În anul 2021 Teatrul Municipal Csíki Játékszín a continuat o serie de colaborări inițiate în anii trecuți, dar a început și noi colaborări cu alte instituții teatrale, asociații, organizații menite să valorifice patrimoniul cultural local și județean și să contribuie semnificativ la peisajul artistic și social al orașului Miercurea Ciuc.

Parteneriat cu Centrul Cultural Județean Harghita

Centrul Cultural Județean Harghita a devenit un partener important pentru teatrul din Miercurea Ciuc, participând la numeroase proiecte inițiate de teatru. În luna mai Centrul Cultural a cofinanțat festivalul *Unscene, ediția 0*, iar din luna noiembrie a fost partener la reprezentațiile spectacolului pentru bebeluși, *Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja*.

Un alt parteneriat între Teatrul Municipal Csíki Játékszín și Centrul Cultural a rezultat într-un proiect de educație teatrală pentru elevi, numită *Enter – kapu a színházra*, realizată de către două actrițe din Miercurea Ciuc. În cadrul programului elevii din liceele orașului au fost spectatori la spectacolul *Valahol Európában*, după care actrițele s-au întâlnit cu elevii în clasă și a avut loc o discuție/dezbatere legată de temele prelucrate de spectacol.

Teatrul Municipal Csíki Játékszín a inițiat discuții cu Centrul Cultural și celelalte două teatre din județ (Teatrul Figura Studio Gheorgheni și Teatrul Tomcsa Sándor din Odorheiu Secuiesc) pentru a realiza un sistem comun de abonamente rurale, când starea de sănătate publică va face acest lucru posibil. Abonamentul va conține trei spectacole pe stagiune – câte unul de la fiecare teatru, transportul fiind finanțat de Centrul Cultural Județean.

Parteneriat cu Teatrul Pufi

Teatrul Pufi a fost partenerul Teatrului Municipal Csíki Játékszín în 2021 la realizarea spectacolului pentru bebeluși, *Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja*, asigurând finanțarea onorariului pentru perioada de repetiții al actriței care joacă în spectacol.

Parteneriat cu Asociația TLT Artlife

Asociația TLT Artlife a fost partenerul teatrului în organizarea evenimentului *Just Dance* ținut pe 29. aprilie, 2021., cu ocazia Zilei Mondiale a Dansului.

Parteneriat cu școlile din Miercurea Ciuc

În spectacolul *Valahol Európában* au jucat 31 de copii, elevi din următoarele școli: Márton Áron Főgimnázium, Nagy István Művészeti Közéiskola, Petőfi Sándor Általános Iskola, Nagy Imre Általános Iskola, Segítő Mária Római Katolikus Gimnázium, Márton Ferenc Általános Iskola, Csíki Waldorf.

În spectacolul *Csárdáskirálynő* muzicienii-interpreți care formează orchestra sunt profesori ai Liceului de Artă Nagy István și ai Școlii Populare de Arte.

Parteneriat cu Asociația de Dezvoltare Intercomunitară Pro Cultura Siculi

Scenele din Casa Artelor și din Cinema Ciuc sunt des închiriate de Teatrul Municipal Csíki Játékszín pentru a ține spectacole și repetiții. Ambele clădiri se află în administrația Asociației Pro Cultura Siculi, asociație cu care în anul 2021 s-a înființat un parteneriat în cadrul căruia teatrul poate să ia în chirie spațiile la un preț redus cu 50%.

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

Puncte tari (Strengths) -mediu intern-	Puncte slabe (Weaknesses) -mediu intern-
Public numeros și fidel, destul de diversificat pe toate categoriile de vârstă. Un public care - fiind "educat" în cei 23 de ani - este însetat să vadă spectacole de cât mai bună calitate	Număr foarte mic de angajați (40 de salariați pentru o capacitate de 2 săli de spectacole, 15 de reprezentații pe lună în medie, circa 150 de reprezentații pe an)
Trupă stabilă, formată din actori cu o mare dorință de performanță profesională	Personal tehnic insuficient ca număr și pregătire profesională
Consecvență în numărul de premiere produs pe stagione	Trupa de actori nu este destul de diversificată pe vârste, o lacună majoră fiind lipsa actorilor de sub 30 de ani
Personal artistic, tehnic și administrativ salariat	Lipsa personalului specializat în realizarea de proiecte europene
Ofertă diversificată de spectacole	Fișe de post supraîncărcate
Infrastructură creată	Împărțirea scenelor și sălilor de repetiții cu Ansamblul Național Secuiesc Harghita
Tehnică proprie de scenă	
Două săli de spectacole	Lipsa informațiilor privind nevoile publicului

<p>Brand recunoscut</p> <p>Colaborări multilaterale</p> <p>Participarea activă a școlărilor, elevilor la evenimentele teatrului</p> <p>Accesul la un public mai larg prin social media și platforme online</p> <p>Relații bune cu alte instituții</p>	<p>Câteva segmente ale potențialilor beneficiari sunt neglijate</p> <p>Incapacitate de producție proprie</p> <p>Insuficiența spațiilor de depozitare a decorurilor și a spațiilor pentru ateliere</p> <p>Inexistența unei structuri funcționale și coerente de stabilire a atribuțiilor de serviciu (fișa postului, R.O.F., R.I., proceduri operaționale)</p> <p>Lipsa unor mijloace de transport pentru a asigura deplasările spectacolelor</p> <p>Clădirea teatrului necesită reabilitare</p> <p>Inexistența departamentului juridic</p> <p>Inexistența unui apartament de serviciu pentru artiștii invitați</p>
<p>Oportunități (Opportunities) -mediu extern-</p>	<p>Amenințări (Threats) -mediu extern-</p>
<p>Interes al autorității locale pentru susținerea activității, și o bună colaborare între teatru și ordonatorul principal de credite.</p> <p>Interes mărit în comparație cu stagiunile trecute al unor regizori, scenografi, compozitori și coregrafi importanți, de a lucra la teatrul nostru</p> <p>Colaborări cu celelalte teatre din județ, proiecte comune, posibilitatea de a înființa ateliere de producție comune.</p> <p>Participarea mai intensă în viața orașului.</p> <p>Existența comunității universitare care poate deveni un segment important al publicului teatrului.</p> <p>Existența comunității române care poate deveni un segment important al publicului teatrului.</p>	<p>Costuri de energie ridicate</p> <p>Lipsa subvenției alocate pentru producția programului minimal.</p> <p>Lipsa bugetelor multianuale, ce face aproape imposibilă contractarea de artiști în anii următori și programarea unor stagiuni clare și complete.</p> <p>Aprobarea cu întârziere a bugetelor.</p> <p>Imposibilitatea de a juca spectacole din cauza stării de sănătate publică (COVID)</p> <p>Pierderea contactului cu o parte semnificativă a publicului, din cauza obligativității de a prezenta certificatul verde pentru a putea achiziționa bilet la teatru</p> <p>Imposibilitatea de a acorda personalului salariat angajat cu contract individual de muncă</p>

Interes mare pentru teatru în localitățile din jur.	stimulente financiare pentru performanță profesională.
Posibilitatea comisionării unor studii de consum cultural care să permită o viziune prospectivă și o analiză periodică a evoluțiilor în timp a nevoilor publicului.	Neaprobarea suplimentării numărului de posturi. Lipsa posibilităților financiare personale pentru consumul cultural.
Participarea la festivaluri naționale și internaționale.	Ambiguitatea normelor legislative incidente instituțiilor de spectacole.
Parteneriate media locale, naționale și internaționale.	Scăderea atât a interesului publicului cât și a veniturilor acestuia din cauza pandemiei

3. Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia

În 2021 Teatrul Municipal Csíki Játékszín a împlinit 23 de ani de existență. În primele două decenii managementul teatrului a reușit să creeze o infrastructură destul de funcțională, o trupă stabilă și o bază de public numeroasă. În prezent teatrul este cea mai mare instituție culturală a municipiului Miercurea Ciuc cu activități cunoscute de către majoritatea locuitorilor orașului.

Încă din anul 2018 unul dintre obiectivele principale al managementului era formarea unui brand specific al teatrului, din dorința de a pune teatrul pe harta națională și internațională a teatrelor importante. În anul 2019 s-a realizat un proces de rebranding rezultând într-un logo nou și modern, elemente grafice secundare și un website nou. În anul 2021 am pus accentul pe perfecționarea imaginii, respectiv pe folosirea consecventă și popularizarea brandului. În felul acesta, datorită implementării de spectru larg al acestuia, teatrul a ajuns ca să fie recunoscut la prima vedere atât de localnici, cât și de cei din afara localității. În 2021 procesul de rebranding a fost finalizat prin crearea unui brand-book pentru a fi folosit de graficienii și salariații teatrului.

Vizibilitatea teatrului, sporită în acest fel, se observă și în statisticile de vizualizare și activitate de utilizatori pe platformele online ale Teatrului, precum site-ul oficial, pagina de Facebook, profilul de Instagram și canalul YouTube.

În cursul anului 2021 partenerii media ai teatrului au fost: TVR, M5, ETV, Radio Cultural, Radio Târgu-Mureș, Erdély Fm, Fun Fm, Székely TV, Hargita TV, Hargita Népe, Játéktér, Krónika, Székelyhon, Maszol.

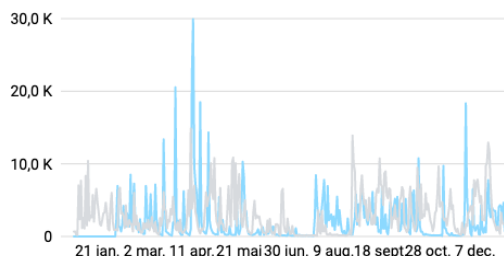
Statisticile paginii de facebook a teatrului
<https://www.facebook.com/csiki.jatekszin>

La impactul paginii găsim o scădere de 15,9% față de anul 2020, dar pe profilul Instagram avem o creștere cu 225,9%.

Impact

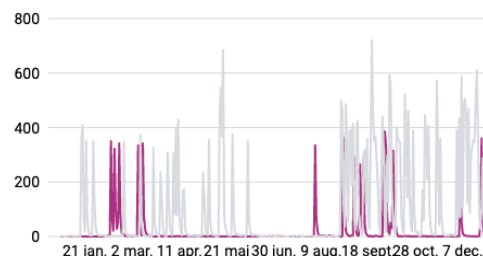
Impactul Paginii de Facebook

130.330 ↓ 15,9%



Impactul contului de Instagram

2.933 ↑ 225,9%

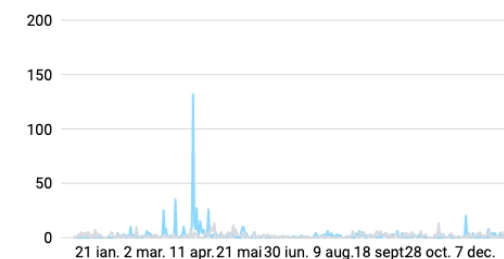


În 2021 am avut 572 urmăritori noi pe pagina de Facebook și 245 urmăritori noi pe Instagram

New likes and followers

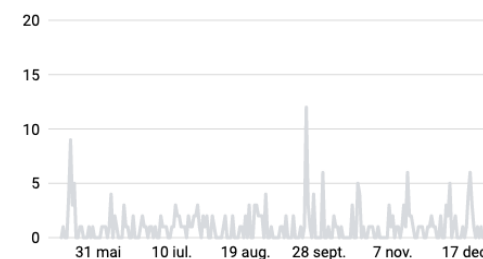
Aprecieri noi pentru Pagina de Facebook

572 ↓ 22,5%



Urmăritori noi pe Instagram

245 --

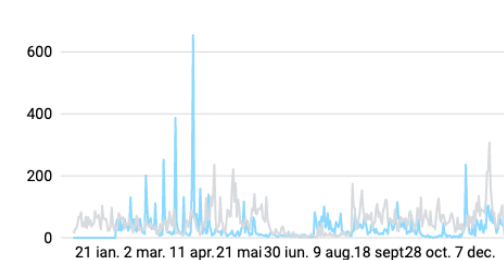


Numărul de vizite pe pagina de Facebook are o creștere de 75,3% față de anul 2020, iar pe Instagram această creștere este de 420,2%.

