

CSÍKI
JÁTÉK
SZÍN.



RAPORT DE ACTIVITATE

Teatrul Municipal Csíki Játékszín

1 ianuarie 2022 – 31 decembrie 2022

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



CONȚINUT

A)	Evoluția instituției în raport cu mediul în care își desfășoară activitatea	4
1.	Colaborarea cu instituții, organizații, grupuri informale care se adresează aceleiași comunități	4
2.	Analiza SWOT (analiza mediului intern și extern, puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări)	6
3.	Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia	9
	Statisticile paginii de facebook a teatrului.....	10
	Statisticile canalului YouTube al teatrului pentru anul 2022	13
4.	Măsuri luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari.....	15
5.	Grupurile-țintă ale activităților instituției.....	17
	Spectacole jucate în anul 2022.....	18
	Alte activități/proiecte în anul 2022	18
	Profilul beneficiarului actual.....	19
B)	Evoluția profesională a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia	21
1.	Adecvarea activității profesionale a instituției la politicile culturale la nivel național și la strategia culturală a autorității.....	21
	Premiere realizate în perioada de raportare	23
	Spectacole păstrate în repertoriu	26
	Festivalul Unscene	29
	Festivalurile Lurkó Kids și Lurkó Teens	35
	Alte activități, proiecte și evenimente	39
2.	Orientarea activității profesionale către beneficiari	42
3.	Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse.....	44
C)	Organizarea, funcționarea instituției și propuneri de restructurare și/sau de reorganizare, pentru mai bună funcționare, după caz	45
1.	Măsuri de organizare internă	45
2.	Propuneri privind modificarea reglementărilor interne.....	47
3.	Sinteza activității organismelor colegiale de conducere	47
4.	Dinamica și evoluția resurselor umane ale instituției (fluctuație, cursuri, evaluare, promovare, motivare/sanționare).....	47
5.	Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului instituției, îmbunătățiri/defuncționalizări ale spațiilor	49
6.	Măsuri luate în urma controalelor, verificării/auditării din partea autorității sau a altor organisme de control în perioada raportată.....	52
D)	Evoluția situației economico-financiare a instituției.....	53
1.	Analiza datelor financiare din proiectul de management corelat cu bilanțul contabil al perioadei raportate	53

2.	Evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției din următorul tabel.....	54
E)	Sinteza programelor și a planului de acțiune pentru îndeplinirea obligațiilor asumate prin proiectul de management	55
1.	Viziune	55
2.	Misiune	55
3.	Obiective (generale și specifice).....	56
4.	Strategie culturală, pentru întreaga perioadă de management	57
5.	Strategie și plan de marketing	58
6.	Programe propuse pentru întreaga perioadă de management.....	63
7.	Proiecte din cadrul programelor.....	66
8.	Alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management.....	67
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	67
1.	Proiectul de venituri și cheltuieli pentru următoarea perioadă de raportare.....	67
2.	Nr. de beneficiari estimați pentru următoarea perioadă de management.....	70
3.	Analiza programului minimal realizat	70
G)	PARTEA II.....	71
H)	ANEXA 1	71

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

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

În anul 2022 Teatrul Municipal Csíki Játékszín a avut ca obiectiv major, dezvoltarea parteneriatelor existente în anii anteriori, dar și începerea unor noi colaborări cu alte instituții teatrale, asociații, școli, 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 2*, iar din luna ianuarie a continuat să fie partener la reprezentațiile spectacolului pentru bebeluși, *Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja*.

Teatrul Municipal Csíki Játékszín deja din 2021 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. Acest proiect probabil va fi realizat începând cu stagiunea 2023/24.

Parteneriat cu Asociația TLT Artlife și CAMP

Asociația TLT Artlife și CAMP au fost partenerii teatrului în organizarea evenimentelor de *Ziua Poeziei Maghiare* (11 aprilie) și *Ziua Mondială a Dansului* (29 aprilie), cât și în organizarea Contemporary Artistic Movement Platform – Coexistence 2022, tabără și festival internațional de spectacole și workshopuri de dans contemporan desfășurat între 24-31 iulie 2022.

Parteneriat cu Formația ROLE

Formația ROLE a fost partenerul teatrului în realizarea evenimentului de *Ziua Poeziei Maghiare* (11 aprilie), în cadrul căruia a fost realizat un spectacol de poezie și muzică.

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 spectacolele *Csárdáskirálynő* și *Hegedűs a háztetőn* muzicienii-interpreți care formează orchestra sunt profesori ai Liceului de Artă Nagy István și ai Școlii Populare de Arte.

În cadrul parteneriatelor cu școli Teatrul Municipal Csíki Játékszín a împrumutat decoruri și costume necesare pentru evenimentele culturale organizate de acestea de-a lungul anului.

Cu lansarea programului *Luceafăru*, Teatrul Municipal Csíki Játékszín a inițiat parteneriate și cu școlile de limba română (Școala Gimnazială Liviu Rebreanu și Colegiul Național Octavian Goga). Elevii și profesorii acestor școli au participat la spectacolele invitate ale Teatrului de Stat Constanța (*Jocuri în curtea din spate, Maria Tănase, o poveste*), cât și la spectacolele în limba română jucate în cadrul festivalului *Lurkó Kids*. De asemenea am pornit un parteneriat cu Liceul Marin Preda din Municipiul Odorheiu Secuiesc în vederea participării a unui grup de aproximativ 50 de elevi, la spectacolele invitate în limba română.

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%.

Parteneriat cu Institutul Cervantes

Institutul Cervantes din România a fost partenerul teatrului în realizarea workshopului ținut de dramaturgul și regizorul Rodrigo Garcia (Spania) și coregrafa Alejandra Balboa Rodriguez (Spania) în cadrul festivalului *Unscene*, institutul suportând cheltuielile de onorarii și cheltuielile de producție a workshopului.

Parteneriat cu Teatrul Tomcsa Sándor și Teatrul Figura Studio

Reluând sistemul de abonamente am reluat și parteneriatele cu celelalte două teatre din județul Harghita. În cadrul parteneriatului s-a realizat un schimb de abonamente de copii între cele trei teatre, iar spectacolul Teatrului Tomcsa Sándor, Odorheiu Secuiesc, *Száll a kakukk fészkére* a fost inclus în sistemul de abonamente pentru adulți al Teatrului Municipal Csíki Játékszín.

Parteneriate cu Universități de Arte din România

În scopul realizării festivalului *Unscene, ediția 2*, Teatrul Municipal Csíki Játékszín avut ca partener următoarele universități:

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

Spectacolele produse de aceste universități au reprezentat secțiunea principală a festivalului. În urma parteneriatului universitățile au asigurat plata transportului acestor spectacole (participanți și decoruri).

Parteneriat cu Muzeul Secuiesc al Ciucului

Instituția a avut un parteneriat cu Muzeul Secuiesc în cadrul expoziției *Barabasi LAB: Tipare Ascunse*, prin care directorul artistic al Teatrului, Vladimir Anton a ținut un ghidaj excepțional al expoziției.

Parteneriat cu compania Contemporary Creative Dreamers

În cadrul parteneriatului cu compania Contemporary Creative Dreamers au fost jucate două spectacole de teatru de dans contemporan pe 30-31 august, 2022: *Nexus* și *The Last Raid of HumanKind*.

Parteneriat cu Biblioteca Județeană "Károni János"

În 2022 am început să punem bazele unui parteneriat cu biblioteca județeană, invitând instituția să realizeze o "bibliotecă mobilă" în foyerul teatrului în cadrul evenimentelor desfășurate de Ziua Poeziei Maghiare. Acest parteneriat are mult potențial de a se dezvolta, dând posibilitatea de cooperare la mai multe evenimente: lansări de carte, festivaluri, programe comune, etc.

Parteneriat cu "Csiky Gergely Színház" Kaposvár (Ungaria)

Având în vedere că în anul 2023 în Ungaria va avea loc Olimpiada teatrală, eveniment de mare anvergură și de înalte standarde artistice, am luat legătura cu teatrul din Kaposvár, teatru din oraș înfrățit cu Miercurea Ciuc. Am fost invitați la Olimpiada teatrală 2023 cu spectacolul Richard al III-lea de William Shakespeare. Urmează ca în 2023 să dezvoltăm un schimb de spectacole între cele două teatre.

