



Bd Magheru nr. 20, 010334 Bucureşti  
tel.: 021.318.89.00 / 021.318.89.01  
e-mail: [director@nottara.ro](mailto:director@nottara.ro)  
Casa de bilete: 021.317.41.01



Primăria  
Capitalei



SV  
Cetatea  
2019  
Peste

TEATRUL C.I. NOTTARA  
INTRARE Nr. 665  
IEŞIRE Ziua 01 Luna 03 Anul 2019

Către: Primăria Municipiului Bucureşti  
Direcția Cultură, Învățământ, Turism

În atenția Domnului Traian Constantin PETRESCU, director executiv

Stimate Domnule Director,

Vă transmitem Raportul de activitate al Teatrului C.I.Nottara pentru anul 2018.

Cu stima,

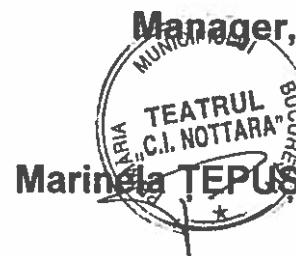
Marinela Țepuș



# **RAPORTUL DE ACTIVITATE AL TEATRULUI *C.I. NOTTARA* PENTRU ANUL 2018**

Prezentul raport de activitate a fost elaborat pentru evaluarea managementului de către Primarul General, reprezentant al Municipiului Bucureşti, denumit în continuare **autoritate**, ordonator principal de credite, pentru Teatrul Nottara, denumit în continuare **instituția**, în conformitate cu prevederile O.U.G. nr. 189/2008 privind managementul instituțiilor publice de cultură, aprobată cu modificări și completări prin Legea nr. 269/2009, cu modificările și completările ulterioare, coroborate cu prevederile Ordinului Ministrului Culturii nr. 2799/10.12.2015, precum și cu cele ale D.P.G. nr. 408/2016.

În conformitate cu prevederile contractului de management, datele și informațiile din prezentul raport sunt aferente perioadei: de la **01.01.2018** la **31.12.2018**



# SUMAR

<b>A. EVOLUȚIA INSTITUȚIEI ÎN RAPORT CU MEDIUL ÎN CARE ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITATEA</b>	
1. Colaborarea cu instituții, organizații, grupuri informale care se adresează aceleiași comunități .....	01
2. Analiza SWOT (analiza mediului intern și extern, puncte tari, puncte slabe, oportunități, amenințări) .....	03
3. Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia .....	04
4. Măsuri luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari.....	08
5. Grupurile-țintă ale activităților instituției .....	09
6. Profilul beneficiarului actual.....	10
<b>B. EVOLUȚIA PROFESIONALĂ A INSTITUȚIEI ȘI PROPUNERI PRIVIND ÎMBUNĂTĂȚIREA ACESTEIA</b>	
1. Adevararea activității profesionale a instituției la politicile culturale la nivel național și la strategia culturală a autorității.....	11
2. Orientarea activității profesionale către beneficiari.....	11
3. Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse.....	19
<b>C. ORGANIZAREA, FUNCȚIONAREA INSTITUȚIEI ȘI PROPUNERI DE RESTRUCTURARE ȘI/ SAU DE REORGANIZARE, PENTRU MAI BUNA FUNCȚIONARE, DUPĂ CAZ</b>	
1. Măsuri de organizare internă.....	20
2. Propuneri privind modificarea reglementărilor interne.....	20
3. Sinteza activității organismelor colegiale de conducere.....	21
4. Dinamica și evoluția resurselor umane ale instituției (fluctuație de personal, cursuri, evaluare, promovare, motivare/sanctionare).....	21
5. Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului instituției, îmbunătățiri/ defuncționalizări ale spațiilor.....	23
6. Măsuri luate în urma controalelor, verificării/auditării din partea autorității sau a altor organisme de control, în precum și perioada raportată.....	24



#### **D. EVOLUȚIA SITUAȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE A INSTITUȚIEI**

1.	Analiza datelor financiare din proiectul de management corelat cu bilanțul contabil al perioadei raportate.....	27
2.	Evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției.....	29

#### **E. SINTEZA PROGRAMELOR ȘI A PLANULUI DE ACȚIUNE PENTRU ÎNDEPLINIREA OBLIGAȚIILOR ASUMATE PRIN PROIECTUL DE MANAGEMENT**