Page and profile visits

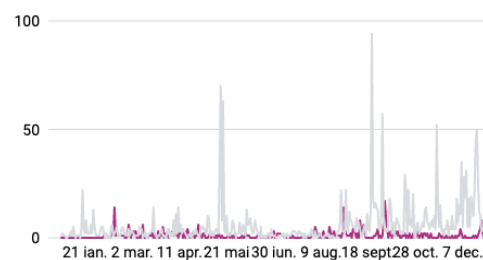
Vizite în Pagina de Facebook

19.341 ↑ 75,3%



Vizite în profilul de Instagram

2.107 ↑ 420,2%



În 2021, teatrul a organizat prima ediție a festivalului *Unscene* - festivalul absolvenților de artă, pentru care s-a creat o pagină separată de Facebook și Instagram. Impactul paginii în luna iunie a fost de 70.178, care mărește impactul teatrului pe anul 2021 la 200.000. Pagina Facebook a festivalului *Unscene* are 1100 de urmăritori, iar profilul Instagram are 112.

Componența audienței

Pagina Facebook a teatrului are un număr total de 8400 de urmăritori, din care 68.6% sunt femei, 31.4% bărbați. Aproape același raport se regăsește și printre cei 1100 urmăritori de pe Instagram.

Cea mai mare parte a urmăritorilor sunt localnici, dar se găsesc oameni interesați de activitatea teatrului și în alte orașe din țară, precum și din Ungaria, Germania și Marea Britanie.

Audiență

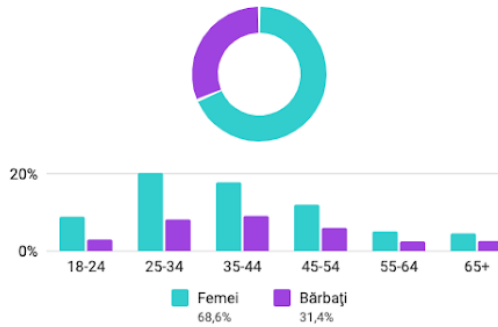
Audiența actuală

Audiență potențială

Numărul de aprecieri ale Paginii de Facebook

8,4 K

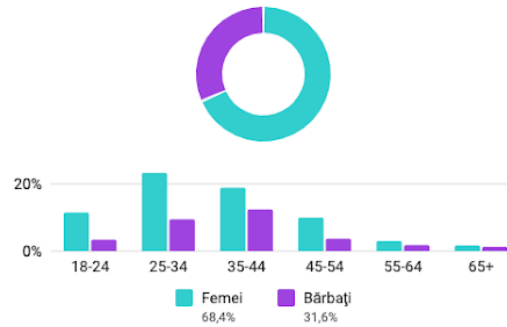
Vârsta și gen



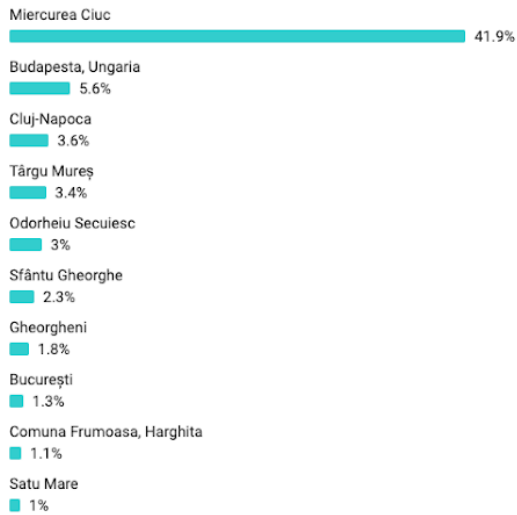
Următorii de pe Instagram

1,1 K

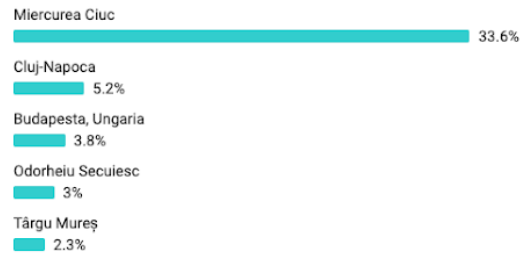
Vârsta și gen



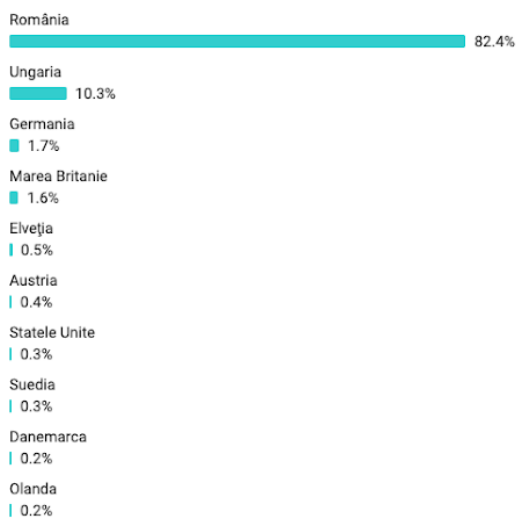
Principalele orașe



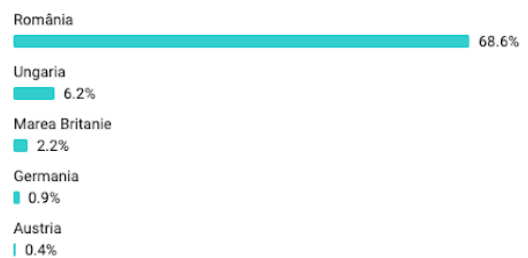
Principalele orașe



Top țări



Top țări

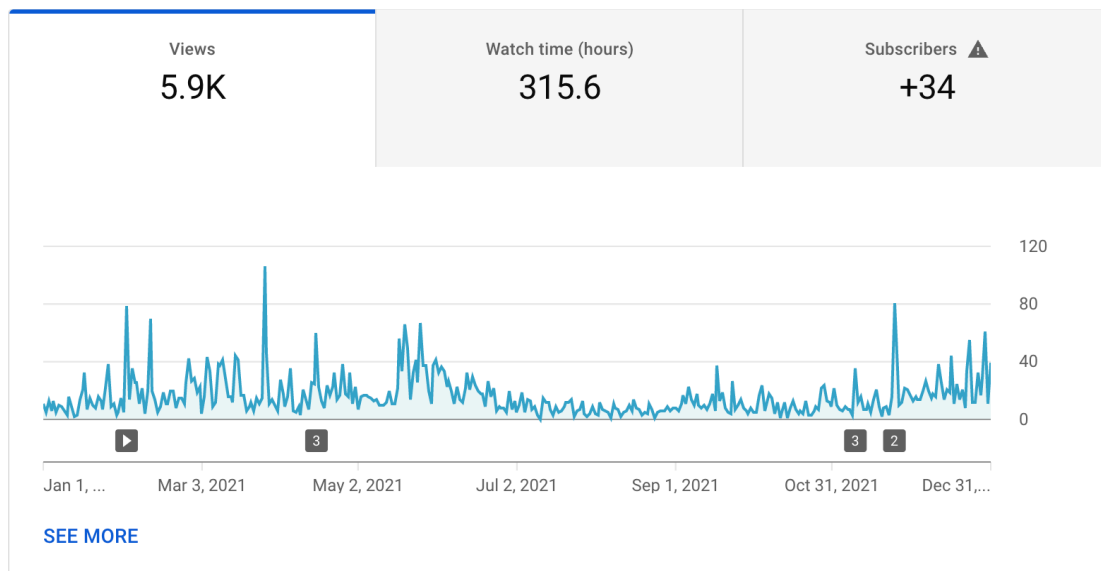


Statisticile canalului YouTube al teatrului pentru anul 2021

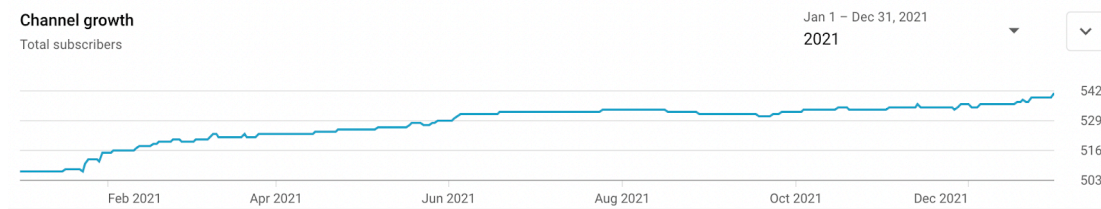
<https://www.youtube.com/channel/UCZzSoAn1nRufuUpnHfQTuHw>

Impactul pe canalul YouTube a scăzut semnificativ față de anii precedenți, fiindcă în 2019 s-a desființat departamentul de Marketing al teatrului, care producea o cantitate însemnată de materiale video.

Clipurile teatrului (trailere, interviuri, filme) au fost vizualizate de 5900 ori, într-o durată totală de 315 ore.



În 2021 numărul de abonați a crescut de la 507 la 545:



Pentru îmbunătățirea imaginii existente am inițiat numeroase campanii de promovare a activității Teatrului Municipal Csíki Játékszín printre care se numără:

- Actualizarea conținutului paginii web a instituției - www.csikijatekszin.ro - completarea secțiunii în limba română, actualizarea fotografiilor și a datelor
- Organizarea și efectuarea unei sesiuni foto cu toți angajații Teatrului Municipal Csíki Játékszín
- Schimbarea fotografiilor pe pagina web și în foyerul teatrului

- Achiziționarea și montarea unei mochete în foyer
- Actualizarea în permanență a paginii de Facebook, prin următoarele acțiuni:
 - Tag-uri cu actorii la fotografiile spectacolelor, sau cu actorii invitați
 - Crearea de evenimente pe pagina teatrului pentru fiecare reprezentație (în care oferim sinopsisul spectacolului, fotografii, trailere)
 - Postări cu ocazia începerii repetițiilor la o producție, și în diferitele stadii de lucru
 - Postări cu ocazia sărbătorilor (Ziua Poeziei Maghiare, Ziua Dansului, Ziua Teatrului, alte sărbători)
- Realizarea unor interviuri cu artiștii invitați
- Actualizarea profilului Instagram, postări consecvente în fiecare săptămână
- Crearea și difuzarea de materiale promoționale (mash-uri publicitare cât și materiale video)
- Asigurarea stocului necesar de afișe la spectacolele din repertoriu - promovarea activității
- Realizarea trailerelor video
- Înregistrarea spectacolelor cu 4 camere video
- Construirea unei relații active cu presa la nivel local și național prin organizarea de conferințe de presă periodice și transmiterea de comunicate în mod constant în presa scrisă și la radio și televiziune
- Completarea trupei de actori prin angajarea unui actor din generația tânără, în urma Festivalului Unscene
- Încercarea de racordare la standardele europene privind dotările și echipamentele instituției - achiziționarea de aparatură performantă atât în materie de lighting-design, cât și de sound design.
- Participarea la festivaluri importante de teatru

Teatrul Municipal Csíki Játékszín și-a propus ca în perioada aprilie - decembrie 2021 să facă primii pași spre a deveni un reper cultural pe scena teatrală din România și din Ungaria. Acest obiectiv a fost perceput atât de public cât și de criticii de specialitate și jurnaliști, respectiv creatori de teatru, generând astfel un interes crescut și o nouă vizibilitate.

Pe parcursul perioadei menționate, recunoașterea valorii repertoriului curent a fost demonstrată prin selectarea pentru participarea la festivaluri de specialitate.

Participări în perioada raportată:

DATA	SPECTACOL	EVENTIMENT	LOCAȚIE
13 iunie	Valahol Európában	Festivalul Unscene	Miercurea Ciuc
20 iunie	Gyerekünk	Al 33.-lea Festival al Teatrelor Maghiare	Kisvárdá (HU)
30 iunie	III. Richárd	Festivalul Shakespeare, ediția XVI.	Gyula (HU)
4 septembrie	Ásóka	MOST Feszt VII.	Tatabánya (HU)
23 septembrie	Gyerekünk	Festivalul draMA	Odorheiu Secuiesc
25 octombrie	Valahol Európában	Festivalul Teatrelor Maghiare, ediția V.	Brașov

4. Măsurile luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari

Din păcate, în afara *Barometrului de Consum Cultural* lansat de Institutul Național de Cercetare și Formare în Cultură nu există studii referitoare la nevoile și obiceiurile consumatorilor de cultură, mai ales la nivel local.

În anii precedenți, când Teatrul Municipal Csíki Játékszín a avut abonamente, la sfârșitul stagiunii se organiza un sondaj legat de spectacolele din stagiune, în care publicul și-a putut exprima părerea despre spectacolele văzute și despre actorii preferați. Cu toate că din acest sondaj a reieșit care sunt spectacolele și actorii preferați ai publicului, informațiile nu au servit la o cunoaștere mai detaliată a beneficiarilor.