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

Puncte tari (Strengths) -mediu intern-	Puncte slabe (Weaknesses) -mediu intern-
<p>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</p> <p>Trupă stabilă, formată din actori cu o mare dorință de performanță profesională</p> <p>Consecvență în numărul de premiere produs pe stagiune</p> <p>Personal artistic, tehnic și administrativ salariat</p> <p>Ofertă diversificată de spectacole</p> <p>Infrastructură creată</p> <p>Tehnică proprie de scenă</p> <p>Două săli de spectacole</p> <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>A început comunicarea cu potențiali beneficiari care până acum au fost neglijate</p>	<p>La început de an bugetul este aprobat numai până în luna iunie, făcând aproape imposibil planificarea stagiunii următoare</p> <p>Număr foarte mic de angajați (44 de salariați pentru o capacitate de 2 săli de spectacole, 15 de reprezentații pe lună în medie, circa 150 de reprezentații pe an)</p> <p>Personal tehnic insuficient ca număr și pregătire profesională</p> <p>Trupa de actori nu este destul de diversificată pe vârste, o lacună majoră fiind lipsa actorilor de sub 30 de ani</p> <p>Lipsa personalului specializat în realizarea de proiecte de finanțare</p> <p>Fișe de post supraîncărcate</p> <p>Împărțirea scenelor și sălilor de repetiții cu Ansamblul Național Secuiesc Harghita</p> <p>Lipsa informațiilor privind nevoile publicului</p> <p>Incapacitate de producție proprie</p> <p>Insuficiența spațiilor de depozitare a decorurilor</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 departamentului de marketing</p> <p>Inexistența unui apartament de serviciu pentru artiștii invitați</p>

Oportunități (Opportunities) -mediu extern-	Amenințări (Threats) -mediu extern-
<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>Interes mare pentru teatru în localitățile din jur.</p> <p>Posibilitatea comisionării unor studii de consum cultural care să permită o viziune prospectivă și o analiză periodică a evoluțiilor în timp a nevoilor publicului.</p> <p>Participarea la festivaluri naționale și internaționale.</p> <p>Parteneriate media locale, naționale și internaționale.</p>	<p>Costuri de energie ridicate</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 acorda personalului salariat angajat cu contract individual de muncă stimulente financiare pentru performanță profesională.</p> <p>Neaprobarea suplimentării numărului de posturi.</p> <p>Lipsa posibilităților financiare personale pentru consumul cultural.</p> <p>Ambiguitatea normelor legislative incidente instituțiilor de spectacole.</p> <p>Scăderea atât a interesului publicului cât și a veniturilor acestuia din cauza pandemiei</p>

3. Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia

În prezent teatrul continuă să fie cea mai mare instituție culturală a municipiului Miercurea Ciuc cu activități cunoscute de către majoritatea locuitorilor orașului dar și în afara acestuia.

În perioada acestui mandat de management ne-am propus ca imaginea teatrului să câștige în vizibilitate și în afara locuitorilor orașului Miercurea Ciuc. Există modele și la nivel național și la nivel european despre cum unele orașe au dezvoltat prin festivaluri de teatru sau prin spectacole de teatru ale instituției locale conceptul de *turism teatral*. Chiar și doar pentru o jumătate de zi, dacă vin la teatru beneficiari din alte orașe (Odorheiul Secuiesc, Gheorghieni, Târgu Secuiesc, Sfântu Gheorghe, Brașov - dintre cele mai apropiate de municipiu, dar deja am început să avem spectatori și din orașe mai îndepărtate) aceștia vor transmite *word-to-mouth* experiența pe care au avut-o la Teatrul Municipal Csíki Játékszín. În acest sens un exemplu care conține potențial ridicat este spectacolul muzical pe care îl producem anual. Acest spectacol este unicat în regiune, dar și la nivel național considerăm că are un caracter special. Spectacolul *Csárdáskirálynő* a avut mulți spectatori din orașele menționate mai sus. Strategia de marketing a spectacolului *Hegedűs a háztetőn*, produs la finalul anului 2022, având ca target și atragerea potențialilor beneficiari din alte localități. Introducerea titrărilor în limba română și limba engleză este un serviciu care a fost cerut insistent de către diferite categorii de public mai ales în ceea ce privește acest spectacol.

În partea a doua a acestui an am introdus titrări în limba română în fiecare lună la câteva reprezentații. Încă suntem în faza de perfecționare a acestui sistem, dar este un pas major în îmbunătățirea imaginii existente a teatrului în relație cu publicul român local dar și în relația cu profesioniștii de teatru români (critici, selecționeri de festivaluri etc) Pentru că teatrul nostru nu a oferit și posibilitatea publicului român de a beneficia de producțiile noastre este nevoie de răbdare și timp ca acesta să își formeze reflexul de a consulta constant programul lunar al instituției, dar astfel, se va forma o imagine cu totul nouă în raport cu această categorie de public.

Din perspectiva imaginii teatrului, unul din principalele obiective în anul 2022 a fost dezvoltarea comunicării cu publicul pe platformele de social media. Aceste platforme au devenit în timp, o componentă din ce în ce mai importantă în viața oamenilor, și implicit a instituțiilor culturale. Prezența pe aceste platforme trebuie să fie constantă iar conținutul postărilor trebuie să fie cât mai variat și mai creativ posibil. De asemenea, conținutul trebuie adaptat pentru fiecare platformă diferită, utilizatorii facebook fiind destul de diferiți de utilizatorii

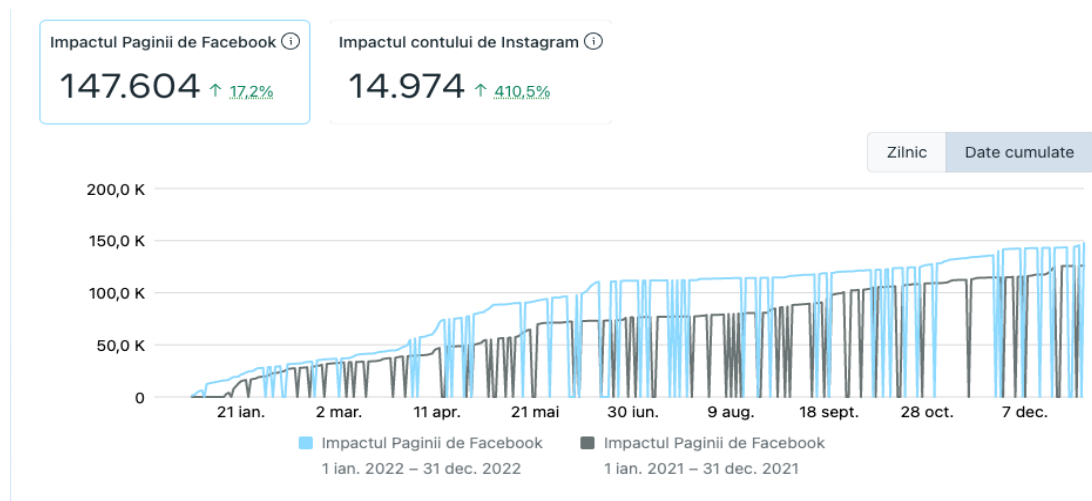
instagram sau tik-tok. În statisticile anuale numărul de urmăritori și de vizualizări a crescut considerabil dar este un proces care are nevoie de o muncă constantă și necesită timp pentru a fideliza beneficiarii în comunicarea pe aceste platforme, competiția fiind uriașă.

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.

Statisticile paginii de facebook a teatrului

<https://www.facebook.com/csiki.jatekszin>

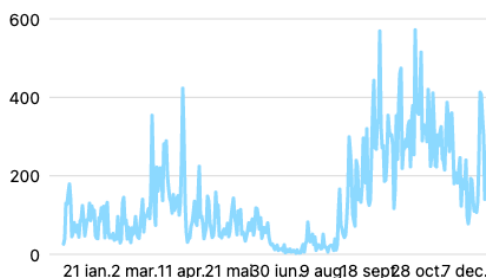
La impactul paginii găsim o creștere de **17,2%** față de anul 2021, iar pe profilul Instagram avem o creștere cu **410.5%**.



Și numărul de vizite pe pagina Facebook și profilul Instagram a crescut semnificativ față de 2021:

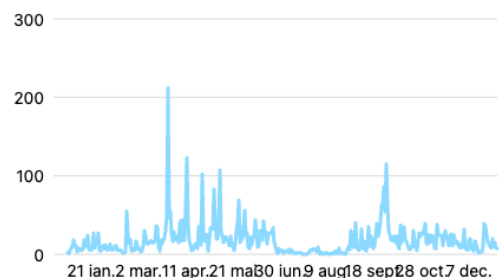
Vizite pe Pagina de Facebook ⓘ

51.755 ↑ 177,1%



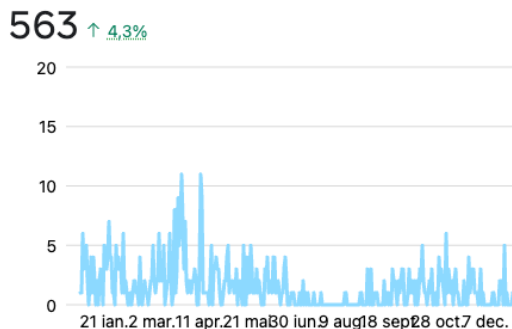
Vizite în profilul de Instagram ⓘ

6.432 ↑ 208%

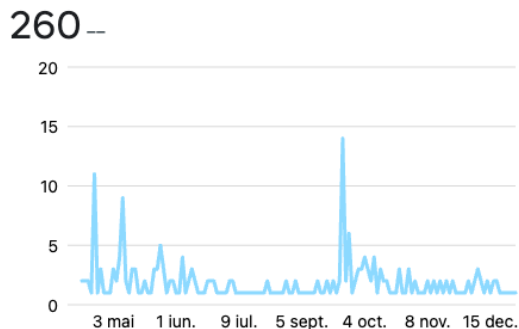


În 2022 am avut 563 urmăritori noi pe pagina de Facebook și 260 urmăritori noi pe Instagram