1.	Viziune .....	33
2.	Misiune .....	33
3.	Obiective (generale și specifice) .....	33
4.	Strategia culturală pentru întreaga perioadă de management.....	34
5.	Strategia și planul de marketing.....	36
6.	Programe propuse pentru întreaga perioadă de management .....	42
7.	Proiecte din cadrul programelor.....	45
8.	Alte evenimente, activități specifice instituției, planificate pentru perioada de management.....	45

#### **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 (2019)**

1.	Proiectul de venituri și cheltuieli pentru următoarea perioadă de raportare (2019).....	45
2.	Număr de beneficiari estimați pentru următoarea perioadă de management (2019).....	48
3.	Analiza programului minimal realizat, în raport cu cel propus, în corelație cu subvenția / alocația primită.....	49

#### **ANEXE**

Anexa nr. 1 - monitorizare presă, pe anul 2018

Anexa nr. 2 – Grad de acoperire ianuarie - decembrie 2018 și FEST(in) pe Boulevard 2018

Anexa nr. 3 – Dosar de presă - DVD



## **PARTEA I:**

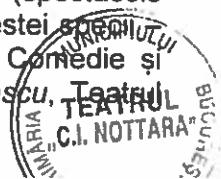
### **A. EVOLUȚIA INSTITUȚIEI ÎN RAPORT CU MEDIUL ÎN CARE ÎȘI DESFĂȘOARĂ ACTIVITATEA**

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

Capitala este, de departe, cea mai importantă piață culturală a țării, atât din punct de vedere al cererii, cât și sub aspectul ofertei de produse culturale. Fără îndoială, această piață este stimulată de anumite caracteristici specifice publicului bucureștean, cum ar fi cele de natură demografică (volumul și structura populației), economică (gradul de ocupare al forței de muncă, veniturile și nivelul de trai), cultural-educativă (nivel de studii, nevoi și aspirații culturale), etnică (numeroase minorități etnice și religioase) ș.a. În egală măsură, ea este susținută de numărul mare al instituțiilor publice centrale și locale, firmelor private, organizațiilor ne-guvernamentale ș.a., care activează în acest spațiu larg. Oferta culturală pe care acestea o susțin este valoroasă și are un caracter permanent, indiferent de natura instituțiilor respective.

Spre exemplificare, Primăria Generală a Capitalei și Consiliul General al Municipiului București păstrează 14 dintre cele mai mari și cunoscute instituții publice de spectacol: Teatrul Nottara, Teatrul Odeon, Teatrul Bulandra, Teatrul de Comedie, Teatrul Metropolis, Teatrul de Revistă *Constantin Tănase*, Teatrul Mic, Teatrul de Animatie Tăndărică, Teatrul Masca, Teatrul Evreiesc de Stat, Teatrul *Ion Creangă*, Teatrul Excelsior, Circ & Variete Globus, Opera Comică pentru Copii. Acestora li se adaugă Teatrul *Stela Popescu*, Teatrul Dramaturgilor Români, mai de curând înființate și care câștigă notorietate de la o zi la alta. Mai trebuie menționate: *Teatrelli*, cu o mică sală de spectacole cu iz de cafenea, care prezintă spectacole de divertisment (în cadrul CREART, subordonat PMB), și ARCUB (tot în subordinea PMB), care, pe lângă evenimentele de stradă și cele speciale din afara instituției (târguri, expoziții, concerte, revelioane etc.) are și spectacole de teatru. Pe lângă acestea, în București, funcționează câteva instituții de spectacol subordonate Ministerului Culturii și Identității Naționale: Teatrul Național I.L. Caragiale din București, Opera Națională, Teatrul Național de Operetă *Ion Dacian* (care au redevenit de sine stătătoare, după o fuziune forțată și deloc benefică), Filarmonica George Enescu etc., câteva centre culturale de sector precum și mici trupe independente. Cele mai importante teatre particulare sunt unteatru, ACT, Teatrul de Artă. Nu trebuie neglijat însă nici ceea ce se întâmplă în locuri precum Café Godot (actualmente, închis din cauza gradului ridicat de uzură a fațadei), Teatrul Elisabeta, Green Hours, La Scena, Teatrul Coquette, Teatrul Avangardia, Centrul de Teatru Educațional Replika, Point, Teatrul Macaz, Teatrul Arte dell'Anima, Apollo 111 etc.