În stagiunile 2019/20 și 2020/21 teatrul nu a vândut abonamente din cauza pandemiei, și nici acest sondaj nu a mai fost realizat.

Pentru o mai bună cunoaștere a categoriilor de beneficiari, în 2021 am început să punem bazele unui studiu mult mai complex, împreună cu oameni de știință din domeniu: Szócs Attila, *lector universitar - marketing, Departamentul de Știința Afacerilor, Universitatea Sapientia* și Dr. Zsigmond Andrea, *lector universitar, Facultatea de Teatru și Film, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca*. În acest moment studiul se află în faza de elaborare, urmând ca să fie realizat și finalizat în 2022. Sperăm ca din acest studiu să aflăm informații mult mai detaliate și reale despre beneficiarii Teatrului Municipal Csíki Játékszín, și să nu ne bazăm numai pe datele din *Barometrului de Consum Cultural*, care nu neapărat sunt în concordanță cu rezultatele pe plan local.

Ce este însă evident de acum, e faptul că două categorii de beneficiari sunt „neglijate” din punctul de vedere al repertoriului teatral:

- *Adolescenții* sunt o categorie de public destul de controversată și greu de accesat: spectacolele pentru copii deja nu le mai provoacă interesul, iar

spectacolele pentru adulți nu le oferă nici temele cele mai potrivite, nici „setting-ul” în care ei ar dori să se uite la teatru.

Pentru a întâmpina această problemă, teatrul va implementa două proiecte manageriale extra program minimal deja din stagiunea 2021/22:

- Proiectul *Teatru experimental în spații alternative folosind mijloace de expresie multimedia*, concretizat în spectacolul *Tough!* care va fi realizat la ștrandul abandonat din Miercurea Ciuc, cu premiera la începutul lunii mai, 2022.
 - Proiectul *Teatru în școală/clasă*, concretizat cu spectacolul *Csongor és Tünde*, spectacol jucat în sălile de clasă, urmând a fi realizat în lunile mai și iunie, și jucat din septembrie 2022.
- *Populația română* din Miercurea Ciuc nu are acces la spectacole în limba română. Programul managerial *Abonamentul Luceafărul cu 4 spectacole pe stagiune* deocamdată nu poate fi implementat din atât cauza lipsei abonamentelor și bugetului necesar, dar și din cauza situației pandemice care face imposibilă programare din timp a spectacolelor. Începând cu stagiunea 2022-2023 vom încerca să realizăm supratitrări în limba română la câteva spectacole.

5. Grupurile-țintă ale activităților instituției

Teatrul Municipal Csíki Játékszín, fiind unicul teatru în municipiul cu aproximativ 35.000 de locuitori trebuie să deservească toate categoriile posibile, adică întreaga populație. Având în vedere tendința de scădere a numărului de locuitori al municipiului, grupurile-țintă ale activității instituției pe termen scurt, mediu și lung se pot defini printr-un cerc alcătuit din oameni fideli și iubitori de teatru care simt nevoia de o ofertă corespunzătoare din partea instituției. Scopul teatrului trebuie să fie mărirea cercului respectiv prin dezvoltarea ofertei și îmbunătățirea comunicării cu societatea din cadrul orașului.

Pe termen scurt a fost necesară o atenție sporită pentru păstrarea publicului captiv, prin recalibrarea calitativă a ofertei culturale. Avantajul a fost că acest public este unul eterogen, fapt ce permite diversificarea repertoriului, ceea ce a dus la diversificarea publicurilor.

Spectacole jucate în anul 2021

Nr. Crit.	Spectacol	Grup țintă
1.	Én és a kisöcsém	Toate categoriile de vârstă
2.	Pájinkás János	Categoria: 16-55 ani
3.	A két csodatorta	Categoria: 6-13 ani
4.	Megtorlás	Categoria: 14+
5.	Gyerekünk	Categoria: 14+
6.	Játszótársak	Toate categoriile de vârstă
7.	Bolha a fülbe	Toate categoriile de vârstă
8.	Valahol Európában	Toate categoriile de vârstă
9.	Búcsújárás	Toate categoriile de vârstă
10.	Ásóka	Categoria: 14+
11.	Torzonborz, a rabló	Categoria: 6-13 ani
12.	kilencvenegy	Categoria: 14+
13.	A Halottember	Categoria: 14+
14.	III. Richárd	Categoria: 14+
15.	Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja	Categoria: 0-5 ani
16.	Csárdáskirálynő	Toate categoriile de vârstă

Alte activități/proiecte în anul 2021

Nr. Crit.	Activitate / Proiect	Grup țintă
1.	Recitalul de poezii și muzică Szabó Enikő	Toate categoriile de vârstă
2.	Festivalul <i>Unscene</i>	Toate categoriile de vârstă, studenți și profesori de artă din țară, comunitatea teatrală
3.	Ziua Mondială a Muzicii - bursă de discuri	Toate categoriile de vârstă
4.	Ziua Mondială a Dansului	Toate categoriile de vârstă
5.	Ziua Poeziei Maghiare	Toate categoriile de vârstă
6.	Ziua Mondială a Teatrului	Toate categoriile de vârstă

6. Profilul beneficiarului actual

Cele mai importante trăsături ale profilului beneficiarului în anul 2021 au fost: **vaccinat și foarte pasionat de teatru.**

Anul 2021 a fost anul restricțiilor din cauza pandemiei. S-a putut juca cu săli la capacitate redusă și numai pentru spectatorii vaccinați, multe spectacole au fost amânate sau anulate. Modificarea constantă a restricțiilor pe timpul stagiunii a produs situații extrem de complicate de gestionat de către teatru - bilete vândute pentru 70% din capacitate și cu câteva zile înainte de reprezentație am fost puși în situația de a ne racorda la noile măsuri și să jucăm cu maxim 30% din capacitate. Aceste restricții și lipsa abonamentelor au creat o stare de frustrare și de neîncredere în rândul publicului și a condus la un număr foarte mic de spectatori, chiar și mai mic decât în 2020:

	Anul 2019	Anul 2020	Anul 2021
Număr spectatori, din care	41248	13247	9621
- la sediu	29278	9608	7285
- în afara sediului	11970	3639	2336

Publicul Teatrului Municipal Csíki Játékszín se poate distribui pe vârste astfel:

- **Public de antepreșcolari (0-5 ani)** - un segment de public cu totul nou pentru teatru. Unul dintre obiectivele teatrului este de a inocula spectatorii de la o vârstă cât mai fragedă. Pentru acest scop, în 2021 am lansat un proiect extra program minimal: *Teatru pentru bebeluși*, concretizând în spectacolul *Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja*.
- **Public de copii (6-13 ani)** - un public deja dezvoltat de-a lungul anilor. Copii vin în grupuri organizate la spectacole dar sunt și reprezentații pentru familii. Acest public este foarte fidel, atent și deschis, mai ales dacă i se oferă teme de interes, prezentate într-un mod adecvat.
- **Public adolescent (de la 13 la 18 de ani)** - un public care este deja destul de matur pentru spectacole de copii, dar încă nu neapărat este interesat de temele oferite adulților.
- **Public foarte tânăr (de la 18 la 24 de ani)** caută texte contemporane, actori tineri, cât și forme noi de teatru. Datorită înnoirii repertoriului, devine un public pe care Teatrul Municipal Csíki Játékszín își dorește să îl formeze și să îl țină aproape.
- **Public tânăr (de la 24 la 34 de ani)** - este cea mai deschisă categorie de public. Alege participarea la spectacolele teatrului din dorința de a căuta

forme de bună dispoziție și relaxare dar în același timp caută și ceva care să îl provoace. Posedă un bagaj cultural și este încă în formare.

- **Public adult (de la 34 la 44 de ani)** este categoria cea mai predispusă să investească bani în participarea la spectacole de teatru, este deschis către nou.
- **Public matur (de la 44 de ani)** este publicul fidelizat, responsabil și atent, dar care nu este neapărat deschis la forme noi, sau provocări.

B) Evoluția profesională a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia

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

Teatrul Municipal Csíki Játékszín se raportează în permanență la politicile culturale la nivel național având ca reper *Strategia pentru cultură și patrimoniu național 2016-2022* și, implicit, interesul pentru atingerea obiectivelor și direcțiilor necesare în perspectiva susținerii și diversificării ofertei specifice, în paralel cu întărirea capacității instituționale.

În [Proiectul strategiei culturale a Municipiului Miercurea Ciuc](#) sunt definite următoarele obiective strategice majore:

1. cultura ca obiect pentru întărirea spiritului comunitar – oamenii înainte de toate;
2. protejarea, conservarea, restaurarea, recuperarea și valorificarea patrimoniului cultural material și imaterial (Conservarea patrimoniului cultural);
3. dezvoltarea condițiilor instituționale pentru opere culturale contemporane (cultura contemporană);
4. dezvoltarea ofertei culturale; cultură pentru fiecare cetățean (cultură deschisă);
5. consolidarea și prezentarea identității locale (creșterea atractivității).

Prin programele sale profesionale Teatrul Municipal Csíki Játékszín a urmărit îndeplinirea sarcinilor și obiectivelor generale și specifice pe trei direcții:

- **Dezvoltare** – realizarea unui repertoriu coerent de programe și proiecte, perfecționarea continuă a personalului și a conducerii instituției, desăvârșirea echipei artistice, dezvoltarea spațiilor teatrului

- **Reabilitare** – consolidarea clădirii prin reparații curente și reamenajări ale spațiilor folosite.
- **Imagine și promovare** – reintegrarea teatrului în mișcarea artistică județeană, națională și internațională, dezvoltarea cercetării în domeniul artelor spectacolului.

Prin activitatea sa profesională, teatrul a reușit să se adecveze obiectivelor strategice ale autorității locale, rămânând dator la punctul 4: dezvoltarea ofertei culturale. Încă nu am reușit să oferim teatru pentru fiecare cetățean, cei neglijăți fiind adolescenții, studenții universitari, publicul de limba română și publicul rural.

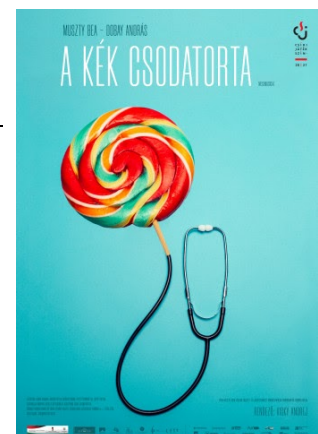
Pentru a rămâne fidel obiectivelor strategice, Teatrul Municipal Csíki Játékszín, în anul 2021 a avut 16 spectacole pe repertoriu, completate de diferite programe culturale:

Premiere realizate înaintea perioadei de raportare

A két csodatorta

de Muszty Bea - Dobay András

Regia:	Visky Andrej
Premiera:	2021. 02. 05
Detalii:	https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/a-kek-csodatorta
Nr. reprezentații:	18



Bolha a fülbe

de Georges Feydeau

Regia: Zakariás Zalán

Premiera: 2021. 04. 01

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/bolha-a-fulbe>

Nr. reprezentatii: 5



Valahol Európában

de Dés László, Nemes István, Böhm György –
Korcsmáros György – Horváth Péter

Regia: Somogyi Szilárd

Premiera: 2021. 05. 15.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/valahol-europaban>

Nr. reprezentatii: 24



Búcsújárás

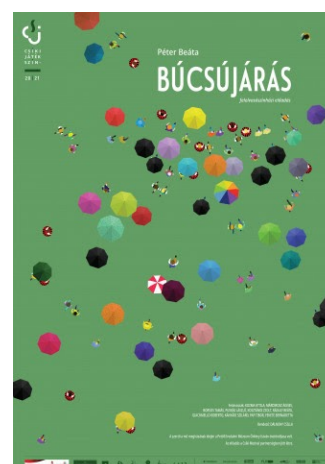
de Péter Beáta

Regia: Dálnoky Csilla

Premiera: 2021. 05. 23.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/bucsujaras>

Nr. reprezentatii: 2



Torzonborz, a rabló

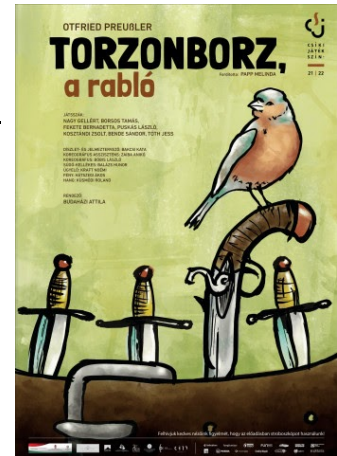
de Otfried Preußler

Regia: Budaházi Attila

Premiera: 2021.10. 20.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/torzonborz-a-rablo>

Nr. reprezentații: 11



III. Richárd

de William Shakespeare

Regia: Vladimir Anton

Premiera: 2021.06. 30.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/iii-richard>

Nr. reprezentații: 1



kilencvenegy

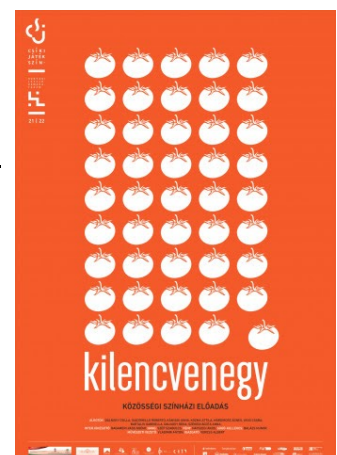
de Dálnoky Réka și echipa

Regia: Bartalis Gabriella

Premiera: 2021.10. 22.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/kilencvenegy>

Nr. reprezentații: 6



Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja

de Varró Dániel

Regia: Blénessy Enikő

Premiera: 2021.11. 06.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eload-asok/cseppinkoka-kalimbaba-szenzacios-anyakalandja>

Nr. reprezentații: 10



Csárdáskirálynő

de Leo Stein – Jenbach Béla - Kálmán Imre

Regia: Sebestyén Aba

Premiera: 2021.12. 17.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eload-asok/csardaskiralyno>

Nr. reprezentații: 4



Mențiune: În ciuda restricțiilor am reușit să producem opt spectacole noi.