Noi aprecieri pentru Pagina de Facebook ⓘ



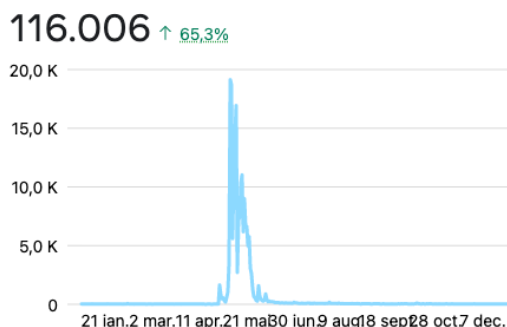
Urmăritori noi pe Instagram ⓘ



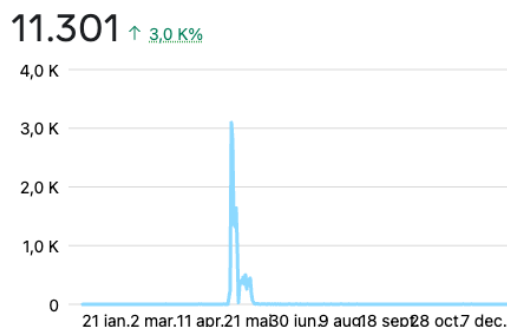
În 2021, teatrul a organizat prima ediție a festivalului *Unscene* - festivalul absolvenților de artă, pentru care s-a creat o pagină separată de Facebook și Instagram.

Impactul paginii în 2022 (la a doua ediție a festivalului) a fost de 116.006 (față de 70.178 în anul 2021), impactul contului Instagram fiind de 11.301 (față de 366 în 2021 - o creștere de 3000%).

Impactul Paginii de Facebook ⓘ



Impactul contului de Instagram ⓘ



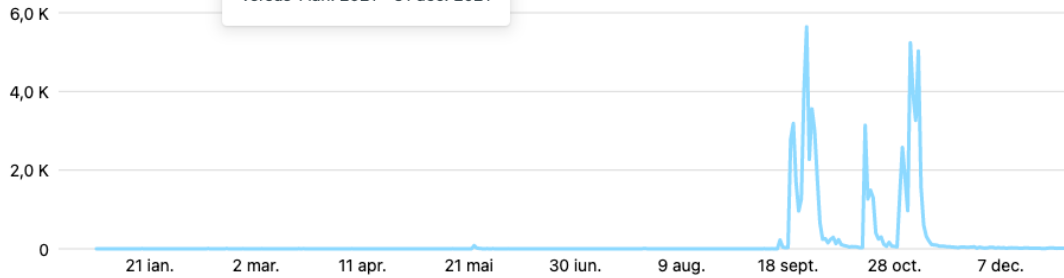
Cu lansarea programului *Lurkó*, în 2022 teatrul a organizat două festivaluri pentru copii și tineret: *Lurkó Kids* și *Lurko Teens*. Pagina Facebook a acestor festivaluri a generat un impact de 25.993 și un număr de vizite de 4.478.

Cu cele trei festivaluri **impactul total pe Facebook al Teatrului Municipal Csíki Játékszín crește la 289.603, o creștere de 44% față de anul 2021.**

Impactul Paginii de Facebook ⓘ

25.993 ↑ 1,5 K%

versus 1 ian. 2021 - 31 dec. 2021



Vizite pe Pagina de Facebook ⓘ

4.478 ↑ 9,0 K%



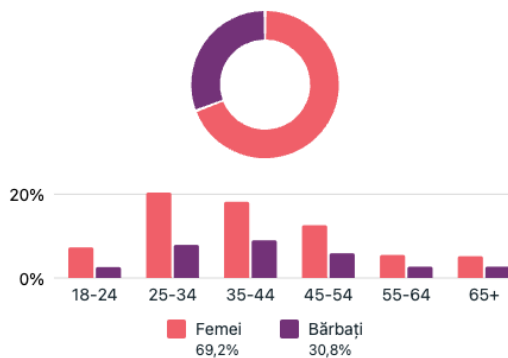
Componența audienței

Pagina Facebook a teatrului are un număr total de 9324 de urmăritori, din care 69.2% sunt femei, 30.8% bărbați. Aproape același raport se regăsește și printre cei 1404 urmăritori de pe Instagram.

Următorii Paginii de Facebook ⓘ

9.324

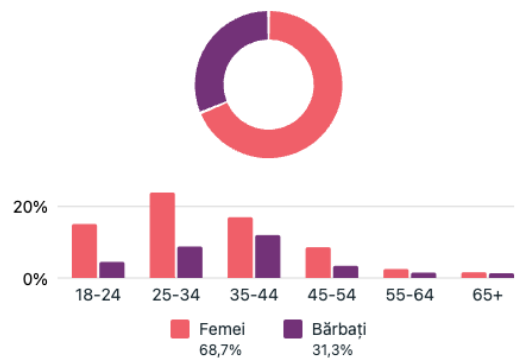
Vârstă și gen ⓘ



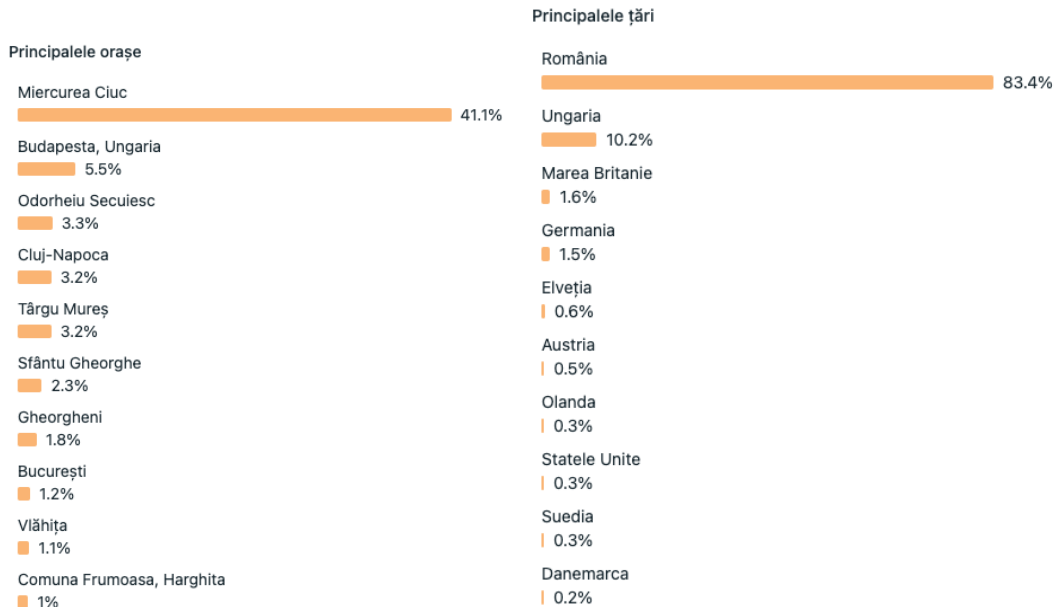
Următorii pe Instagram ⓘ

1.404

Vârstă și gen ⓘ



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.



Statisticile canalului YouTube al teatrului pentru anul 2022

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

Impactul pe canalul YouTube a crescut față de anul 2021.

Clipurile teatrului (trailere, interviuri, filme) au fost vizualizate de 9.028 ori (creștere de 53% față de 2021), într-o durată totală de 397.6 ore (creștere de 26%).

Your videos got 9,028 views in 2022



În 2022 numărul de abonați a crescut de la 545 la 573.

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

- 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
- Creare de cont TikTok pentru programul Lurkó
- 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
- 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

Schimbarea imaginii pe care Teatrul Municipal Csíki Játékszín o are în breaslă și transformarea acesteia în imaginea unei instituții care este un reper cultural important în breasla teatrală din România și Ungaria este un obiectiv major al direcției actuale. Acest nou tip de vizibilitate, atât în critica de specialitate, dar și în interesul creatorilor de teatru pentru premierele noastre a început să se resimtă. Prezența la spectacolele teatrului a juriului UNITER și a unui număr mult mai mare de artiști din alte teatre confirmă interesul crescut pentru activitatea artistică a instituției.