Toate aceste instituții de spectacol și teatre particulare formează un „conglomerat” cultural diversificat și atrăgător. La o privire superficială, am putea crede că teatrele bucureștene nu sunt concurente. Fiecare dintre ele se bucură de un public relativ fidel, această fidelizare având mai multe componente: poziționarea în perimetru orașului, oferta repertorială specifică, actorii, uneori regizorii, care și ei pot fi mai apropiati de anumite teatre. La o privire mai atentă, vom constata că teatrele bucureștene „joacă” pe o scenă concurențială, la care sunt nevoie să se adapteze. O dată, se poate vorbi de concurență în ceea ce privește resursele financiare repartizate din bugetul (limitat) al administrației locale. Ca urmare, apar diferențe apreciabile între bugetele alocate de Primăria Generală diferitelor instituții de spectacol (cu mențiunea că, în ultimii ani, toate teatrele din subordinea PMB și CGMB au avut bugete îndestulătoare). Pe de altă parte, există o concurență pentru atragerea publicului. Având în vedere faptul că produsele teatrale, ca orice alt produs, se adresează unei piețe limitate (public plăitor și invitați), fiecare teatru încearcă să atragă un număr cât mai mare de spectatori. În acest context, Teatrul Nottara – care în decursul ultimilor 29 de ani și-a profilat oferta pe comedie (spectacole jucate mai ales la Sala Horia Lovinescu), pentru a atrage publicul iubitor al acestei genuri, este cel puțin două teatre concurente prin specificul repertoriului: Teatrul de Comedie și Teatrul Metropolis, la care, de curând, s-au mai adăugat Teatrul *Stela Popescu*, Teatrul



Elisabeta, Teatrul Avangardia și *Teatrelli*. În plus, fiind vorba de un gen agreat de publicul larg, mai toate teatrele au comedii în repertoriu. Însă Teatrul *Nottara* are pe afiș și alte genuri de spectacole, ceea ce îl plasează într-o poziție concurențială și cu alte teatre din capitală.

Dincolo de competiția normală cu celelalte instituții de spectacol, Teatrul *Nottara* a participat activ la viața culturală bucureșteană, alături de celelalte instituții culturale subordonate PMB și CGMB (și nu numai), implicându-se în realizarea unor importante manifestări de gen. Cu unele dintre acestea a avut colaborări de lungă durată sau punctuale. De pildă, Teatrul Tăndărīcă și Teatrul Odeon au fost, de la început, parteneri, găzduind (și/sau participând cu) spectacole și alte evenimente în cadrul Festivalului Internațional de Teatru – *Fest(in) pe Boulevard*, manifestare inițiată și pentru a eficientiza colaborarea cu celelalte instituții culturale subordonate PMB și CGMB și nu numai.

După cum se știe, prin promulgarea Legii nr. 282 din 18/2015 pentru modificarea și completarea Ordonanței Guvernului nr. 20/1994 privind măsuri pentru reducerea riscului seismic al construcțiilor existente, care interzice desfășurarea de activități publice în clădiri cu risc seismic de gradul I, începând cu data de 23 noiembrie 2015 Teatrul *Nottara* a fost nevoit să-și suspende spectacolele din cele două săli aflate la sediul din Bd. Magheru. Această situație s-a prelungit până în septembrie 2016. După întoarcerea la sediu, Teatrul *Nottara* a avut de luptat cu confuzia provocată publicului, ca urmare a unui nedorit "turneu" de 10 luni prin București și prin țară. Așadar, și 2018 a fost un an în care ne-am concentrat pe o promovare masivă a activității noastre la sediu, însă asta nu ne-a împiedicat să participăm la orice inițiativă culturală venită din partea unor parteneri sau a PMB (activități cu pronunțată tentă socială și/sau educativă, precum spectacole-lectură în licee, reprezentări cedate pentru cauze nobile, participare la festivaluri organizate de alte teatre sau de Ministerul Culturii și Identității Naționale prin UNITER, cum este Festivalul Național de Teatru etc.).