Spectacole păstrate în repertoriu

Én és a kisöcsém

de Eisemann Mihály - Szilágyi László

Regia: Kányádi Szilárd

Premiera: 2020.12. 11.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eload-asok/en-es-a-kisocsem>

Nr. reprezentații: 10



Pájinkás János

de Kárpáti Péter

Regia: Barabás Árpád

Premiera: 2020.10. 02.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/pajinkas-janos>

Nr. reprezentații: 12



Megtorlás

de Tóth Árpád - I. L. Caragiale

Regia: Tóth Árpád

Premiera: 2019. 04. 19.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/megtorlas>

Nr. reprezentații: 3



Gyerekünk

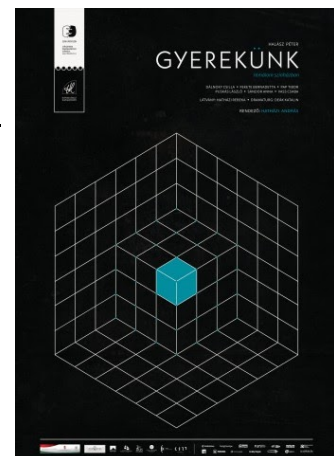
de Halász Péter

Regia: Hatházi András

Premiera: 2020. 02. 16.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/gyerekunk>

Nr. reprezentații: 7



Játszótársak

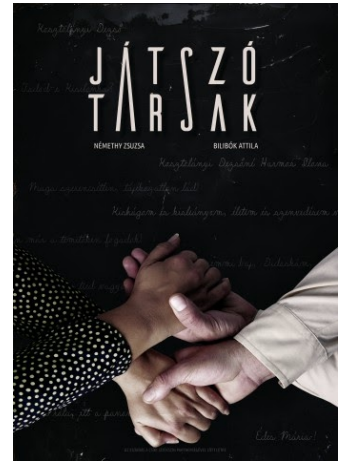
bazat pe opera lui Kosztolányi Dezső

Regia: Némethy Zsuzsa, Bilibók Attila

Premiera: 2019. 11. 22.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/jatszotarsak>

Nr. reprezentații: 1



Ásóka

de Deák Katalin - Biró Réka - Bartalis Gabriella

Regia: Bartalis Gabriella

Premiera: 2019. 04. 18

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/asokapa>

Nr. reprezentații: 5



A halottember

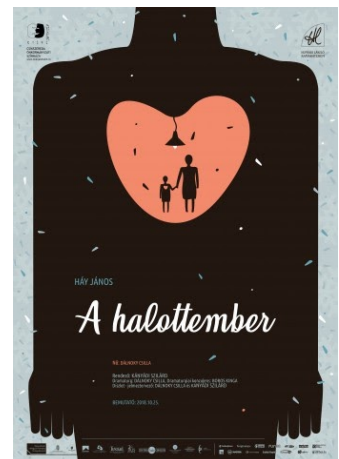
de Háy János

Regia: Kányádi Szilárd

Premiera: 2018. 10. 25

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/a-halottember>

Nr. reprezentații: 1





În anul universitar 2020-2021, din cauza pandemiei COVID-19, studenții de la arte (teatru, film, muzică, arte plastice) au fost lipsiți aproape în totalitate de cel mai important lucru pentru un absolvent – întâlnirea cu publicul. Această situație a făcut ca studenții – viitorii noștri colegi, să iasă în lume într-un anonim care pentru un tânăr artist este cumplit.

Unul din obiectivele noastre principale a fost acela de a încerca să transformăm orașul Miercurea-Ciuc într-un hub cultural și de a atrage public atât din împrejurimi dar și din alte orașe.

Așadar, în perioada 8-13. iunie am organizat **ediția 0 a festivalului *Unscene*** pentru a oferi studenților de actorie și regie ocazia de a se întâlni cu publicul pentru prima dată.

Organizator

Teatrul Municipal Csíki Játékszín

Co-organizatori

Centrul Cultural Județean Harghita

Primăria Miercurea Ciuc

Finanțator principal

Nemzeti Együttműködési Alap, Miniszterelnökség (HU)

Sponsori Gold

Harplast

Amigo

Sponsori

Combridge

Harmopan

Gerkon Electro

Parteneri principali

Facultatea de Teatru și Film,
Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca
Universitatea de Arte din Târgu-Mureș
UNATC "I. L. Caragiale" București
Universitatea de Vest Timișoara

Parteneri

Formația Ineffable
Chromatt
Koborking Studio
Kurta István software developer
Obszkura Production
Cafeneaua Kulissza

Spații de desfășurare

Scena mare a teatrului
Sala studio a teatrului
Cinema Miercurea Ciuc
Terasa Kulissza
Sala de conferințe a Centrului Cultural Județean

Unscene în cifre

- aproximativ 200 de participanți
- 20 de spectacole de teatru
- 2 workshop-uri
- 1 expoziție foto
- 2 concerte (Ineffable, Ovidiu Lipan Țăndărică)
- 1 eveniment Slam Poetry
- 17 proiecții de filme în aer liber
- 1183 de spectatori la spectacolele de teatru





Ziua Culturii Maghiare - 22. ianuarie 2021

Ziua Culturii Maghiare a fost sărbătorită cu 4 evenimente:

1. Ora 11:00 - repetiție cu public a spectacolului muzical pentru copii, *A két csodatorta*, cu participarea elevilor din clasele primare ale Liceului de Artă Nagy István
2. Ora 15:00 - spectacol lectură în foyerul teatrului din piesa *Búcsújárás*, scrisă de Péter Beáta. Autoarea din Miercurea Ciuc prelucrează tema rusaliilor, eveniment foarte important în viața orașului, când zeci de mii de pelerini vizitează locurile sacre din Șumuleu-Ciuc
3. Ora 18:00 - reprezentația spectacolului *Én és a kisöcsém* în sala mare
4. Ora 20:15 - activitate de *educație teatrală* în foyer, condus de teatrologul Boros Kinga pentru elevii Gimnaziului Márton Áron.





Ziua Mondială a Teatrului - 27. martie 2021

De Ziua Mondială a Teatrului am organizat o proiecție în aer liber, în fața clădirii teatrului. Proiecția a început cu mesajul lui Helen Mirren, citit de managerul teatrului, după care publicul a vizionat filmul documentar despre Teatrul Municipal Csíki Játékszín, intitulat *Csíki Játékszín 20*, care a fost realizat în 2018 cu ocazia aniversării a 20 de ani de existență a teatrului.

<https://www.youtube.com/watch?v=y6ns9ck4Knw>

Ziua Poeziei Maghiare - 11. aprilie 2021

În 2021 am sărbătorit 100 de ani de la nașterea poetului Pilinszky János (premiile Baumgarten, József Attila și premiul Kossuth). Cu această ocazie, pe 11 aprilie de la ora 10:00, 11 actori au recitat 11 poezii ale poetului pe scările teatrului. Programul de recital a fost acompaniat de contribuția flautistului Boldizsár Szabolcs.

De la ora 19:00, în sala mare a teatrului a avut loc concertul actriței Szabó Enikő: *Versek és dalok (Poezii și cântece)*. În cadrul concertului publicul a ascultat poezii din opera poezilor Arany János, József Attila, Kovács András Ferenc, Kemény István, Lackfi János, Orbán János Dénes, Parti Nagy Lajos, Radnóti Miklós, și Szabó T. Anna



Ziua Mondială a Dansului - 29. aprilie 2021

Eveniment organizat în parteneriat cu Asociația TLT Art Life. Programul a început la ora 20:00 cu performance-ul copiilor care joacă în spectacolul *Valahol Európában*, după care a avut loc un dans comun cu participanții evenimentului și cu angajații Ansamblului Național Secuiesc Harghita. Evenimentul s-a încheiat cu jocul popular *Just Dance*, și a fost o adevărată sărbătoare a dansului și a libertății.



Ziua Mondială a Muzicii - 1. octombrie 2021

Ziua muzicii a fost sărbătorită de prima oară în 2021 la Teatrul Municipal Csíki Játékszín. Evenimentul a început la ora 11:00 în fața teatrului cu o audiție din toată istoria muzicii. De la ora 13:00 s-a ținut o bursă de discuri, casete și CD-uri, și o expoziție de benzi desenate.



Programul *ENTER - porți către teatru*

Programul *Enter – kapu a színházra* a fost realizat de către două actrițe din Miercurea Ciuc. În cadrul programului elevii din liceele orașului au vizionat spectacolul *Valahol Európában*, după care actrițele s-au întâlnit cu elevii în clasă și a avut loc o discuție/dezbatere legată de temele prelucrate de spectacol.

Trupa de amatori *Harmadik figyelmeztetés (Al treilea anuț)*

Pentru a conecta tinerii și adulții interesați cât mai mult la viața teatrului, în toamna anului 2021 am lansat o trupă de actori amatori, numită *Harmadik figyelmeztetés (Al treilea anuț)*.

Interesul a fost atât de mare, încât a trebuit să distribuim participanții în patru grupuri: 2 grupuri de elevi și 2 grupuri de adulți, fiecare grup fiind condus de câte un actor al teatrului. Grupurile de adulți, din păcate, după scurt timp au fost nevoiți să se oprească din activitate din cauza restricțiilor.

Cele două grupuri de elevi fac jocuri și exerciții de actorie și pregătesc câte un spectacol:

- *Janne Teller: Semmi*
- *Tasnádi István: Magyar Zombi (Finito)*

Spectacolele vor fi prezentate în primăvara anului 2022.

Program de voluntariat

Tot din dorința de a atrage tinerii la teatru și din necesitatea produsă de lipsa de personal, am inițiat un program de voluntariat în cercurile elevilor. Voluntarii (în jur de 10 elevi) ajută personalul teatrului la întâmpinarea publicului, verificarea certificatelor de vaccinare, în munca de garderobier, distribuirea afișelor și la organizarea festivalurilor.



2. Orientarea activității profesionale către beneficiari

Toate activitățile culturale realizate de teatru au ca direcție de adresare comunitatea din Miercurea Ciuc, dar și cea din județul Harghita. Politica de preț a biletelor la spectacol a fost aceea de menținere a unor cote scăzute, pentru a nu îngrădi accesul la cultură al beneficiarilor, Consiliul Local Miercurea Ciuc aprobând aceste prețuri. În această perioadă am urmărit dezvoltarea relației cultură – educație prin parteneriate cu instituții de învățământ, instituții de cultură din județul Harghita și nu numai. Activitățile culturale au răspuns cerințelor comunității, iar acestea au adus publicul mai aproape de actori, de spectacolele de teatru. Pornind de la ideea că orientarea spre beneficiari înseamnă identificarea și analiza continuă și cuprinzătoare a așteptărilor spectatorilor, transpunerea acestora în realizarea produselor și serviciilor, în modul de desfășurare a interacțiunii cu aceștia cu scopul dezvoltării unor relații avantajoase pentru ambele părți, prezentăm rezultatele privind modul în care este percepută orientarea către spectatori a Teatrului Municipal Csíki Játékszín ca fiind foarte bune.