De asemenea ne concentrăm, atât prin Festivalul Unscene dar și prin invitarea unor tineri artiști (actori, regizori, scenografi) pe formarea imaginii teatrului în rândul proaspeților absolvenți, aflați în primii ani ai carierei. Este foarte important

pentru viitorul pe termen mediu și lung al teatrului ca instituția să fie percepută ca un teatru în care aceștia se pot exprima artistic, au mediul propice formării artistice și ca un teatru care primește tinerii cu ușile larg deschise. Imaginea unui teatru viu, dinamic și atragerea artiștilor tineri va avea în timp și efecte importante în formarea publicului tânăr care va dori să fie cât mai aproape de instituția noastră.

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
20-21 martie	Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja	Festivalul de Teatru de Păpuși	Odorheiu Secuiesc
5 iunie	Ill. Richárd	Thália Fesztivál 2022	Budapesta (HU)
12 iunie	Ill. Richárd	Festivalul BukFeszt	București
21 septembrie	A sarlatán	Festivalul DráMA	Odorheiu Secuiesc
22 octombrie	Agamemnon	Bacău Fest Monodrame, ediția a XXVIII-a	Bacău
7 noiembrie	A jegyzőkönyv	Festivalul Interetnic de Teatru, ediția 10.	Satu Mare

4. Măsuri luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari

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, 2020/21 și 2021/22 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: Szőcs Attila, *lector universitar - marketing, Departamentul de Știință*

Afacerilor, Universitatea Sapientia și Dr. Zsigmond Andrea, *lector universitar, Facultatea de Teatru și Film, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca*. În 2022 acest studiu nu a putut fi realizat din diferite motive obiective (în primul rând lipsă de timp și de fonduri necesare), realizarea acestuia amânându-se la anul 2023. 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.

Din analizele pentru anul 2021 a reieșit 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 accesată: spectacolele pentru copii deja nu le mai provoacă interesul, iar spectacolele pentru adulți nu le oferă nici teme cele mai potrivite, nici „setting-ul” în care ei ar dori să se uite la teatru.
Pentru a întâmpina această problemă, teatrul a implementat 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 *Szar ügy*, care a fost realizat în subsolul Casei Artelor, cu premiera pe 10 mai 2022.
 - Proiectul *Teatru în școală/clasă*, concretizat în trei spectacole urmând să fie jucate în săli de clasă în 2023: *Klamm háborúja*, *Csongor és Tünde* și *Stockholm*.
- Începând cu stagiunea 22/23 am lansat **Programul Luceafărul** (cu planul să devină un abonament pentru spectatorii români în anii următori). În cadrul programului în 2022 au fost invitate două spectacole ale Teatrului de Stat din Constanța, cât și un spectacol pentru copii în cadrul festivalului *Lurkó Kids*. În afară de acestea am început să oferim supratitrări în limba română la spectacolele proprii, încercând să asigurăm un acces cât mai mare la teatru pentru publicul român. Pentru o cât mai bună funcționare a acestui program am început să construim relații mai strânse cu școlile de limba română din oraș, dar și cu Liceul “Marin Preda” din Odorheiu Secuiesc (50 de elevi a acestei școli au venit să vizioneze spectacolul *Jocuri în curtea din spate*, și continuă să vină și la alte spectacole). Teatrul Municipal Csíki Játékszín s-a alăturat și *Programului de conviețuire interetnică* al Consiliului Județean Harghita, program în cadrul căruia încercăm să construim și alte “punți” între cele două etnii.

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.

În anul 2022 am ținut și un alt public neglijat până acum, publicul de copii mici (între vârstele 3-7) cu realizarea spectacolului de păpuși *Gubanc*.

Spectacole jucate în anul 2022

Nr. Crit.	Spectacol	Grup țintă
1.	Tartuffe avagy az imposztor	Categoria: 14+
2.	Agamemnon	Categoria: 14+
3.	Szar ügy	Categoria: 12+
4.	A sarlatán	Categoria: 14+
5.	Torzonborz újabb gatzettei	Categoria: 6-13 ani
6.	A jegyzőkönyv	Toate categoriile de vârstă
7.	Pillanatfelvétel	Categoria: 14+
8.	Valahol Európában	Toate categoriile de vârstă
9.	Búcsújárás	Toate categoriile de vârstă
10.	Gubanc	Categoria: 0-8 ani
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
17.	Hegedús a háztetőn	Toate categoriile de vârstă

Alte activități/proiecte în anul 2022

Nr. Crit.	Activitate / Proiect	Grup țintă
1.	Semmi	Toate categoriile de vârstă
2.	Finitocska	Toate categoriile de vârstă
3.	Festivalul <i>Unscene</i>	Toate categoriile de vârstă, studenți și profesori de artă din țară, comunitatea teatrală
4.	Festivalul <i>Lurkó Kids</i>	Categoria: 0-13
5.	Festivalul <i>Lurkó Teens</i>	Categoria: 11-20
6.	Ziua Mondială a Muzicii - bursă de discuri	Toate categoriile de vârstă
7.	Ziua Mondială a Dansului	Toate categoriile de vârstă
8.	Ziua Poeziei Maghiare	Toate categoriile de vârstă
9.	Ziua Mondială a Teatrului	Toate categoriile de vârstă

Profilul beneficiarului actual

În anul 2022, până la finalul lunii martie încă ne-am confruntat cu restricțiile pandemiei – public exclusiv vaccinat, capacitatea redusă a numărului de spectatori. Din păcate, consecințele acestei situații s-au resimțit mult timp după ridicarea definitivă a restricțiilor. Toate instituțiile de spectacole și concerte au fost nevoite să suspende din motive de boală un număr foarte ridicat de reprezentații. Acest fapt a dus la reprogramarea (uneori și de câte 2 ori) a aceleiași reprezentații. Neîncrederea a publicului față de programul teatrului a fost o consecință de înțeles în partea a doua a stagiunii teatrale 2021/2022. Oboseala pe care publicul a simțit-o ca urmare a pandemiei a fost apoi accentuată de începerea războiului din Ucraina și de permanenta știre a crizei economice-energetice care urmează.

Reintroducerea sistemului de abonamente a fost o oportunitate pentru a ne redescoperi publicul – public destul de schimbat față de dinaintea de pandemie. Acești ani au făcut ca nevoile de consum cultural pe care beneficiarii noștri le au să fie satisfăcute prin multiple alte platforme – video-streaming (Netflix, HBO Max, Amazon Prime, Disney +), social media prin apariția Tik-Tok-ului a făcut de asemenea trecerea către conținut de entertainment etc. Toți acești factori fac ca teatrele de peste tot să fie într-o perioadă de redescoperire și reformare a publicului.

În căutarea acestui nou public, am diversificat repertoriul teatrului și am descoperit o categorie de public foarte activă care dorește și alt tip de spectacole, care să adreseze teme foarte actuale astăzi în societate și care să comunice foarte direct cu spectatorii. (Și) acest fapt ne-a condus către ideea de a înființa programul Lurkó, program prin care am creat contextul atât a oferi spectacole specific acestui public dar și de a descoperi mai profund ce tip de nevoi are.

Considerăm și avem ca obiectiv în 2023 aprofundarea acestui profil al beneficiarilor pentru că prin acești beneficiari formăm și construim publicul teatrului care va fi prezent și peste 10-20 de ani. Un succes a fost introducerea abonamentului liber – abonament care credem care va fi din ce în ce mai solicitat. Am constatat că în paralel cu existența publicului care dorește abonamentul fix, care îi impune beneficiarului un program exact și doar anumite spectacole, se naște un public nou, care are alt ritm de viață, mult mai flexibil și mai dinamic.

Ridicarea restricțiilor pandemice, reintroducerea sistemului clasic de abonamente dar și dezvoltarea lui către categorii de beneficiari cu profil diferit, diversitatea direcțiilor repertoriale și menținerea unui ritm susținut în programarea reprezentațiilor a făcut ca numărul spectatorilor în 2022 să fie de aproape 2,5 ori mai mare ca în 2021.

	Anul 2020	Anul 2021	Anul 2022
Număr spectatori, din care	13.247	9.621	22.657
- la sediu	9.608	7.285	18.173
- în afara sediului	3.639	2.336	4.484

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, după lansarea unui spectacol pentru bebeluși în 2021, în 2022 am continuat reprezentațiile spectacolului *Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja* și am realizat un proiect extra program minimal: *Teatru de păpuși*, concretizând în spectacolul *Gubanc*.
- **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. În stagiunea 22/23 am reintrodus 12 abonamente pentru copii, care includ și două spectacole invitate de la teatrele din județul Harghita. De asemenea spectacolul extra program minimal *Gubanc* se încadrează și în acest target de public.
- **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. Pentru acest public, în afara spectacolelor pentru adulți incluse în abonament încercăm să realizăm și spectacole care prelucrează teme importante pentru această categorie de vârstă (*Agamemnon, Szar ügy, A Sarlatan*, spectacole de clasă, spectacole jucate în alte spații alternative, de ex. pub-uri).
- După aceste spectacole deseori organizăm discuții cu publicul, coordonate de secretara literară a teatrului, discuții care au ca obiectiv întâlnirea dintre actori și beneficiari și evaluarea interesului acestora pentru formele de spectacol contemporan. Aceste evenimente au o popularitate extrem de ridicată mai ales la beneficiarii între 16-25 de de ani.
- Pentru elevi oferim și două grupuri de teatru amator conduse de actorii teatrului, program în cadrul căruia s-au născut trei spectacole în anul 2022 (*Semmi, Finito, Fenntartható fejlődés*), spectacole care au arătat interes mare din partea elevilor.
- **Publicul 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-l 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. După analiza realizată pentru anul 2021, în care teatrul a rămas dator la *punctul 4: dezvoltarea ofertei culturale*, credem că în 2022 am făcut niște pași semnificativi în acest sens: am început deschiderea către publicul român în cadrul programului *Luceafărul*, am îmbogățit oferta pentru copii și adolescenți prin programul *Lurkó*, dar și prin spectacole create special pentru acest public. Aceste inițiative sunt încă în faza de "copilărie", rămânând ca în anii următori să le îmbogățim și să le întărim.