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

<p><b>1.(S) PUNCTE FORTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poziționarea pe Bulevardul Magheru, una dintre cele mai circulate artere bucureștene;</li> <li>• <i>Nottara</i> se află în top-ul teatrelor bucureștene în ceea ce privește notorietatea și preferințele publicului;</li> <li>• Bună colaborare cu ordonatorii de credite, respectiv PMB și CGMB și un buget adecvat pentru realizarea programelor și proiectelor propuse;</li> <li>• O trupă omogenă, cu multe vedete din generația de mijloc: Adrian Văncică, Vlad Zamfirescu, Alexandru Jitea, Ion Grosu, Dan Bordeianu, Ada Navrot, Luminița Erga, Crenguța Hariton, Ioana Calotă;</li> <li>• Cu trei excepții, întreaga trupă este cooptată în distribuții, conferind acesteia spirit de echipă;</li> <li>• Existența a două săli diferite în aceeași clădire;</li> <li>• Realizarea unui festival care a adus un plus de imagine teatrului și noi categorii de public;</li> <li>• Mărirea salariilor în domeniul cultural conferă mai multă stabilitate în cadrul echipei tehnice de scenă;</li> </ul>	<p><b>2. (W) PUNCTE SLABE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lipsa unei calificări înalte a personalului tehnic de scenă (dispar profesiile specifice: lumiști, sunetisti, peruchieri, butafori, machiori);</li> <li>• Infrastructură veche, din ce în ce mai puțin funcțională (țevi care se fisurăază mereu, producând inundații, ziduri umede la subsol, care fac să persiste mucegaiul și care nu pot fi remediate fără o reparație capitală etc.);</li> <li>• Absența unui depozit corespunzător situat în oraș, care să adăpostească decorurile și recuzita mare;</li> <li>• Parcările obținute prin generozitatea PMB și CGMB, în preajma teatrului, necesare atât pentru mașinile din dotare, cât și pentru cei care ne vizitează, sunt practic neutilizabile, fiind permanent ocupate de neavenuți;</li> <li>• Toalete strămte și care nu pot fi aerisite corespunzător;</li> <li>• Inexistența unor specialiști în marketing cultural conduce la odezolantă fluctuație de personal în cadrul acestui departament și la vânzări bilete sub nivelul așteptărilor noastre;</li> </ul>
<p><b>3. (O) OPORTUNITĂȚI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interesul din ce în ce mai mare al unor creatori valoroși (regizori, scenografi, coreografi, compozitori, actori) pentru a colabora cu Teatrul <i>Nottara</i></li> <li>• Preocuparea unor importanți finanțatori (bănci, agenții economici etc.) de a deveni parteneri în cadrul Festivalului (și nu numai). Din păcate, o proastă lege a sponsorizării conduce la o colaborare greoaie, adesea imposibilă, făcându-ne să acceptăm doar sponsorizările în produse sau plăta premiilor;</li> <li>• Interesul tinerilor pentru unele programe dedicate acestora și pentru spectacolele experimentale de la Sala George Constantin;</li> <li>• Rămânerea imobilului în custodia PMB, însemnând implicit rămânerea sediului Teatrului <i>Nottara</i>, după încheierea Procesului de retrocedare (a durat 8 ani), conduce la grăbirea procesului de consolidare a imobilului, fără alte complicații decât cele legate de proprietarii de la etajele superioare.</li> </ul>	<p><b>4. (T) AMENINȚĂRI</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apariția unor oferte din partea altor operatori culturali (proliferarea evenimentelor care pervertesc gustul publicului);</li> <li>• Prezența mult mai vizibilă a concurenței (televiziune, diverse forme de agrement, spectacole gratuite de stradă etc.);</li> <li>• Dispariția numelor mari din trupă (puține vedete naționale: Catrinel Dumitrescu, Alexandru Repan, Ion Haiduc, Constantin Cotimanis, Victoria Cocciaș, Anda Caropol);</li> <li>• Preocuparea actorilor și pentru alte tipuri de colaborări (televiziune, reclame, dublări ale vocilor la unele filme de animație, film, colaborări cu alte teatre de stat și/sau particulare), are drept consecință programarea greoaie a spectacolelor și vânzarea biletelor cu doar trei săptămâni înainte de reprezentație;</li> <li>• Oferta „prea generoasă” a unor teatre bucureștene privind onorarile colaboratorilor (regizori, scenografi, compozitori, coreografi, actori) pot conduce spre realizarea unui număr mai mic de premiere pe stagiune, cu banii care sunt destinați pentru proiecte culturale;</li> <li>• Decorurile și recuzita tot mai sofisticate și de mari dimensiuni acoperă, adesea, creația regizorului și a actorilor;</li> <li>• Impossibilitatea de a sancționa echipa de creatori (regizor, scenograf) în cazul unui eșec, poate conduce la realizarea unor spectacole lipsite de succes și la cheltuieli nejustificate;</li> <li>• Întârzierea consolidării imobilului potențează confuzia creată de închiderea teatrului pacum doi ani</li> </ul>

În urma analizei SWOT se desprind câteva concluzii/soluții pentru optimizarea activității teatrului, care pot constitui premissele unui management performant.