În perioada evaluată, ianuarie – decembrie 2021, au fost înregistrați la spectacolele realizate de teatru un număr de aproximativ **9621** de spectatori plătitori de bilet, și foarte mulți invitați și oameni de presă care au participat la spectacolele organizate, spectatori la evenimentele gratuite realizate în aer liber, numărul total al beneficiarilor ridicând-se la peste **12000** de participanți.

Teatrul Municipal Csíki Játékszín își orientează în mod constant activitatea către public, consolidând legăturile dintre actul teatral și comunitate pe mai multe segmente:

- promovarea unui act teatral de calitate
- diversitatea experiențelor teatrale ca miză importantă a unui repertoriu stratificat ce poate răspunde necesităților beneficiarilor actuali
- stimularea dramaturgiei contemporane
- prezența pe scena din Miercurea Ciuc a unor regizori de top din țară și din străinătate și menținerea publicului-beneficiar în permanentă conexiune cu tot ce este nou și valoros în artele spectacolului
- acțiuni culturale care să faciliteze accesul la spectacole pentru anumite categorii de public
- valorizarea creației teatrale în context european și nu numai
- exploatarea potențialului instituției ca spațiu viu, uzină de creație dar și ca bun de patrimoniu

3. Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse

Direcțiile de acțiune în majoritatea anului 2021 s-au concentrat asupra continuității activității și introducerea de noi strategii și direcții artistice. În primul

trimestru direcția interimară a teatrului s-a concentrat asupra compensării reprezentațiilor „datorate” spectatorilor cu abonamente din anul 2020, și planificarea primei părți a stagiunii 21/22.

Din aprilie 2021, direcțiile întreprinse de noul management au urmărit cu precădere atingerea obiectivelor specifice și creșterea instituției atât din punct de vedere al actului cultural, cât și din punct de vedere al imaginii teatrului pe plan local, național și internațional.

Pentru a face primii pași pe drumul marcat de noua viziune artistică și managerială, conducerea teatrului a încercat să aducă o abordare și atitudine proaspătă față de cei 22 de ani precedenți, concretizând în următoarele acțiuni:

- Regândirea structurii organizaționale, cele mai importante măsuri luate fiind introducerea în organigramă a direcțiunii artistice și tehnice. Până 2021, teatrul nu a avut director artistic și director de producție, rezultând în abilitatea scăzută a managerului de a se ocupa cu toate laturile managementului și îngreunarea procesului de producție. Din cauza lipsei de posturi, această reorganizare a rămas neoficială, urmând ca organigrama și ROF-ul să fie modificate în 2022.
- Încercarea, împreună cu primăria, de a rezolva problema lipsei posturilor
- Achiziționarea unui spațiu nou pentru a servi ca atelier pentru cabinier și depozit de costume
- Organizarea unui festival nou care atrage publicul tânăr și de profesie
- Deschidere către tineret, integrarea tinerilor la viața teatrului
- Contactarea unor creatori importanți din țară și din străinătate

C) Organizarea, funcționarea instituției și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare, pentru mai bună funcționare, după caz

1. Măsuri de organizare internă

Având în vedere măsurile propuse la capitolul C.2. (Propuneri privind modificarea reglementărilor interne și/sau ale actelor normative incidente) din proiectul de management, ar fi fost nevoie de modificarea organigramei, statutului de funcții și Regulamentului de Organizare și Funcționare. Dar, dată fiind situația în care se află Primăria, acest lucru nu a fost posibil în mod oficial.

În practică, oamenii necesari pentru buna funcționare a instituției, pentru care teatrul nu are posturi libere au fost contractați ca furnizori prin Asociația Kortina.

În mod oficial statul de funcții prevede un număr de 40 de posturi, din care:

- Personal de conducere – 4 posturi
- Personal de execuție – 36 posturi

În realitate structura organizatorică arată astfel:

- **Manager 1**
 - **Contabil șef 1**
 - Casier/Secretar 1
 - **Director Artistic 1**
 - Birou Marketing, Relații Publice și Organizare Spectacole:
Secretar literar 1
Referent Artistic 1
Impresar Artistic 1
 - Compartiment Scena - Artistic
Actori 18
 - **Director Adjunct 1**
 - Administrator 1
 - Garderobier 2
 - **Șef tehnic scenă și producție 1**
 - **Regizor tehnic 1**
 - Muncitor din activitatea specifică instituțiilor de spectacole sau concerte:
Cabinier 2
 - Muncitor din activitatea specifică instituțiilor de spectacole sau concerte:
Recuzitor/Sufleur 1
 - Compartiment Tehnic
Muncitor din activitatea specifică instituțiilor de spectacole sau concerte:
Mânuitor - montator decor 4
Maestru lumini 2
Maestru sunet 2
 - Atelier Croitorie
Muncitor din activitatea specifică instituțiilor de spectacole sau concerte:
Croitor, confecționar îmbrăcăminte 2
- **TOTAL POSTURI: 44**
- **POSTURI INEXISTENTE: 4**

Posturile marcate cu galben „nu există” în realitate, și **este nevoie urgentă de mărirea numărului de posturi**. Aceste 4 posturi „inexistente” sunt numai cele care sunt deja „ocupate” (prin contracte de prestări servicii). În afara acestor posturi mai e nevoie de încă câteva pentru o funcționare normală: *șef departament marketing, regizor tehnic, sufleur, 2-3 actori, casier, mânuitor-*

montator decor, video designer, persoană cu experiență în scriere de proiecte.

2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne

Regulamentul de Ordine Interioară trebuie modificat/completat împreună cu fișele de post, care trebuie reevaluate conform sarcinilor reale ale angajaților. Acest proces va fi demarat la începutul anului 2022.

În 2021 au fost luate măsuri de modificări a reglementărilor interne, prin emiterea de decizii administrative, cum ar fi:

- Decizie numire persoană care ridică numerar
- Decizii privind măsuri de reducerea riscului de contaminare cu virusul Sars-Cov2
- Decizie inventariere patrimoniu
- Decizii pentru numirea unor comisii de evaluare, recepție oferte/lucrări, reparații

3. Sinteza activității organismelor colegiale de conducere

În cadrul Teatrului Municipal Csíki Játékszin , în temeiul prevederilor Ordonanței nr. 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic, managerul este asistat în activitatea sa de:

- **Consiliul Administrativ**, cu rol deliberativ, ce funcționează în baza Deciziei nr. 222/02.12.2020 și modificată componența prin Decizia nr. 23/04.05.2021
- **Consiliul Artistic**, cu rol consultativ, înființat în baza Deciziei nr. 694/07.12.2020

Consiliul Administrativ s-a întrunit în cursul anului 2021 la nevoie.

Consiliul Artistic nu a fost convocat după data de 1. aprilie 2021, rolul acestuia fiind discutabil la o instituție atât de mică.

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

În anul 2021 structura organizatorică a Teatrului Municipal Csíki Játékszin a fost cea aprobată prin HCL nr. 296/27.10.2017, cu un număr total de 40 de posturi din care 4 posturi de conducere și 36 posturi de execuție. Denumirea funcțiilor,

nivelul de studii și gradele/treptele profesionale sunt în conformitate cu prevederile Legii-cadru nr. 153/2017 privind salarizarea personalului plătit din fonduri publice, cu modificările și completările ulterioare, precum și de prevederile OUG nr.189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură, aprobată prin Legea nr. 269/2009.

La capitolul evoluția resurselor umane, din păcate am avut realizări mici, deloc suficiente pentru funcționarea normală a instituției. Din acest motiv simt nevoia de a repeta concluziile prezentate în proiectul de management:

"Analizând organigrama și statul de funcții, se remarcă lipsuri foarte mari și foarte grave în structura de personal. Sunt câteva poziții cheie în funcționarea unui teatru, care în acest moment sunt complet inexistente. Astfel, este extrem de important ca ordonatorul principal de credite să aprobe cât de repede posibil posturile necesare. [...]"

Fără dezvoltarea personalului - ori prin aprobarea unor posturi noi, ori prin asigurarea fondurilor pentru a contracta personal nou - teatrul nu se va dezvolta și va rămâne în starea actuală de subzistență.

Tot aici menționez că Teatrului Municipal a fost înființat în 1998 cu 65 de posturi aprobate. Structura organizatorică funcțională a acestei instituții culturale a fost mutilată de-a lungul anilor, fapt de care nu poate fi mândru nici o conducere locală în Europa de azi."

Numărul redus de posturi duce la comasarea sarcinilor, unele fiind preluate chiar de către artiști. Rezultatul acestei comasări duce spre o direcție negativă: programul de lucru devine supraaglomerat, iar orele suplimentare nu pot fi plătite; unele sarcini sunt îndeplinite de către angajați necalificați în domeniul respectiv, iar în cazul neîndeplinirii optime a acestor sarcini angajatul nu poate fi luat la răspundere; crește tensiunea față de conducere și între angajați.

În cursul anului 2021 și-au dat demisia 4 angajați, 1 angajat a ieșit la pensie și 2 au luat concediu de maternitate. Lipsa de personal apărută în acest fel a fost gestionată prin noi angajări.

Având în vedere contribuția deosebită la activitatea artistică, tehnică și administrativă a teatrului, și nevoile repertoriale a stagiunii 2021/22, au fost încheiate sau prelungite prin acte adiționale Contracte Individuale de Muncă pe durată determinată, conform art. 13, alin 3-4 din Ordonanța 21/2007:

- 13 actori
- 1 secretar

- 2 maeștrii sunet
- 1 maestru lumini
- 1 secretar literar
- 1 referent secretar artistic

În luna octombrie, pentru formarea profesională a managerului au fost achiziționate servicii de formare profesională de la Institutul Național de Cercetare și Formare în Cultură (curs Manager cultural).

Întreg personalul instituției a fost angrenat în proiecte, festivaluri, realizarea de noi spectacole.

5. Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului instituției, îmbunătățiri/defuncționalizări ale spațiilor

Teatrul Municipal Csíki Játékszín, administrator al clădirii Casei de Cultură din Miercurea Ciuc efectuează în fiecare an diferite reparații de mentenanță, renovări și reamenajări în clădirea aflată în administrarea sa, anul 2021 fiind unul destul de important din acest punct de vedere:

Reamenajare toaletă spectatori

În luna mai a avut loc o reamenajare completă a toaletei din foyerul teatrului, aceasta fiind învechită, nu corespundea cerințelor igiene, producea mirosuri neplăcute și aducea o imagine negativă instituției, astfel contribuind la costurile percepute de spectatori.

Planurile pentru amenajare au fost comandate de la o firmă de design interior.

ÎNAINTE:



DUPĂ:



Reamenajare foyer

Amenajarea foyeurului care a avut o atmosferă rămasă din epoca comunistă ar necesita o regândire arhitectural-scenografică pentru a oferi o atmosferă prietenoasă și contemporană. Planul de reamenajare a nu a fost dus la capăt din motive financiare, dar s-au făcut pași pentru a ne apropia de țelul final:

- Panoul mare cu logo-ul teatrului a fost mutat
- Spațiul de socializare din partea sudică a fost redecorat
- S-a achiziționat și montat o mochetă pe întreaga suprafață

- Portretele angajaților au fost schimbate cu unele noi, care sugerează optimism

ÎNAINTE:



DUPĂ:



Reparații generale la atelierul cabinierelor

În anul 2021 un atelier din partea estică a clădirii, folosit anterior de artiști plastici a intrat în folosința Teatrului Municipal Csíki Játékszín. Atelierul a fost renovat complet: schimbat geamuri, schimbat pardoseala, rețeaua electrică reînnoită, zugrăvit, instalații sanitare noi.

Spațiul se folosește ca atelier pentru cabinier și pentru depozitarea costumelor spectacolelor curente, fiind echipat cu mașină de spălat, mașină de uscat, mașină de călcat și urmând să fie achiziționat și o mașină de cusut. Astfel am putut muta foarte multe costume care, neavând alt spațiu erau depozitate pe holuri, problemă importantă, semnalată și de către ISU.



Reparații generale la locuința de serviciu

În anul 2021, contractul de administrare al locuinței de serviciu de *două etaje și 4 camere* din B-dul. Timișoarei nr. 33, ap. 6, a fost reziliat de către Primărie. Astfel teatrul a rămas fără locuință de serviciu pentru artiștii invitați. Pentru a rezolva această problemă, Primăria a dat în administrarea teatrului o garsonieră aflată pe strada Revoluției din Decembrie, nr. 38, ap. 29:



Apartamentul a fost complet renovat în decembrie, 2021, urmând să fie mobilat la începutul anului 2022.