Pentru a rămâne fidel obiectivelor strategice, Teatrul Municipal Csíki Játékszín, în anul 2022 a avut 17 spectacole pe repertoriu, completate de diferite programe culturale:

Premiere realizate în perioada de raportare

Tartuffe avagy az imposztor

de J.B.P. Moliere

Regia: Victor Ioan Frunză

Premiera: 2022. 03. 18

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/tartuffe-avagy-az-imposztor>

Nr. reprezentații: 7



Agamemnon

de Rodrigo Garcia

Regia: Alejandro Duran

Premiera: 2022. 04. 01.

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

Nr. reprezentații: 15



Szar ügy

de George F. Walker

Regia: Alejandro Duran

Premiera: 2022. 05. 10.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/szar-ugy>

Nr. reprezentații: 10



A sarlatán

de Tom Dugdale, Hatházi András

Regia: Tom Dugdale

Premiera: 2021. 06. 09.

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

Nr. reprezentații: 8



Torzonborz újabb gáztettei

de Otfried Preußler

Regia: Vladimir Anton

Premiera: 2021.06. 30.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eload/asok/torzonborz-ujabb-gasztettei>

Nr. reprezentații: 14



A jegyzőkönyv

de Tracy Letts

Regia: Barabás Árpád

Premiera: 2022.10. 21.

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

Nr. reprezentații: 8



Pillanatfelvétel

de Donald Margulies

Regia: Vladimir Anton

Premiera: 2022. 10. 28.

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

Nr. reprezentații: 6



Gubanc

de Bende Sándor

Regia: Bende Zsuzsanna, Vladimir Anton

Premiera: 2022. 11. 11.

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

Nr. reprezentații: 7



Hegedűs a háztetőn

de Sheldon Harnick – Jerry Bock – Joseph Stein

Regia: Erwin Šimšensohn

Avanpremieră: 2022. 12. 29.

Detalii: <https://csikijatekszin.ro/hu/eloadasok/hegedus-a-hazteton-1>

Nr. reprezentații: 2



Spectacole păstrate în repertoriu

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. reprezentații: 8



Torzonborz, a rabló

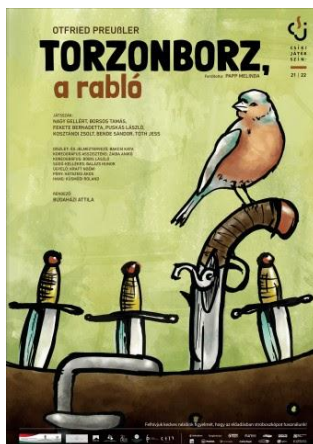
de Otfried Preußler

Regia: Budaházi Attila

Premiera: 2021.10. 20.

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

Nr. reprezentații: 9



III. Richárd

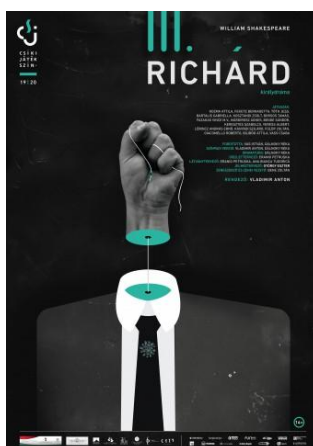
de William Shakespeare

Regia: Vladimir Anton

Premiera: 2021.06. 30.

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

Nr. reprezentații: 10



kilencvenegy

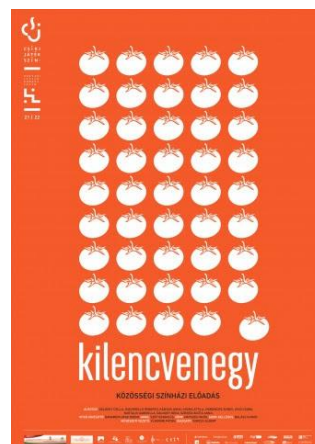
de Dálnoky Réka și echipa

Regia: Bartalis Gabriella

Premiera: 2021.10. 22.

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

Nr. reprezentații: 8



Cseppinkóka kalimbaba szenzációs anyakalandja

de Varró Dániel

Regia: Blénessy Enikő

Premiera: 2021.11. 06.

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

Nr. reprezentații: 6



Csárdáskirálynő

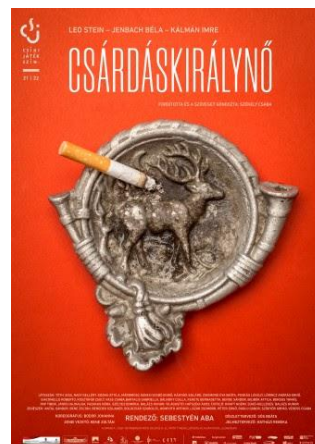
de Leo Stein – Jenbach Béla - Kálmán Imre

Regia: Sebestyén Ába

Premiera: 2021.12. 17.

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

Nr. reprezentații: 15



A halottember

de Háy János

Regia: Kányádi Szilárd

Premiera: 2018. 10. 25

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

Nr. reprezentații: 4



Búcsújárás

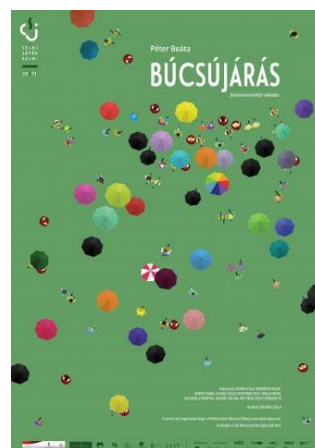
de Péter Beáta

Regia: Dálnoky Csilla

Premiera: 2021. 05. 23.

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

Nr. reprezentații: 1



Festivalul Unscene



Dacă în anul universitar 2020-2021, ediția inaugurală a Festivalului Unscene și-a propus să vină în întâmpinarea dificultăților provocate de pandemie, ediția din 2022 și-a propus să confirme Festivalul Unscene ca eveniment de prim rang în rândul festivalurilor studențești și să pună orașul Miercurea Ciuc pe harta evenimentelor principale ale anului.

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.

Anul acest am organizat, în parteneriat cu institutul Cervantes București, și un workshop internațional (cu participanți din 3 țări) cu dramaturgul și regizorul Rodrigo Garcia, personalitate de mare anvergură a teatrului european.

Ediția a II-a a festivalului, 13-22 mai, s-a desfășurat pe durata a 10 zile și a trezit un imens interes atât în rândul studenților și profesorilor, dar și în breaslă, fiind prezenți actori, regizori și manageri din majoritatea teatrelor maghiare din țară.

Organizator

Teatrul Municipal Csíki Játékszín
Asociația Kortina

Co-organizatori

Centrul Cultural Județean Harghita
Primăria Miercurea Ciuc

Partener strategic

Institutul Cervantes

Sponsori Gold

Harplast
Combridge
ING Service

Sponsori

Harmopan
Gerkon Electro
Csíki Sör
Emma la dolce
Bartomatic

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
Universitatea Națională de Arte George Enescu, Iași

Parteneri

Kurta István software developer
Obszkura Production
Cafeneaua Kulissza

Spații de desfășurare

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

Unscene în cifre

- aproximativ 255 de participanți
- 31 de spectacole de teatru
- 1 workshop
- 1 expoziție scenografie
- 2 concerte (KVAB, Groove Garden by Sorin Zlat)
- 13 proiecții de filme în aer liber
- 1444 de spectatori la spectacolele de teatru









Festivalurile Lurkó Kids și Lurkó Teens

Festivalul pentru copii și tineret nu a mai fost organizat de către Teatrul Municipal Csíki Játékszín din anul 2018. În 2022 am reconceptuat ideea festivalului, și am inițiat Programul Lurkó.

Pe lângă festival, acest program va conține diferite sub-programe și evenimente adresate copiilor și adolescenților pe parcursul unei întregi stagiuni: spectacole de teatru clasă, meetinguri cu elevii de diferite vârste pe diferite teme, spectacole jucate în spații alternative etc.