- Apar probleme în ceea ce privește motivarea personalului. Chiar dacă s-au mărit substanțial salariile, nu există stimulele pentru performanță (premii, prime, nu mai există posibilitatea de a plăti ore suplimentare).
- După mărirea salariilor cu 50% pentru angajatii cu specialitate teatrală, s-a creat o stabilitate în ceea ce privește personalul tehnic de scenă, însă nu i-a "fidelizat" pe actorii-vedetă, care sunt, în continuare, colaboratori ai mai multor teatre de stat și/sau particulare, televiziuni, radiouri etc. Aceasta conduce la o programare greoaie tocmai a producțiilor de mare impact la public. De asemenea, salariile fie și mărite, nu sunt destul de motivante pentru a atrage și fideliza specialisti de marketing cultural (care oricum sunt putini).
- Am resimțit scăderea puterii de cumpărare a publicului și avem în continuare mari dificultăți în atragerea unor resurse financiare din zona sectorului privat.
- Imposibilitatea de a sanctiona în vreun fel echipa de creatori (regizor, scenograf) conduce, uneori, la realizarea unor spectacole fără succes cu bugete nejustificate de mari.
- Există, totuși, câteva elemente importante care îl pot motiva pe directorul Teatrului Nottara: o relație constructivă cu administrația locală, o trupă talentată și entuziasmată, cu multe vedete ale generației de mijloc, un buget rezonabil pentru programele și proiectele culturale, precum și o atmosferă de lucru ce se apropie de normalitate, dorința exprimată a unor creatori prestigioși de a colabora cu teatrul de pe bulevard, poziționarea teatrului pe unul dintre cele mai populare bulevarde al Capitalei.

### 3. Evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia

În 2018, ne-am concentrat activitatea pe fidelizarea publicului și pe atragerea unor noi segmente de spectatori în cele două săli de spectacol de la sediul de pe Bd. Magheru 20.

Într-o piață concurențială – inclusiv una a produselor culturale, teatrale etc. – contează foarte mult modul în care fiecare jucător se poziționează, își construiește o identitate proprie, distinctă în raport cu ceilalți competitori, care trebuie să se reflecte într-o ofertă specifică pentru public. O instituție culturală care reușește să-și definească o identitate inconfundabilă, să o comunice public cu ajutorul unor metode eficiente de marketing și, mai ales, să o susțină printr-o ofertă de calitate, are șanse să devină ceea ce se cheamă un "brand", adică o marcă recunoscută și apreciată de public.

Am plecat de la premisa că elaborarea unei strategii realiste pentru Teatrul Nottara (poziționare pe piață, identitate proprie, ofertă de spectacole, activități de marketing, comunicare și promovare etc.) nu poate fi fundamentală decât pe informații oferite de studii specializate. În acest scop, am apelat la o firmă consacrată de cercetare a pieței (IMAS), care a realizat o serie de studii cantitative și calitative la sfârșitul anului 2012 și la sfârșitul anului 2015 (ultimul a fost, din păcate, întrerupt, ca urmare a suspendării spectacolelor la sediu, fiind nevoie să renunțăm la sondajul dedicat publicului nostru). IMAS ne-a oferit și consultanță pentru realizarea, în 2013, a unui Plan de acțiune pentru Teatrul Nottara, precum și a unui chestionar (Juriul spectatorului), pe care continuăm să-l oferim spectatorilor la intrarea în săliile de spectacol. Răspunsurile acestora sunt centralizate și analizate periodic de IMAS, rezultatele fiind extrem de interesante și constituind un ghid util pentru măsurile pe care le-am luat/ le luăm în vederea îmbunătățirii activității manageriale și administrative.

Întreaga activitate de comunicare și promovare a fost regândită, pornind de la setul de recomandări elaborat de IMAS, în urma analizei datelor de cercetare.

Activitățile de promovare sunt acțiuni planificate, al căror obiectiv principal este acela de a mări audiența teatrului și, uneori, de a consolida sau modifica imaginea acestuia. Ele vizează anumite grupuri țintă. În ultimii ani, acestea au fost:



- Publicul actual și cel potențial al teatrului. În ceea ce privește publicul potențial, marea noastră provocare a fost încercarea de a atrage și fideliza categoria de public "ocasional" (iar dintre aceștia, îndeosebi spectatorii care merg la teatru la sfârșit de săptămână). Pentru aceasta am recurs la formule noi de promovare (mai agresive, pe Internet), dar am și creat programe și proiecte noi;
- Publicul Tânăr (pentru că am remarcat, în urma studiului efectuat de IMAS, că publicul teatrului nostru este ușor îmbătrânit față de al celorlalte teatre bucureștene);
- Profesioniștii domeniului (oameni de teatru: critici, directori de instituții culturale, regizori, actori, secretari literari etc.);
- Mass-media;
- Finanțatori, sponsori și parteneri.