În cursul anului 2021 patrimoniul a fost completat cu următoarele achiziții:

- Microfoane wireless cu pack și receiver
- Laptop pentru regia tehnică
- Mochetă pentru foyer și sala de spectacole
- Aparare profesionale de curățat covoare și podele

Inventarierea anuală a elementelor de natura activelor, datoriilor și capitalurilor proprii a fost efectuată în baza **Deciziei nr. 925/18.10.2021**, în perioada **18.10-10.11.2021**. Comisiile de inventariere au constatat că păstrarea/depozitarea bunurilor se face în spații prea mici pentru volumul mare de bunuri aparținând gestiunilor costume, decor, recuzită.

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

În anul 2021 au fost efectuate un număr de 2 controale, după cum urmează:

1. În luna februarie 2021 a efectuat control **Inspectoratul pentru Situații de Urgență "Oltul" al județului Harghita**, cu tematica respectarea legislației în vigoare în domeniul situațiilor de urgență. **Au fost constatate deficiențe** organizatorice și tehnice. Deficiențele constatate au fost remediate, cu excepția bazinului de tampon, care conform OMAI nr. 163/2007, art. 139, alin. (2), respectiv Normativul tehnic P1128/2-2013 este obligatoriu pentru prevenirea și stingerea incendiilor.

Menționăm că de la înființarea teatrului (septembrie 1998) acest bazin de tampon nu este în funcțiune din motive tehnice: este găurit, ruginit. Am depus către Primăria Miercurea Ciuc cereri cu anexele proceselor verbale elaborate de ISU "Oltul" Harghita, însă problema nu a fost remediată.

Proces Verbal nr. 3.121.079/2.02.2021, Temeiul legal:

- i. Legea 307/2006
 - ii. Legea 481/2004
 - iii. OMAI 712/2005
2. În perioada 12.05.2021 – 22.07.2021 a efectuat control **Curtea de Conturi Harghita**. Obiectul controlului: audit financiar perioadei 2018-2020.

Temeiul legal: Legea nr. 94/1992

Nu au fost constatate deficiențe.

D) Evoluția situației economico-financiare a instituției

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

În anul 2021 încasările realizate au fost de 324.034 RON (242.058 din bilete, 81.976 din alte activități) și au fost peste cele preconizate în proiectul de management (179.300 RON).

Creșterea ponderii veniturilor proprii în totalul veniturilor reprezintă o prioritate maximă a noului management. Cu toate acestea, nu va fi un obiectiv pe termen scurt, deoarece creșterea veniturilor proprii din activitatea de bază (vânzarea de bilete) este o consecință directă a creșterii numărului de beneficiari plătitori iar acest deziderat poate fi atins doar prin creșterea numărului și a calității producțiilor.

Acest lucru va depinde în mod direct de creșterea sumei alocate pentru producție. Mergând pe acest fir logic al succesiunii cauză-efect, ajungem la concluzia că pentru a putea crește ponderea veniturilor din activitatea de bază, va fi nevoie mai întâi de o scădere a acesteia, prin suplimentarea subvenției necesare pentru realizarea producțiilor valoroase, dar și pentru implementarea politicilor și strategiei moderne de marketing.

Ponderea cheltuielilor de personal, care, conform situațiilor financiare, la data de 31.12.2021 sunt de **2.914.172** lei, reprezintă **75,42% (!)** din totalul cheltuielilor și cuprinde numai cheltuielile salariale. Gradul de acoperire a salariilor din subvenție este o consecință firească a situației în care se află instituțiile culturale finanțate de la bugetul statului, situație în care ponderea veniturilor proprii în totalul veniturilor este situată între **2% și 10%**.

Ponderea cheltuielilor cu bunurile și serviciile reprezintă **23,18%** din totalul cheltuielilor.

Cheltuielile de capital alocate în anul 2021 au fost de **53.554** lei și reprezintă **1,39%** din totalul cheltuielilor.

În perioada 01.01.2021 – 31.12.2021 structura cheltuielilor a fost următoarea:

Nr. Crit.	Indicator	Suma	Pondere
1.	Cheltuieli de personal	2.914.172	75,42%
2.	Cheltuieli cu bunurile și serviciile	895.738	23,18%
3.	Cheltuieli de capital	53.554	1,39%

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

Nr. Crit.	Indicatori de performanță	Perioada evaluată
1.	Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri - cheltuieli de capital)/nr. de beneficiari	395,99
2.	Fonduri nerambursabile atrase (lei)	10.000
3.	Număr de activități educaționale	6
4.	Număr apariții media	26
5.	Număr de beneficiari neplătitori	74
6.	Număr de beneficiari plătitori	8.853
7.	Număr de reprezentații	108
8.	Număr de proiecte/acțiuni culturale	24
9.	Venituri proprii din activitatea de bază	242.058
10.	Venituri proprii din alte activități	81.976

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

1. Viziune

*Moto: CSÍKI JÁTÉKSZÍN - UN CENTRU CULTURAL A REGIUNII ȘI
UN POD ÎN SOCIETATE*

Pentru a putea contura viziunea, ne-am raportat la un „viitor ideal” cu privire la posibila și dezirabila dezvoltare a Teatrului Municipal Csíki Játékszín. Fundamental, viziunea se bazează pe implementarea unui sistem de management pro-activ, pe o gândire dinamică, capabilă să evalueze și să identifice pe termen mediu și lung vectorii de acțiune pentru re poziționarea pe piața culturală a Teatrului Municipal Csíki Játékszín. Credem că acest tip de management se impune pentru a crea o punte de transfer dinspre valorile incontestabile ale trecutului spre nevoile tot mai diversificate ale publicului de mâine și spre limbajul tot mai sofisticat al artei contemporane.

Această țintă poate fi atinsă doar dacă Teatrul Municipal Csíki Játékszín se afirmă ca un organism dinamic, un spațiu deschis creativității, experimentului sub semnul noilor tendințe din artele spectacolului.

2. Misiune

Obiectivul de bază al instituției este de a dovedi că teatrul este o componentă de bază, un element organic al culturii, nicidecum un obiect de lux, un adaos a cărei existență ar fi neutral societății. **Misiunea instituției** este de a răspândi efectul benefic al teatrului asupra formării comunităților.

Instituția urmărește scopul de a practica o politică culturală care se formează printr-o strânsă împletire cu societatea înconjurătoare. Programul repertorial trebuie să aibă o diversitate care se orientează către toate vârstele, către multiple așteptări ale publicului. O misiune importantă a companiei de teatru este colaborarea cu instituțiile de spectacole și concerte din județul Harghita, de exemplu prin realizarea de spectacole comune, schimb de spectacole, sistem de abonament comun, etc. Se va menține profilul cultural caracterizat printr-o largă deschidere democratică. Valorile estetice trebuie să fie accesibile pentru toți membri societății.

Teatrul va promova în continuare valorile dramaturgiei maghiare și universale. Un fenomen cultural niciodată nu poate exista în mod izolat, politica culturală a managementului va susține interculturalitatea sub diferite forme. Prezența regizorilor români va fi un program aparte (în primul rând avându-l ca regizor rezident pe *Vladimir Anton*). De asemenea vom lucra în continuare cu scenografi, coregrafi și muzicieni veniți din altă cultură.

Ne vom strădui ca Teatrul Municipal Csíki Játékszín chiar să fie un *pod* între diferitele segmente ale societății.

3. Obiective (generale și specifice)

Obiective generale	<ul style="list-style-type: none">• Valorificarea creației contemporane în domeniul artelor spectacolului, a patrimoniului material și imaterial al teatrului, prin promovarea valorilor cultural-artistice maghiare și universale, pe plan local, regional, național și internațional• Stimularea inovației și creativității
Obiective specifice	<ul style="list-style-type: none">• Producerea și prezentarea de spectacole proprii sau în colaborare cu alte autorități și instituții de stat sau private, destinate tuturor categoriilor de public• Asigurarea condițiilor optime pentru producerea și realizarea unor creații teatrale valoroase, din dramaturgia maghiară și universală, care au ca scop promovarea actului de cultură și educarea publicului spectator• Oferirea accesului liber la cultură a cetățenilor, drept garantat prin articolul 33 din Constituția României, precum și diversificarea ofertei culturale

- Stabilirea și dezvoltarea de rețele parteneriale care să faciliteze mobilitatea creațiilor și artiștilor CSJ în circuitul cultural european și internațional
- Cultivarea și educarea permanentă a publicului realizând astfel atragerea unui număr cât mai mare de spectatori
- Promovarea instituției în circuitul teatral internațional prin participări internaționale, dar și prin organizarea în Miercurea Ciuc a unor manifestări culturale de anvergură, valorificând astfel potențialul artistic și imaginea specială pe care instituția o deține, contribuind la dezvoltarea imaginii orașului
- Promovarea și conservarea culturii și teatrului maghiar prin programe de cercetare științifică, conservare și formare
- Dezvoltarea sistemului de atragere de finanțări externe, locale și internaționale și implementarea unor strategii de creștere a veniturilor proprii
- Diversificarea ofertei culturale prin programe ample care să atragă noi categorii de public în vederea creșterii indicatorilor de consum cultural
- Implementarea unor structuri ultra-moderne de organizare, funcționare, mediatizare și marketing ale spectacolelor și evenimentelor organizate
- Comandarea și realizarea unor studii de consum profesionale pentru identificarea și cuantificarea categoriilor de beneficiari și pentru o bună cunoaștere a nevoilor de consum cultural ale actualilor și potențialilor beneficiari
- Consolidarea imaginii instituționale, ca un loc bine definit în peisajul cultural al orașului, cu elemente de profundă originalitate și modernitate

4. Strategie culturală, pentru întreaga perioadă de management

Strategia culturală a Teatrului Municipal Csíki Játékszín este condiționată de aprobarea și bugetarea creșterii numărului de angajați, precum și de alocarea resurselor financiare la timp și în corelare cu necesarul solicitat. Ducerea la îndeplinire a direcțiilor propuse în prezentul proiect de management vor transforma Teatrul Municipal Csíki Játékszín într-un centru teatral de anvergură, relevant în plan național. Nu în ultimul rând, teatrul are capacitatea de a deveni un motor de dezvoltare urbană.

Din punct de vedere artistic, strategia teatrului urmărește realizarea de spectacole contemporane, diverse din punct de vedere tematic, cu o mare adresabilitate și având capacitatea de a forma, de a educa, de a provoca intelectul, de a dezvolta noi direcții de exprimare artistică.

Obiectivul strategic major al managementului este punerea în valoare a marii dramaturgii clasice și contemporane și a resursei umane artistice prin crearea unor produse culturale cu o plajă cât mai largă de adresabilitate care să răspundă necesităților tuturor categoriilor de public vizate.

Teatrul Municipal Csíki Játékszín are ca obiect de activitate și asigură realizarea și promovarea de producții și co-producții artistice constând în spectacole din repertoriul clasic și contemporan. În acest sens, trupa urmează să fie pusă în valoare de o strategie repertorială realizată de management.

Strategia noastră vizează programarea de evenimente artistice într-o simbioză specifică de „ecosistem cultural”. Astfel, principalele obiective strategice pe care ni le propunem sunt:

1. Impunerea sintagmei „CSJ - UN CENTRU CULTURAL A REGIUNII ȘI UN POD ÎN SOCIETATE” ca mesaj al managementului cultural asumat
2. CSJ va deveni un centru cultural de mare anvergură cu activități diverse, cu preocupări de cercetare și dezvoltare, comportându-se ca o organizație complexă, ca un HUB CULTURAL, utilizând un patrimoniu cultural imaterial (maghiar și universal) de o valoare inestimabilă
3. Cunoașterea nevoilor, preferințelor, așteptărilor publicului, precum și a practicilor de consum specifice diverselor segmente ale acestuia (realizarea de anchete socio-culturale)
4. Realizarea unor coproducții și parteneriate cu instituții de profil din județul Harghita, din țară și din străinătate în vederea derulării unor evenimente culturale de interes național și internațional la care publicul să aibă acces direct
5. Realizarea unor parteneriate cu instituțiile de învățământ
6. Asigurarea formării profesionale continue a personalului artistic, tehnic și administrativ al instituției ținând cont de contextul cultural actual
7. Proiectarea ofertei culturale în funcție de indicatori de consum identificați în sprijinul creșterii prestigiului CSJ
8. Identificarea și utilizarea celor mai adecvate și eficiente căi de promovare a programelor/proiectelor și acțiunilor culturale și artistice, precum și a serviciilor culturale ale CSJ
9. Stimularea comunicării între artiștii creatori și publicul CSJ
10. Axarea repertoriului de producții pentru publicul tânăr, cu accent deosebit pentru atragerea grupelor de vârstă 13-35 ani, oferindu-le o perspectivă unică în acest sens
11. Implementarea tuturor sarcinilor pentru management precizate în *Caietul de obiective*

Menționăm că implementarea strategiei și atingerea obiectivelor propuse necesită o perioadă de timp mai lung decât trei ani. Pentru a transforma CSJ într-un teatru de nivel european și un adevărat hub cultural, va fi nevoie de muncă neconținută a mai multor cicluri de management.