În cadrul acestui program în 2022 am organizat două festivaluri: Lurkó Teens (24-28 septembrie) adresat adolescenților, care pe lângă spectacolele studio a oferit și numeroase spectacole de clasă; și Lurkó Kids, organizat pentru copiii mai mici în perioada 2-5 noiembrie.

Festivalurile Lurkó în cifre:

- 30 de spectacole de teatru
- 1 concert (Tekergők)
- aproximativ 60 de participanți
- aproximativ 1600 de spectatori









Alte activități, proiecte și evenimente

Ziua Mondială a Teatrului - 27. martie 2022

Teatrul Municipal Csíki Játékszín a sărbătorit Ziua Mondială a Teatrului cu premiera spectacolului *Semmi* de Janne Teller, spectacol al trupei de amatori *Harmadik figyelmeztetés*, regizat de Borsos Tamás, actorul teatrului.



Ziua Poeziei Maghiare - 11. aprilie 2022

În 2022-23 sărbătorim 200 de ani de la nașterea poetului Petőfi Sándor. În cadrul acestui bicentenariu pentru a sărbători Ziua Poeziei Maghiare, Teatrul Municipal Csíki Játékszín a organizat diferite evenimente:

11:00 *Tizenegy*

Este deja o tradiție a orașului, că pe data de 11 aprilie, de la ora 11:00, 11 actori ai teatrului recită 11 poezii maghiare. În anul 2022 acest eveniment a fost dedicat poetului Petőfi Sándor. Programul de recital a fost acompaniat de contribuția flautistului Boldizsár Szabolcs.



11:30 - 19:00 Bibliotecă în teatru

Pe parcursul zilei de 11 aprilie, Biblioteca Județeană "Kájoni János" a realizat o "bibliotecă mobilă" în foyerul teatrului.

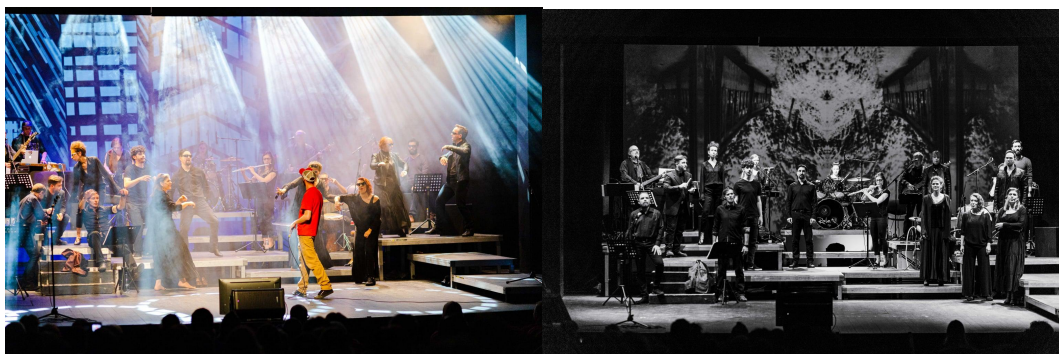
16:00 Concurs de Slam Poetry

De la ora 16:00, împreună cu cafeneaua *Kulissza*, Teatrul Municipal Csíki Játékszín a organizat un concurs de Slam Poetry, gen popular în rândul adolescenților (și nu numai), cu un juriu constând din actorii teatrului.



19:00 LEVEGŐT!

De la ora 19:00, în sala mare a avut loc spectacolul *Levegőt!*, o coproducție a teatrului cu formația Role și cu regizorul/coreograful Bordás Attila. Spectacolul de poezii recitate și cântate era îmbogățit cu elemente vizuale (proiecții) și coregrafice, și au participat câștigătorii concursului de recital și de slam poetry, împreună cu alți artiști invitați (Potyautas, Fekete Zsolt, Zaiba Anikó, Stukkeres Pepa).



Ziua Mondială a Dansului - 29. aprilie 2021

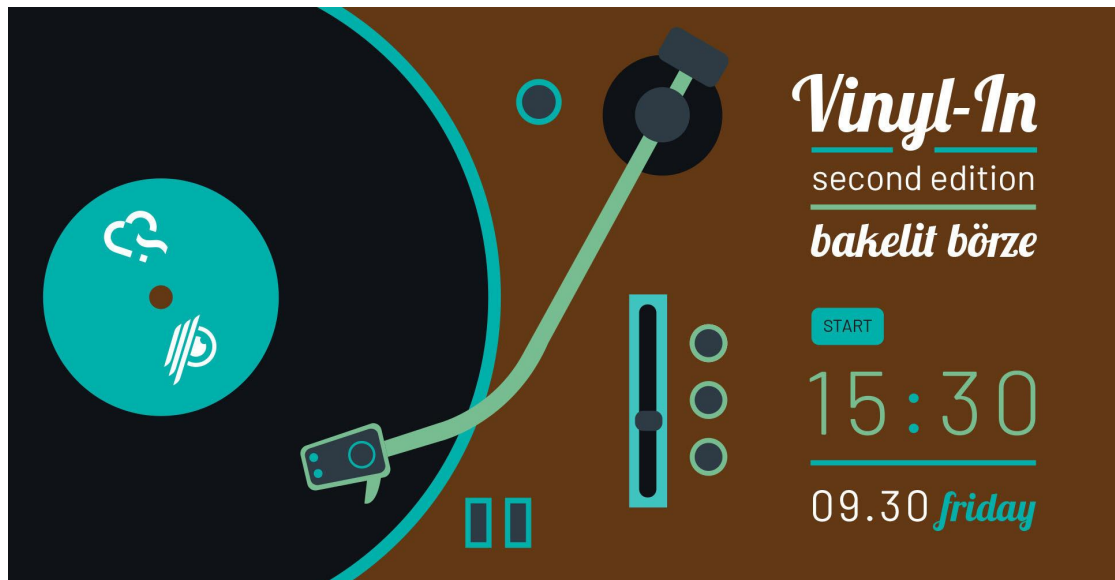
Eveniment organizat în parteneriat cu Asociația TLT Art Life, CAMP și Ansamblul Național Secuiesc Harghita. Programul a conținut două ateliere de dans: dans contemporan și hip-hop, flashmob, demonstrații stradale, dans popular.

Evenimentul s-a încheiat cu jocul *Just Dance*, și a fost o adevărată sărbătoare a dansului și a libertății.



Ziua Mondială a Muzicii - 1. octombrie 2021

Din cauza condițiilor meteo, în anul 2022 Ziua Mondială a Muzicii era sărbătorită pe 30 septembrie. Evenimentul a început la ora 15:30 în fața teatrului cu o audiție muzicală și între timp s-a ținut o bursă de discuri, casete și CD-uri.



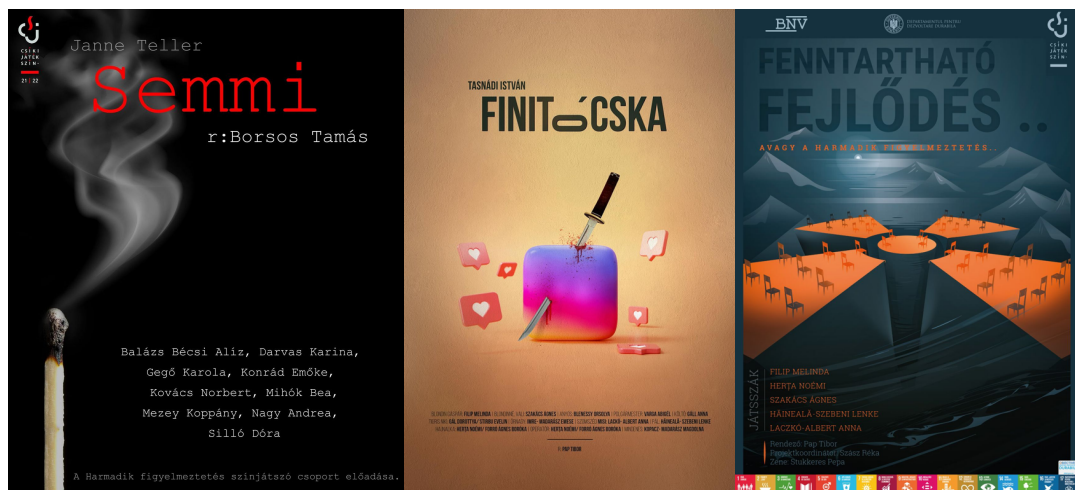
Trupa de amatori *Harmadik figyelmeztetés (Al treilea anunț)*

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 anunț)*.

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 au realizat trei spectacole în 2022:

1. Janne Teller: *Semmi*, regia Borsos Tamás, sala mare
2. Tasnádi István: *Finitócska (Magyar zombi)*, regia Pap Tibor, sala studio
3. *Fenntartható fejlődés, avagy a harmadik figyelmeztetés*, regia Pap Tibor, foyer



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 încă din anul 2021. Voluntarii (în jur de 10 elevi) ajută personalul teatrului la întâmpinarea publicului, 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. În ceea ce privește anumite spectacole ne-am propus să începem să identificăm și să comunicăm chiar cu un public mai larg, din afara județului.