Pe baza recomandărilor oferite de firma de cercetare, activitățile de promovare ale teatrului au fost structurate astfel:

- 1) Acțiuni permanente de promovare
- 2) Evenimente promoționale

Și în 2018, a trebuit să apelăm la toate mijloacele și platformele de comunicare, pentru a intra în contact cu publicul și a ne face cunoscută activitatea la sediu. Am folosit platformele de comunicare consacrate, la care am adăugat și altele noi, cu scopul de a promova atât imaginea teatrului, cât și proiectele/producțiile sale.

### **1) Acțiuni permanente de promovare**

- a) Promovarea la sediul teatrului: vitrinele, prismele din fața teatrului, agenția de bilete, foaiere;
  - b) Promovarea prin intermediul mass-media clasică (*off-line*): presa scrisă, radio, televiziune;
  - c) Promovarea prin intermediul *new media (on-line)*: site-uri, publicații specializate *on-line*;
  - d) Promovarea exterioară (*outdoor*): STB (fost RATB), spații destinate afișajului (oferte de PMB și CGMB și/sau prin atragerea unor parteneri): stații STB, afișaj pe magazinul Cocor, clipuri pe monitoarele din stațiile de Metrou etc.;
  - e) Parteneriate
- a) **Promovarea la sediul teatrului** a fost o activitate susținută, având în vedere faptul că imobilul teatrului se află pe Bulevardul Magheru, una dintre arterele cu traficul cel mai intens din capitală. Am utilizat afișe, fluturași, bannere, sinopsisuri ale spectacolelor plasate la agenția de bilete, distribuirea de *Caiete ale Teatrului Nottara* și de programe ale producțiilor noi.
- b) **Promovarea în mass-media clasică** reprezintă una dintre cele mai importante forme de publicitate la care apelăm, având în vedere impactul acestui mijloc de comunicare în masă. În anul 2018, fluxul diferitelor știri, comunicate, interviuri despre activitatea teatrului, difuzate pe canalele media, a păstrat nivelul ridicat din 2017, în această perioadă încercând, prin toate mijloacele, să anunțăm diversitatea repertoriului și siguranța spectatorului în sălile noastre. În perioada evaluată, au fost difuzate: programul repertorial, comunicate de presă (de regulă, unul pe săptămână, iar în timpul festivalului, zilnic), spoturi audio și video de promovare, articole/emisiuni de întâmpinare sau de informare. Toate evenimentele importante (premiere, festival, spectacole-lectură, expoziții etc.) au făcut subiectul unor știri și reportaje, pe baza planurilor de media întocmite în prealabil. Acestea au fost difuzate prin:
- Agentii de presă: **AGERPRES, Mediafax**;
  - Cotidiene: **Evenimentul zilei, Jurnalul Național, România Liberă**;
  - Revistele culturale și de specialitate consacrate: **Yorick.ro, Revista Secolul 21, Dilema Veche, Observator Cultural, Ziarul Metropolis, B-critic, Literatura de azi**;



- Reviste specializate pe oferte de timp liber: *Zile și nopti*, *Femeia*, revista *Avantaje*, revista *Unica*, *Hot News*, *Elle – Ringier Romania*, *Unica – Ringier Romania*, *Forbes*, *DCNews*, *ArtOut*, *News.ro*, *Sursa Zilei*;
- Radiouri: *Radio România Actualități*, *Radio România Cultural*, *Radio România București FM*, *Radio România Teatrul Național Radiofonic*, *Radio Romantic*, *Radio ZU*, *RFI România*, *Europa FM*, *Radio România3net Florian Pittiș*, *Radio Guerrilla*, *Radio Național FM*;
- Televiziuni: *TVR*, *TVR 2*, *Antena 1*, *Antena 3*, *Realitatea TV*, *Digi 24*, *Național TV*, *România TV*, *Prima TV*, *Pro TV*;
- Altele: *Cocor Media Channel*, *OOPS Media*, *Elevate*, *Sun Plaza*, *Spectacular*, *Euromedia*, *Phoenix Media*, *Blitz TV*;

Pe ansamblu, teatrul a avut o promovare cu totul deosebită în 2018, bucurându-se de un remarcabil capital de simpatie din partea mass-media.