5. Strategie și plan de marketing

De cele mai multe ori, activitatea de marketing este confundată, în domeniul cultural, cu activitatea de promovare - poate din această cauză Teatrul Municipal până în prezent nu a avut o viziune completă și conturată asupra acestui segment important.

Până 2018 nu putem vorbi despre o *strategie* de marketing. În 2019 s-a înființat un departament marketing, având ca obiectiv principal crearea unui brand nou pentru CSJ și reînnoirea paginii web. Acest obiectiv a fost atins în 2020. Între timp s-au depus eforturi pentru o prezență mai puternică în spațiul online și pentru a crea conținuturi audio-vizuale atractive și interesante. S-a crescut calitatea materialelor fotografice și tipărite, s-a investit în echipamente tehnologice necesare pentru crearea conținuturilor video, dând posibilitate la realizarea de interviuri cu actori și creatori, filme documentare și trailere pentru spectacole. Prin aceste eforturi prezența teatrului pe rețelele sociale a crescut, și a atras o comunitate nouă (în jur de 1000 oameni noi conectați la pagina Facebook al CSJ). Această inițiativă a avut un succes atât de mare, încât multe idei au fost preluate și de alte teatre din țară (interviuri cu actori, O Zi al Unui Actor).

Din păcate, departamentul de marketing - care încă își făcea primii pași - a fost desființat la sfârșitul stagiunii 2019/2020.

Depășind barierele create de sensul pur etimologic al termenului, marketingul este cadrul propice de dezvoltare a ofertei culturale în sensul satisfacerii dorințelor consumatorilor și atragerii unor segmente noi de public. Este un proces continuu care poate contribui la creșterea calității actului cultural, dar și la intensificarea receptării sale. Din acest motiv consider imperativ necesară reînființarea departamentului de marketing, și angajarea unui om de specialitate ca conducător al departamentului.

Obiective de marketing

1. Creșterea și diversificarea categoriilor actuale de public, redefinite în grupe și subgrupe, cu o componentă clară pentru următoarea perioadă de management.
2. Maximizarea veniturilor prin creșterea numărului de bilete și abonamente vândute

3. Stabilizarea și promovarea identității de brand CSJ care să aibă ca valori:
 - a. Calitatea de formator de opinie și educație culturală
 - b. Deschiderea către valorile autohtone și universale din domeniul artelor spectacolului
 - c. Accesibilizarea ofertei culturale prin adresarea diferențiată către segmentele de public
 - d. Caracterul inovator al ofertei culturale

Planificarea strategică a instrumentelor de marketing

În artele spectacolului există cinci elemente recunoscute ca fiind cele mai relevante pentru construcția mixului de marketing: produsul, plasarea, prețul, promovarea și oamenii. Abordarea holistică a acestora va conduce la îndeplinirea obiectivelor CSJ și, implicit, la succesul instituției.

Produsul este cel mai important element al mixului de marketing cultural, care la instituțiile de spectacole este reprezentat prin *evenimente culturale*. Scopul principal al acestui element este influențarea comportamentului de consum printr-o ofertă atractivă.

Direcții de acțiune:

- Dezvoltarea unor evenimente complexe ca răspuns la nevoile beneficiarilor
- Furnizarea de informații echipei de management cu privire la nevoile, preferințele, așteptările, precum și a practicilor de consum specifice publicului țintă
- Planificarea clară a adresabilității fiecărui eveniment cultural realizat.
- Identificarea activităților conexe care pot îmbunătăți experiența culturală.

Prețul este un aspect delicat pentru instituțiile teatrale. În contrast cu alte industrii, prețul produsului în teatru nu este determinat în primul rând de costuri - pentru a genera profituri bănești, deoarece nu acesta este scopul teatrului. Prețul билетelor și abonamentelor trebuie păstrat la un nivel accesibil tuturor, luând în seamă că trebuie să includă și toate costurile *percepute de consumator* (lipsa timpului, lipsa locurilor de parcare, lipsa confortului, toaleta necorespunzătoare, spații de socializare inadecvate șamd.) Datoria instituției este să prevadă orice cost perceput de consumator și să faciliteze o accesibilitate cât mai mare la produse cu valori artistice ridicate.

Direcții de acțiune:

- Aplicarea reducerilor de tarife pentru segmentele elevi, studenți și pensionari.

- Aplicarea tarifelor pentru segmentul grupuri în limitele unor intervale prestabilite.
- Promovarea și susținerea achiziționării de abonamente prin oferirea unor beneficii suplimentare.
- Identificarea oportunităților de promovare a vânzărilor prin intermediul parteneriatelor: concursuri, invitații, bilete la prețuri promoționale pe o perioadă definită de timp.
- Oferirea *contra-cost* a unor produse conexe participării la evenimente: caiete program, broșuri, cărți, albume și alte materiale promoționale sub formă de suvenir.

Plasarea reprezintă procesul și mijloacele prin care produsul cultural este livrat la consumator, începând cu natura unei convorbiri telefonice, atmosfera clădirii, confortul sălii de spectacol, până la ergonomia paginii web al teatrului. Toate aceste aspecte influențează prețul pe care consumatorul este dispus să îl plătească, și din această cauză este foarte important să acordăm atenție acestor aspecte.

Direcții de acțiune:

1. Spații de joc:

- a. Menținerea calității serviciilor conexe de pază, curățenie, lumini, sonorizare, confortul scaunelor/ fotoliilor ș.a.
- b. Întâmpinarea adecvată a spectatorilor, cu scopul de a spori calitatea experienței culturale.
- c. Valorificarea tuturor spațiilor de joc existente și corelarea specificului acestora cu programele și proiectele managementului.
- d. Valorificarea spațiilor de joc și în alte activități decât cele specifice: organizarea unor ateliere pentru tineri sau vizite la scenă.
- e. Crearea unei atmosfere prietenoase pentru spectatori prin orientarea către nevoile și dorințele acestora.

2. Spații alternative:

- a. Utilizarea spațiilor disponibile în clădire în diverse scopuri care pot îmbunătăți evenimentele culturale: magazin, cafenea, utilizarea foaierei ca spațiu de expoziții, lansări sau evenimente culturale ș.a.
- b. Valorificarea spațiilor în aer liber, prin organizarea unor activități conexe de promovare a activității teatrului.
- c. Asigurarea confortului spectatorilor prin marcaje corespunzătoare, panouri informative, oferirea unei locuri de parcare adecvate.
- d. Calitatea și curățenia spațiilor sanitare

3. Accesibilizarea ofertei și distribuția biletelor:

- a. Îmbunătățirea modului de prezentare al activității instituției în mediul online printr-o strategie de comunicare integrată
- b. Distribuția biletelor online și prin intermediul unor puncte de vânzare cu deschidere regională.
- c. Distribuirea materialelor promoționale prin intermediul partenerilor și crearea unor materiale care pot fi distribuite în magazine.
- d. Plasarea CSJ ca un „hub cultural” al orașului și a regiunii.

Promovarea. Propunem o comunicare directă și deschisă cu beneficiarii teatrului prin intermediul canalelor de comunicare adecvate diverselor segmente de public. Direcțiile strategiei de promovare sunt conturate în întregul mix de marketing. Regândirea produselor și serviciilor culturale ale instituției pe mai multe axe oferă numeroase elemente de comunicare care vor aborda următoarele mijloace: promovare indoor/outdoor, relații publice, merchandising/ materiale promoționale, promovare online.

Imagine identitară

- Utilizarea și promovarea imaginii identitare actuale CSJ în vederea creșterii notorietății pozitive a brandului și poziționarea în mintea consumatorilor.
- Respectarea unei unități vizuale la nivelul materialelor promoționale.
- Respectarea ghidului de identitate vizuală pentru asigurarea continuității brandului.
- Realizarea materialelor promoționale/informative: caiete program, program anual al instituției, afișe, broșuri, materiale informative cu privire la diversele activități întreprinse, cataloage cu fotografiile din spectacole conforme cu specificul fiecărui eveniment.

Canale de comunicare

Vom utiliza mijloacele de comunicare tradiționale (ziar, radio, TV) cu care publicul a fost obișnuit, și vom urmări o dezvoltare a comunicării în mediul online, dat fiind numărul mare de utilizatori de internet și posibilitățile oferite de dezvoltarea noilor tehnologii. De asemenea, vom pune accentul pe comunicarea directă prin informații personalizate și feedback din partea publicului.

1. Mediul online

a. Website

- i. Platforma online va conține toate informațiile necesare beneficiarilor, precum și planificarea completă a stagiunii teatrale.
- ii. Pe termen lung: dezvoltarea unui sistem de bilete online proprii, sau împreună cu celelalte instituții din oraș

- (folosirea sistemului third-party bilete.ro nu este fiabil pe termen lung, mai ales din cauza comisioanelor ridicate)
- iii. Dezvoltarea unei aplicații mobile pentru platformele iOS și Android pentru un acces mai ușor și mai eficient la informațiile necesare și la cumpărarea de bilete
 - iv. Eficientizarea site-ului prin SEO și utilizarea Google Analytics pentru raportare.
 - v. Implementarea unui newsletter lunar, care să furnizeze informații cu privire la activitatea instituției
- b. Rețele de socializare
- i. Promovarea activității instituției în mod direct
 - ii. Publicarea conținuturilor audio-video, a programelor
 - iii. Realizarea sondajelor de opinie pentru a cunoaște mai bine beneficiarii teatrului
 - iv. Folosirea instrumentelor de analitică
 - v. Atragerea de categorii noi de beneficiari
2. Promovare indoor/ outdoor
- a. Realizarea unor machete publicitare pentru reviste/ziare.
 - b. Prezența în oraș la câte mai multe evenimente.
 - c. Difuzarea unor materiale video de prezentare pe ecranele LCD din oraș și, în măsura posibilităților, pe alte suporturi oferite de parteneri (televiziuni interne).
 - d. Expunerea materialelor de promovare outdoor în spații publice (în special în proximitatea clădirii CSJ, centrul orașului și alte zone frecventate din oraș): afișe, bannere, roll-up-uri, mesh-uri.
 - e. Încheierea unor parteneriate media pentru promovare reciprocă.
 - f. Apariția în broșuri tematice, calendare culturale, site-uri partenere - afișaj în rețele proprii, centre de informare turistică, centre culturale, reviste de eveniment, reviste culturale.
3. Relația cu presa
- a. Prezența programului lunar în presa locală
 - b. Transmiterea comunicatelor de presă.
 - c. Organizarea de conferințe de presă cu o frecvență periodică.
 - d. Invitarea reprezentanților mass-media la evenimentele organizate pentru a genera știri și articole în presă.
 - e. Includerea reprezentanților mass-media în listele de protocol ale CSJ, oferirea permanentă a materialelor promoționale, dar și a informațiilor solicitate.
 - f. Îngrijirea relației cu presa de specialitate

Oamenii. Din punctul de vedere al marketingului, membrii echipei artistice, dar și fiecare angajat care intră în relație cu consumatorii (secretara, portarul,

vânzătorul de bilete, personalul pentru curățenie, plasatoarea) va avea un impact asupra satisfacției percepute de aceștia. În acest sens, CSJ va realiza programe dedicate apropierii dintre public și artiști, și va motiva angajații să aibă o atitudine profesionistă și potrivită. Într-o comunitate atât de mică, contactul personal cu publicul este foarte important, și poate fi un instrument în strategia de marketing. Faptul că spectatorul se întâlnește cu fețe cunoscute și prietenoase în fiecare seară de spectacol, dă o atmosferă de familiaritate și siguranță.

6. Programe propuse pentru întreaga perioadă de management

Programul minimal

I. Repertoriu de 4 spectacole pe scena mare pentru publicul abonat cu vârsta de peste 14 ani

Teatrul Municipal Csíki Játékszín, spre deosebire de majoritatea teatrelor din România este obligat prin sistemul de abonamente să înnoiască repertoriul în fiecare stagiune, populația orașului fiind prea redusă pentru a permite spectacolelor să aibă viață timp de mai multe stagiuni. Această situație ne obligă să propunem un repertoriu echilibrat (dramaturgie clasică și contemporană, genuri diferite etc.). Scopul permanent este de a păstra și dezvolta publicul însă miza principală din punct de vedere artistic va fi aceea de a invita artiști de talie națională și internațională cu ajutorul cărora, CSJ să producă spectacole care să educe gustul și sensibilitatea publicului.