Politica de preț a билетelor 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.

Prin reintroducerea programului Luceafărul (titrarea unor reprezentații ale spectacolelor CSJ și invitarea unor spectacole în limba română) am început să diversificăm activitatea profesională și către publicul român care, astfel, devine beneficiar al teatrului.

Dezvoltarea relației cultură – educație am urmărit-o atât prin parteneriate cu instituții de învățământ, instituții de cultură din județul Harghita dar, începând cu acest an și prin întâlniri directe cu publicul, propunându-ne să aducem publicul cât mai aproape de actori. Introducerea discuțiilor cu publicul a fost percepută de beneficiari ca fiind extrem de binevenită. Întâlnirea directă dintre beneficiari și artiști, după spectacol a creat contextul dezbaterii pe teme propuse de spectacol. Am ales spectacolele care au ca public țintă categoria publicul foarte tânăr (18-24 ani), publicul tânăr (24-34 de ani) și publicul adult (34-44 de ani) – *Agamemnon, Szar ügy, A sarlatán*. Aceste categorii de public au cea mai mare deschidere către acest tip de întâlniri-eveniment, nu puține fiind situațiile în care părinți și copiii lor adolescenți au participat, implicându-se în dezbateri.

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 2022, au fost înregistrați la spectacolele realizate de teatru un număr de aproximativ **22.657** 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 ridicându-se la peste **25.000** 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

Dacă direcțiile de acțiune în majoritatea anului 2021 s-au concentrat asupra continuității activității și introducerea de noi strategii și direcții artistice, în anul 2022 unul dintre scopurile principale era readucerea publicului la teatru.

Din cauza pandemiei publicul teatrelor a scăzut într-un număr imens pe plan mondial, spectatorii și-au format obiceiuri noi, axate mai mult pe activități online. După ce s-au eliberat restricțiile legate de pandemie, teatrul a început să depună eforturi desăvârșite pentru a aduce publicul înapoi în sălile de teatru și nu numai.

Principalul instrument pentru atingerea acestui scop a fost reintroducerea sistemului de abonamente în stagiunea 22/23. În toamna anului 2022 Teatrul Municipal Csíki Játékszín a vândut 9 abonamente pentru adulți, 12 abonamente pentru copii și un *abonament liber*, care permite accesul la oricare 5 producții proprii a teatrului, **22 de abonamente în total** (ca comparație: Teatrul "Tomcsa Sándor" din Odorheiu Secuiesc are 9 abonamente). Succesul se vede și în numărul de spectatori care a crescut de la 9.621 (anul 2021) la 22.657, **o creștere de 235%**.

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. În 2022 Teatrul Municipal Csíki Játékszín a înființat 4 posturi inexistente până atunci:
 - director artistic

- șef secție tehnic
- regizor tehnic
- recuziter
- Încercarea, împreună cu primăria, de a rezolva problema lipsei posturilor
- Achiziționarea și reamenajarea unui spațiu nou pentru a servi ca atelier pentru mașiniști
- Organizarea festivalului *Unscene* care atrage publicul tânăr și de profesie
- Organizarea festivalurilor *Lurkó Kids* și *Lurkó Teens* pentru publicul de copii și adolescenți
- Deschidere către tineret, integrarea tinerilor la viața teatrului (*Programul Lurkó, trupa de amatori, programul de voluntariat*)
- Contactarea unor creatori importanți din țară și din străinătate
- Deschidere către publicul român al orașului prin programul *Luceafărul*

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

1. Măsuri de organizare internă

Cea mai importantă măsură de organizare internă luată în anul 2022 a fost schimbarea organigramei și statului de funcții prin înființarea a 4 posturi noi, aprobată de HCL nr. 206/2022.

Statul nou de funcții prevede un număr de 44 de posturi, din care:

- Personal de conducere – 5 posturi
- Personal de execuție – 39 posturi

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 secție tehnic 1
 - Regizor tehnic 1
 - Muncitor din activitatea specifică instituțiilor de spectacole sau concerte:
Cabinier 2
 - Muncitor din activitatea specifică instituțiilor de spectacole sau concerte:
Recuziter 1
 - *Compartiment Tehnic*
Muncitor din activitatea specifică instituțiilor de spectacole sau concerte:
Mânuiitor - 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

În afara posturilor înființate în 2022 mai e nevoie de încă câteva pentru o funcționare normală: *șef departament marketing, regizor tehnic, sufleur, 2-3 actori, casier, mânuiitor-montator decor, video designer, persoană cu experiență în scriere de proiecte.*

A doua cea mai importantă măsură luată este rescrierea completă a fișelor de post care au fost foarte simplificate și de mult depășite. Aceste lucrări au rezultat prin fișe de post complete și bine detaliate, care acum sunt în conformitate cu sarcinile reale ale fiecărui angajat.

De asemenea managementul teatrului a început să pună bazele unui Regulament de Organizare și Funcționare nou, textul regulamentului rămâne să fie finalizat și aprobat în 2023.

În 2022 au fost luate măsuri de modificări a reglementărilor interne, prin emiterea de decizii administrative, cum ar fi:

- Decizie pentru aprobarea Declarației privind asumarea agendei de integritate organizațională în coordonatele Strategiei Naționale Anticorupție (SNA) 2021-2025
- Decizie numire de consilier de etică
- Decizie numire comisie de negociere
- Decizie inventariere patrimoniu
- Decizii pentru numirea unor comisii de evaluare, recepție oferte/lucrări, reparații

2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne

Regulamentul de Ordine Interioară trebuie modificat/completat împreună cu Codul de etică.

3. Sinteza activității organismelor colegiale de conducere

În cadrul Teatrului Municipal Csíki Játékszín, 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 2022 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 2022 structura organizatorică a Teatrului Municipal Csíki Játékszín până în luna august 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. Începând cu 1 august 2022, structura organizatorică a fost completată cu 4 posturi noi, rezultând în 5 posturi de conducere și 39 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.

Notă: salariul managerului nu este în conformitate cu Legea nr. 153/2017 privind salarizarea personalului plătit din fonduri publice, cu modificările și completările ulterioare

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 2022 și-au dat demisia 2 angajați și 2 au luat concediu de maternitate urmat de creștere de copil până la 2 ani. 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 2022/23, 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:

- 14 actori
- 1 secretar

- 2 maeștrii sunet
- 1 maestru lumini
- 1 secretar literar
- 1 director artistic
- 1 șef secție tehnic
- 1 regizor tehnic
- 1 recuziter
- 1 mânăitor montator decor

Formare profesională

În 2022 următorii angajați au participat la cursuri/workshopuri de formare profesională:

Nume	Funcție	Curs/Workshop	Perioada	Organizator
Veress Albert	manager	Prevenirea corupției la Primăria Miercurea Ciuc	18-22 iulie	Primăria Miercurea Ciuc, POCA
Balázs-Bécsi Kinga	contabil șef	Prevenirea corupției la Primăria Miercurea Ciuc	18-22 iulie	Primăria Miercurea Ciuc, POCA
Toth J. Fekete B. Kozma A. Borsos T. Kész O. Zsigmond É.B. Puskás L.	actor	Rodrigo Garcia: A hiábavalóság fontossága	14-21 mai	TMCSJ, Unscene
Toth J. Fekete B. Nagy G.	actor	dans contemporan	25-31 iulie	TMCSJ, CAMP
Kraft Noemi	regizor tehnic	Regie de culise	6-12 iunie	TMCSJ, MASZIN

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

5. Măsurile 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. În 2022 s-au efectuat următoarele lucrări:

Reparații generale la atelierul mașiniștilor

În anul 2022 încă un atelier din partea estică a clădirii, folosit anterior de artiști plastici a intrat în folosința Teatrului Municipal Csíki Játékszín. Atelierul a fost aproape complet renovat: schimbat geamuri, rețeaua electrică reînnoită, zugrăvit, instalații sanitare noi.

Spațiul se folosește ca atelier pentru mașiniști unde se depozitează echipamente tehnice și se efectuează lucrări de creație și reparație decoruri. Totodată servește și ca vestiar pentru mașiniști.



Împreună cu reînnoirea acestui atelier am reînnoit și coridorul din fața atelierelor, câștigând un spațiu nou pentru depozitarea costumelor.



Schimbarea corpurilor de iluminat în partea din față a clădirii

Corpurile de iluminat din fața clădirii erau învechite și produceau o lumină scăzută și neplăcută, cu o temperatură de culoare rece. Aceste corpuri au fost schimbate la panouri LED de culoare caldă și de o luminozitate ridicată.

Înainte:



După:



Mobilarea apartamentului de serviciu

În 2021 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, iar mobilarea apartamentului s-a efectuat în anul 2022.