*Vezi dosarele de presă anexate (Anexa nr. 3 - DVD)*

- Promovarea în *new media* (on-line) a constituit una dintre prioritățile noastre. Având în vedere faptul că peste 80% din publicul bucureștean de teatru este prezent în mediul on-line, iar dintre aceștia aproximativ 50% accesează site-urile de socializare, am folosit intens acest mediu de comunicare. Fiecare eveniment (premieră, festival, lansarea unor publicații proprii etc.) a fost anunțat în mediile on-line, pe rețea de socializare Facebook, prin mesaje e-mail transmise persoanelor care au acceptat să figureze în baza noastră de date. Conform strategiei adoptate, comportamentul de marketing a avut ca sarcină, și în 2018, realizarea unei campanii intense de comunicare în mediul on-line. Desfășurarea festivalului, în lunile mai (*Planeta Shakespeare – invitat de onoare*), octombrie (*Bursa de spectacole și Secțiuni de tradiție*) și în noiembrie (*MultiArt EXIT*), ne-a prilejuit o prezență masivă în acest mediu.
- În acest moment site-ul teatrului este funcțional (structura, design, conținut). De asemenea, am fost preocupati de alimentarea site-ului pentru festival. În 2018, a continuat să crească vânzarea biletelor pe site-ul propriu, fără costuri suplimentare.
- Retele de socializare: prezența Teatrului Nottara în acest mediu de comunicare a devenit semnificativă, conducând la următoarea statistică pe facebook:
  - Postări pe Facebook: 513 texte
  - Impact: (conform statisticilor Facebook); 1.951.328
  - Vizualizări video-social media: aprox. 101.000

➤ Site-uri specializate în promovarea serviciilor culturale (sau de altă natură): *Yorick.ro*, *Ziarul Metropolis.ro*, *HotNews.ro*, *DCNews*, *News.ro*, *B-critic.ro*, *Literatura de azi*, *Dilema Veche*, *Observator Cultural*, *Revista Secolul 21*

➤ Postă electronică, pe care o folosim cu regularitate pentru a comunica programul spectacolelor către diverse instituții și firme (publicul potențial). Punerea în vânzare a biletelor se face pe 3 săptămâni. Când am preluat conducerea instituției, programarea se făcea doar cu zece zile înainte de punerea în vânzare. Era necesară o reevaluare a acestui sistem, în contextul în care sunt organizate din ce în ce mai multe evenimente culturale și de divertisment în Capitală. Lucru, de altfel, lăudabil!

c) **Promovarea exteroară (indoor și outdoor)** este desfășurată în diverse locuri din oraș: școli, licee, facultăți, centre comerciale și în alte locuri publice, folosind materiale publicitare specifice (afișe, fluturași, bannere). Acest tip de promovare, prin care facem ca informația să ajungă la publicul potențial, este foarte eficientă, la rândul ei. Din păcate, spațiile din Capitală destinate afișajului teatral sunt încă insuficiente (deși, în vremea din urmă, ni s-au facilitat tot mai multe posibilități de promovare: STB, spectacole de protocol pentru diverse categorii defavorizate: pensionari, persoane cu dizabilități, reprezentanții pentru diverse asociații cu preocupări destinate oamenilor cu nevoi speciale: lupta antidrog, campanie de conștientizare a publicului în privința diverselor boli).

Aș dori să menționez faptul că afișajul se face haotic: (pseudo)impresarii lipesc afișe peste tot, fără să țină seama de nici o strategie. Este practic imposibil să te întâlniești cu

d) **Parteneriate media**

- Am avut contracte de parteneriat cu: **Grupul Intact–media** (Antena 1, Antena 3, **Jurnalul Național**), **Societatea Română de Radiodifuziune, RFI România**, cotidenele **România liberă**, **Evenimentul zilei**, revistele: **Elle – Ringier Romania**, **Unica – Ringier Romania**, **Observator Cultural**, **Secolul 21**, televiziunile: **TVR**, publicațiile on-line: **Yorick.ro**, **B-critic**, **DcNews**, **Ziarul Metropolis.ro**, **Sursa Zilei** Altele: **Cocor Media Channel**, **OOPS Media**, **Elevate**, **Spectacular**, **Euromedia**, **Phoenix Media**, **Sun Plaza**, radiouri: **Radio România Actualități**, **Radio România Cultural**, **Radio România București FM**, **Radio România Teatrul Național Radiofonic**, **RFI România**, **Radio Național FM**

#### **Alte parteneriate**

Contract de parteneriat cu **Librăria Cărturești-Verona, Institutul Balassi**

#### e) **Publicațiile Teatrului Nottara:**

- În timpul celei de-a VI-a ediții a Festivalului Internațional de Teatru – **Fest(in)** pe **Bulevard**, a fost publicat **Ziarul Festivalului**;
- Au fost realizate **Caietele Teatrului Nottara**, dedicate producțiilor din cadrul Programului **Regizori mari pe Bulevard**;