II. Repertoriu de 3 spectacole pentru copii pe scena mare

Pentru copiii între 6-13 ani se va realiza un repertoriu pentru abonament compus din 3 spectacole de scenă mare. Ne propunem realizarea a cel puțin unei producții proprii și invitarea a încă două spectacole în serii pentru micii abonați. În anii precedenți Teatrul Municipal Csíki Játékszín a avut o colaborare bună cu celelalte două teatre din județ, respectiv Teatrul Figura Studio și Teatrul Tomcsa Sándor.

III. Repertoriu de 3 spectacole pentru abonamentele rurale

În localitățile comunale în care există împrejurimile necesare pentru a ne deplasa cu spectacole de teatru vom continua, vom iniția și vom accepta propuneri pentru colaborări. Cea mai rentabilă formă pentru aceste parteneriate este sistemul pe abonamente format din 3 spectacole în fiecare stagiune. În localitățile unde nu se pot realiza sistemele de abonamente din cauze organizatorice sau nu se solicită trei spectacole pe stagiune, ne vom angaja la deplasări ocazionale.

IV. Abonamentul Luceafărul cu 4 spectacole pe stagiune

Prezența publicului român la CSJ ar fi important din mai multe puncte de vedere. În cadrul programului dorim să invităm spectacole variate, de înaltă calitate profesională din teatrele românești, care pot fi de interes și pentru publicul de limbă maghiară sau pentru comunitatea profesională din regiune.

În afară de abonamentul Luceafărul, o să oferim publicului român și spectacolele noastre în limba maghiară cu supratitrare.

V. Un spectacol pentru tineret în sala studio Hunyadi László

Pentru a atrage publicul tânăr, vom propune creația unor spectacole care să abordeze problemele și interesele tinerilor, în unele cazuri urmate de discuții-dezbateri despre temele prelucrate în spectacol. Spectacolele din acest program vor da posibilitatea căutării unor noi forme de expresie și la reformularea relației spectatorului cu spectacolul.

VI. Festivalul Lurkó pentru copii și tineret

Esențială în dezvoltarea orașul într-un HUB cultural va fi reluarea Festivalului Lurkó care va redeschide oportunitatea unor întâlniri artistice importante. Publicul țintă al festivalului, dă acestuia o identitate extrem de precisă, unică în Transilvania. De asemenea este o platformă ideală prin care se pot dezvolta relații profesionale cu teatre din UE care vor genera schimburi de spectacole, de workshop-uri și de ce nu, poate și de noi linii de finanțare.

VII. Festivalul Unscene

Festivalul Unscene, care a fost organizat de prima oară în 2021 a dat șansă absolvenților de teatru să se prezinte în fața publicului și breslei de profesie. Considerăm că acest eveniment este foarte important atât pentru teatru, cât și pentru tinerii artiști, dar și orașului Miercurea Ciuc. Sperăm ca festivalul să evolueze și să fie unul dintre cele mai importante festivaluri de artă din țară.

Spectacole și evenimente extra program minimal

În afara spectacolelor din programul minimal, ne propunem alte producții proprii în sala studio Hunyadi László, dar și spectacole experimentale în spații alternative din oraș. În sala studio vom crea spectacole de buget mic, care se vor concentra în primul rând pe actor ca element central al artei teatrului.

O altă ramură a programelor în afara programului minimal va fi una socio-educativă, care se va adresa elevilor și va folosi clasele din școli ca spațiu de joc. Se vor crea spectacole în clasă cu distribuție mică care vor aborda probleme specifice al acestui segment de public. Se vor ține și lecturi din literatura care face parte din programa școlară.

7. Proiecte din cadrul programelor

Proiectele din cadrul programelor manageriale, care au fost realizate în perioada 1 aprilie – 31 decembrie 2021:

Nr. Crit.	Program	Denumire proiect	Regie/ Coordonator
1.	Repertoriu de 4 spectacole pe scena mare pentru publicul abonat cu vârsta de peste 14 ani	Valahol Európában	Somogyi Szilárd
2.	Spectacole și evenimente extra program minimal	Búcsújárás	Dálnoky Csilla
3.	Repertoriu de 4 spectacole pe scena mare pentru publicul abonat cu vârsta de peste 14 ani	III. Richárd	Vladimir Anton
4.	Repertoriu de 3 spectacole pentru copii pe scena mare	Torzonborz, a rabló	Budaházi Attila
5.	Un spectacol pentru tineret în sala studio Hunyadi László	kilencvenegy	Bartalis Gabriella
6.	Spectacole și evenimente extra program minimal	Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja	Blénessy Enikő
7.	Repertoriu de 4 spectacole pe scena mare pentru publicul abonat cu vârsta de peste 14 ani	Csárdáskirálynő	Sebestyén Aba
8.	Festivalul Unscene	Festivalul Unscene	TMCSJ

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

Pentru a conecta Teatrul Municipal Csíki Játékszín mai mult la viața orașului, în afara programelor propuse o să organizăm diferite evenimente și activități în cursul unui an. O să sărbătorim Ziua Mondială a Teatrului, Ziua Culturii Maghiare, Ziua Poeziei Maghiare, Ziua Mondială a Dansului, Ziua Mondială a Muzicii. În cadrul acestor sărbători o să oferim evenimente și activități artistice, de divertisment și de educație nu numai în sălile de spectacole ci și în alte spații din oraș.

O să continuăm activitatea trupei de teatru amator și programul de voluntariat, precum și diferitele programe de educație teatrală pentru tineri.

Pentru completarea ofertei repertoriale, Teatrul Municipal Csíki Játékszín va invita diferite spectacole din țară și din străinătate, și va fi partener la evenimente organizate de alte instituții de cultură (de ex. Festivalul de Muzică Veche).

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

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

		2022 planificat
Venituri proprii		515.000
Venituri din concesiuni si inchirieri	1030100530	10.400
Venituri din serbari,spectacole	10331019	350.000
Alte venituri	10361050	154.600
Varsaminte din SF pt SD	10371003	-200.000
Varsaminte din SF	10371004	200.000
Subventii		5.485.000
TOTAL		6.000.000
DENUMIREA INDICATORILOR*)	Cod indicator	PLANIFICAT 2022
A	B	
TOTAL CHELTUIELI (01+70+79)		6.000.000
CHELTUIELI CURENTE (10+20+30+40+50+51+55+57+59)	1	
TITLUL I CHELTUIELI DE PERSONAL (cod 10.01+10.02+10.03)	10	3.206.000
Cheltuieli salariale in bani (cod 10.01.01 la 10.01.30)	10.01	3.076.000
Salarii de baza	10.01.01	2.867.000
Indemnizatii platite unor persoane din afara unitatii	10.01.12	50.000
Indemnizatii de delegare	10.01.13	5.000
Alte drepturi salariale (cf. Legii 153/2017, sume calculate cu sal min. Brut pe țară 2080 lei)	10.01.30	27.454

Indemnizație hrană	10.01.17	126.546
Cheltuieli salariale in natura (cod 10.02.)	10.02	60.000
Vouchere de vacanta	10.02.06	60.000
Contributii (cod 10.03.01 la 10.03.06)	10.03	70.000
taxa solidaritate CAM	10.03.07	70.000
TITLUL II BUNURI SI SERVICII (cod 20.01 la 20.30)	20	2.594.000
Bunuri si servicii (cod 20.01.01 la 20.01.30)	20.01	2.174.000
Furnituri de birou	20.01.01	7.000
Materiale pentru curatenie	20.01.02	12.000
Incalzit, lluminat si forta motrica	20.01.03	380.000
Apa, canal si salubritate	20.01.04	15.000
Carburanti si lubrifianti	20.01.05	8.000
Transport	20.01.07	80.000
Posta, telecomunicatii, radio, tv, internet	20.01.08	17.000
Materiale si prestari de servicii cu caracter functional	20.01.09	395.000
Alte bunuri si servicii pentru Tntretinere si functionare	20.01.30	1.260.000
Reparatii curente	20.02.	160.000
Bunuri de natura obiectelor de inventar (cod 20.05.01 la 20.05.30)	20.05	30.000
Alte obiecte de inventar	20.05.30	30.000
Deplasari, detasari, transferari (cod 20.06.01+20.06.02)	20.06	40.000
Deplasari in strainatate	20.06.02	40.000
Perfectionare profesionala	20.13	10.000
Protectia muncii	20.14	15.000
Alte cheltuieli (cod 20.30.01 la 20.30.30)	20.30	165.000
Reclama si publicitate	20.30.01	80.000
Protocol si reprezentare	20.30.02	10.000
Chirii	20.30.04	45.000
Alte cheltuieli cu bunuri si servicii	20.30.30	30.000
CHELTUIELI DE CAPITAL ((cod 71+72)	70	200.000
TITLUL X ACTIVE NEFINANCIARE (cod 71.01+71.02)	71	200.000
Active fixe (inclusiv reparatii capitale)(cod 71.01.01 la 71.01.30)	71.01	135.000
Mașini, echipamente, mijloace de transport	71.01.02	0
Mobilier, aparatură birotica	71.01.03	90.000
Active fixe Tehnica lumini si sunete	71.01.30	110.000

2. Nr. de beneficiari estimați pentru următoarea perioadă de management

Estimarea este aproape imposibil de făcut din cauza lipsei majore de predictibilitate cauzată de pandemiei de coronavirus. În orice fel de analiză de acest fel, trebuie avute în vedere mai multe aspecte:

- La ora realizării acestui raport în sala de spectacole se joacă la maxim 30% din capacitatea sălii – max. 92 de spectatori
- Nu există nici o premisă reală ca pe durata anului 2022 să se poată juca la o capacitate mai mare de 50% - max.153 de spectatori
- Apariția cazurilor de Covid, duce de multe ori la anularea reprezentațiilor și chiar închiderea sălii de spectacole pe anumite perioade

Nr. Beneficiari	Perioada de management
13.000	ianuarie – decembrie 2022

3. Analiza programului minimal realizat

Nr. Crit.	Proiect	Buget estimat	Buget cheltuit
1.	A két csodatorta	*	*
2.	Bolha a fülbe	*	*
3.	Valahol Európában	*	*
4.	Búcsújárás	*	*
5.	Torzonborz, a rabló	*	*
6.	kilencvenegy	*	*
7.	III. Richárd	*	*
8.	Csárdáskirálynő	300.000**	182,444.71

* Aceste producții au fost finanțate de către Asociația Kortina.

** Bugetul pentru *Csárdáskirálynő* a fost cerut greșit de către managementul anterior. Suma indicată este bugetul spectacolului pentru 2 ani. Sumele necesare pentru anul 2022 au fost returnate către ordonatorul de credite, și au fost incluse în bugetul pentru anul 2022.

PARTEA II

Propuneri privind modificarea și/sau completarea clauzelor contractuale, formulate, după caz, în baza prevederilor art. 39 alin. (3) din ordonanța de urgență:

Conform Contractului de management nr. C171/2021 din data de 01.04.2021 (în continuare Contract) prin prezenta vă solicit respectuos completarea contractului de mai sus cu dreptul la *indemnizația la hrană* în stabilit prin art. 18 alin. (1) din Legea-Cadru nr. 153/2017 privind salarizarea personalului plătit din fonduri publice.

Potrivit dispozițiilor legale mai sus arătate ordonatorii de credite acordă obligatoriu, lunar, indemnizații de hrană reprezentând a 12-a parte din două salarii de bază minime brute pe țară garantate în plată pentru personalul plătit din fonduri publice.

Având în vedere că subsemnatul, în calitate de manager, mă încadrez în condițiile legale pe baza art. 18 din Legea-Cadru nr. 153/2017, solicit respectuos, completarea **Contractului**, urmând ca *după lit. n) din art. 5 alineat (1)* să fie inclus următorul text: „o) să beneficieze de indemnizația de hrană precum și de vouchere de vacanță în condițiile stabilite de lege.”

ANEXA 1

Lista rolurilor care vor fi realizate de manager în anul 2022:

Nr. Crit.	Proiect	Rol	Tip spectacol	Remunerație din încasările nete
1.	Tartuffe	Tartuffe	spectacol proză adulți, sala mare	10%
2.	III. Richárd	Buckingham	spectacol proză adulți, sala mare	8%
3.	Csárdáskirálynő	Generalul Rohnsdorff	spectacol cu muzică adulți, sala mare	4%