În cursul anului 2022 patrimoniul a fost completat cu următoarele achiziții:

- Sistem mixer sunet
- 2 laptop-uri

Inventarierea anuală a elementelor de natura activelor, datoriilor și capitalurilor proprii a fost efectuată în baza Deciziei nr. 980/31.10.2022, în perioada 01.11-15.11.2022. 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 2022 au fost efectuate un număr de 2 controale, după cum urmează:

1. În luna iunie 2022 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 20.10.2022 – 12.12.2022 s-a dispus de Primarul Municipiului Miercurea Ciuc efectuarea misiunii de audit public intern cu tema privind „Auditarea activității de alocare, utilizare a fondurilor și a activității de contabilitate” pentru anul 2021.
Constatări:

- unele fișe ale posturilor au lipsuri;
- unele decizii de numire sunt întocmite cu lipsuri;
- lipsa deciziei interne privind numerotarea formularelor financiar contabile pentru anul 2021.

Recomandări:

- actualizarea fișelor posturilor angajaților la orice adăugare de responsabilitate, concomitent cu emiterea deciziei pentru responsabilitatea nouă;
- întocmirea corectă a unor decizii de numire, cu atenție la concordanța dintre titlul și conținutul acesteia;
- întocmirea, la începutul fiecărui an, a deciziei interne, anuale, privind numerotarea formularelor financiar contabile.

Ultimele două recomandări au fost rezolvate, iar actualizarea/completarea fișelor de posturi sunt în curs de remediere.

D) Evoluția situației economico-financiare a instituției

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

În anul 2022 încasările realizate au fost de 560.563 RON (558.463 din bilete, 2.100 din alte activități) și au fost peste cele preconizate în proiectul de management (467.500 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 plători 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 31.12.2022 sunt de **3.198.069** lei, reprezintă **62,03%** 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 **36,26%** din totalul cheltuielilor.

Cheltuielile de capital alocate în anul 2022 au fost de **88.178 lei** și reprezintă **1,71%** din totalul cheltuielilor.

În perioada 01.01.2022 – 31.12.2022 structura cheltuielilor a fost următoarea:

Nr. Crit.	Indicator	Suma (RON)	Pondere
1.	Cheltuieli de personal	3.198.069	62,03%
2.	Cheltuieli cu bunurile și serviciile	1.869.524	36,26%
3.	Cheltuieli de capital	88.178	1,71%

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

Nr. Crit.	Indicatori de performanță	2021	Perioada evaluată
1.	Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri - cheltuieli de capital)/nr. de beneficiari	396	224
2.	Fonduri nerambursabile atrase (lei)	10.000	10.000
3.	Număr de activități educaționale	6	9
4.	Număr apariții media	26	69
5.	Număr de beneficiari neplătitori	74	563
6.	Număr de beneficiari plătitori	8.853	22.094
7.	Număr de reprezentații	108	211
8.	Număr de proiecte/acțiuni culturale	24	81
9.	Venituri proprii din activitatea de bază	242.058	558.463
10.	Venituri proprii din alte activități	81.976	2.100

Față de anul 2021 se observă o creștere la aproape toate indicatoarele de performanță, iar cheltuielile pe beneficiar s-au diminuat de la 360 ron la 224.

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 posibilă și dezirabilă 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 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, coreografi 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

	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 proiectul 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. 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 teme 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 orașului 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 ianuarie – 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	Tartuffe avagy az imposztor	Victor Ioan Frunză
2.	Repertoriu de 4 spectacole pe scena mare pentru publicul abonat cu vârsta de peste 14 ani	A jegyzőkönyv	Barabás Árpád
3.	Repertoriu de 4 spectacole pe scena mare pentru publicul abonat cu vârsta de peste 14 ani	Hegedűs a háztetőn	Erwin Şimşensohn
4.	Repertoriu de 4 spectacole pe scena mare pentru publicul abonat cu vârsta de peste 14 ani	Szall a kakukk fészkére (spectacol invitat)	Vladimir Anton
5.	Repertoriu de 3 spectacole pentru copii pe scena mare	Torzonborz újabb gáztettei	Budaházi Attila
6.	Spectacol pentru tineret în sala studio Hunyadi László	Pillanatfelvétel	Vladimir Anton
7.	Spectacol pentru tineret în sala studio Hunyadi László	A sarlatán	Tom Dugdale
8.	Spectacole și evenimente extra program minimal	Agamemnon	Alejandro Duran
9.	Spectacole și evenimente extra program minimal	Szar ügy	Alejandro Duran
10.	Festivalul Unscene	Festivalul Unscene	TMCSJ
11.	Festivalul Lurkó	Lurkó Teens Lurkó Kids	TMCSJ
12.	Programul Luceafărul	Jocuri în curtea din spate (spectacol invitat)	Diana Mititelu
13.	Programul Luceafărul	Maria Tănase, o poveste (spectacol invitat)	Carmen-Lidia Vidu

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, CAMP, Festivalul Csiki Jazz).

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

		2023 planificat
Venituri proprii		1.310.000
Venituri din concesiuni si inchirieri	1030100530	10.400
Venituri din serbari,spectacole	10331019	1.159.600
Alte venituri	10361050	140.000
Varsaminte din SF pt SD	10371003	-600.000
Varsaminte din SF	10371004	600.000
Subventii	10430900	1.000.000
Excedent an 2022	10401501	2.424.000

TOTAL		4.734.000
DENUMIREA INDICATORILOR*)	Cod indicator	PLANIFICAT 2022
A	B	
TOTAL CHELTUIELI (01+70+79)		4.734.000
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	2.474.000
Cheltuieli salariale in bani (cod 10.01.01 la 10.01.30)	10.01	2.340.500
Salarii de baza	10.01.01	2.199.500
Indemnizatii platite unor persoane din afara unitatii	10.01.12	30.000
Indemnizatii de delegare	10.01.13	4.000
Alte drepturi salariale (cf. Legii 153/2017, sume calculate cu sal min. Brut pe țară 2080 lei)	10.01.30	0
Indemnizație hrană	10.01.17	107.000
Cheltuieli salariale in natura (cod 10.02.)	10.02	66.000
Vouchere de vacanta	10.02.06	66.000
Contributii (cod 10.03.01 la 10.03.06)	10.03	67.500
taxa solidaritate CAM	10.03.07	67.500
TITLUL II BUNURI SI SERVICII (cod 20.01 la 20.30)	20	1.660.000
Bunuri si servicii (cod 20.01.01 la 20.01.30)	20.01	1.299.000
Furnituri de birou	20.01.01	4.000
Materiale pentru curatenie	20.01.02	11.000
Incalzit, lluminat si forta motrica	20.01.03	160.000
Apa, canal si salubritate	20.01.04	11.000

Carburanti si lubrifianti	20.01.05	4.000
Transport	20.01.07	40.000
Posta, telecomunicatii, radio, tv, internet	20.01.08	10.000
Materiale si prestari de servicii cu caracter functional	20.01.09	214.000
Alte bunuri si servicii pentru Tntretinere si functionare	20.01.30	845.000
Reparatii curente	20.02.	185.000
Bunuri de natura obiectelor de inventar (cod 20.05.01 la 20.05.30)	20.05	40.000
Alte obiecte de inventar	20.05.30	40.000
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	8.000
Alte cheltuieli (cod 20.30.01 la 20.30.30)	20.30	78.000
Reclama si publicitate	20.30.01	30.000
Protocol si reprezentare	20.30.02	5.000
Chirii	20.30.04	28.000
Alte cheltuieli cu bunuri si servicii	20.30.30	15.000
CHELTUIELI DE CAPITAL ((cod 71+72)	70	600.000
TITLUL X ACTIVE NEFINANCIARE (cod 71.01+71.02)	71	600.000
Active fixe (inclusiv reparatii capitale)(cod 71.01.01 la 71.01.30)	71.01	600.000
Maşini, echipamente, mijloace de transport	71.01.02	0
Mobilier, aparatură birotica	71.01.03	0

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

Nr. Beneficiari estimați	Perioada de management
28.000	ianuarie – decembrie 2023

3. Analiza programului minimal realizat

Nr. Crit.	Proiect	Buget estimat	Buget cheltuit
1.	Tartuffe avagy az imposztor	150.000	121.814
2.	Agamemnon	60.000	58.275
3.	Pillanatfelvétel	50.000	51.967
4.	Torzonborz újabb gaztettei	70.000	49.810
5.	A jegyzőkönyv	150.000	89.653
6.	Hegedűs a háztetőn	300.000	306.362

G) 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.*”

Totodată, vă rog respectuos să modificați suma remunerației lunare a managerului în așa fel încât să fie în conformitate cu reglementările Legii 153/2017.

H) ANEXA 1

Lista rolurilor care vor fi realizate de manager în anul 2023:

Nr. Crit.	Proiect	Rol	Tip spectacol	Remunerație din încasările nete
1.	Pillanatfelvétel	James	spectacol proză adulți, sala studio	10%
2.	Ill. Richárd	Buckingham	spectacol proză adulți, sala mare	8%
3.	Hegedűs a háztetön	Rabbi	spectacol cu muzică adulți, sala mare	7%