#### **2) Evenimente promovaționale**

Evenimentele sunt activități punctuale, cu durată determinată, având ca obiective informarea unor categorii de public-țintă cu privire la anumite proiecte, subiecte etc. importante pentru teatru și, implicit promovarea acestora. În 2018 am avut în vedere organizarea următoarelor categorii de evenimente:

##### a) **Premierele teatrului**

Fiecare premieră este considerată un eveniment și este promovat ca atare (comunicat de presă care anunță data primei reprezentații, precum și un comunicat care anunță premiera pentru presă și invitații speciali). Înainte de premierele din cadrul Programului **Regizori mari pe Bulevard** se organizează o conferință de presă (uneori cu participarea unui regizor prestigios, a unui autor invitat din străinătate etc.). Ocazional, în cadrul conferinței oferim și un fragment dintr-o repetiție (astfel de întâlniri s-au dovedit a fi extrem de atrăgătoare pentru jurnaliști).

Afișele, *banner*-ele, fluturașii și caietele-program sunt materialele publicitare care însotesc, în mod obișnuit, orice eveniment teatral. De asemenea, în afara clipului publicitar difuzat pe posturile de radio partenere, încercăm să aranjăm cât mai multe interviuri pentru actorii și realizatorii producției promovate.

##### b) **Vedeta de lângă tine** este un eveniment dedicat aniversării unor actori consacrați.

În cadrul manifestării, fiecare vedetă a teatrului nostru care împlinescă o vîrstă respectabilă și rotundă (60, 65, 70... de ani sau 40, 50, 55 de ani de activitate teatrală) este aniversată cu ocazia unui spectacol reprezentativ în care e distribuit, sau prin intermediul **Cafenelei lui Repi**. Sunt invitați oameni de teatru, prieteni ai actorului/actriței aniversat/e, se cântă *La mulți ani* și, la final, toți spectatorii sunt invitați la un pahar cu vin, în foaier. La sfârșitul reprezentației, cineva din conducerea teatrului, sau o personalitate culturală agreată de sărbătorit, rostește un *laudatio*. Portretul vedetei aniversate se transmite presei înainte de eveniment și se postează pe *Facebook*. Actorilor aniversați li se organizează și câte o petrecere-surpriză, petrecere la care sunt invitați jurnaliști, personalități culturale, oameni de teatru, reprezentanți ai autorității locale, prieteni, colegi. Este o modalitate prin care ne respectăm și ne promovăm valorile.

##### d) **Evenimente organizate cu ocazia lansării unor programe noi**

Programul **Laboratorul de Teatru DENS** a fost promovat printr-o conferință de presă, în cadrul căreia am prezentat regulamentul, participanții, modalitatea de funcționare, prin interviuri antamate cu inițiatorii, prin regulamentul de funcționare prezentat pe *Facebook*. În 2018, a mai fost organizat și un colcoviu, avându-i ca invitați pe coordonatorul proiectului, profesorul și producătorul rus de teatru **Oleg Loevski**, regizori și critici invitați.

##### e) **Evenimente consacrate Festivalului Internațional de Teatru - *FEST(in)* pe Bulevard**

Au fost trimise comunicate care anunțau organizarea celei de-a VI-a ediții a festivalului. Pentru prezentarea evenimentului am organizat trei conferințe de presă, cîte una

înainte de fiecare etapă (aprilie, septembrie, noiembrie 2018). Am realizat fluturași cu programul manifestării, pe care i-am difuzat prin agenția de bilete și prin diverse instituții, firme, librării etc. Am organizat două spectacole stradale (unul itinerant, altul în fața teatrului), în cadrul cărora am distribuit fluturași. Studenți-voluntari au distribuit fluturași cu programul festivalului în licee, facultăți, bănci, firme, instituții. Am plasat *bannere* pe stâlpii disponibili din preajma teatrului și am lansat campanii de promovare intensă în *mass-media*. De asemenea, au fost plasați fluturași la agențiile de bilete ale teatrelor bucureștene partenere.

**f) Alte evenimente/ alte modalități de promovare**

Am organizat și evenimente special dedicate presei: dezbateri, întâlniri informale, discuții cu publicul după reprezentație etc.

Începând cu anul 2014, secretariatul literar a ales trei actori, aflați la apogeul carierei, care sunt desemnați *Ambasadori ai Teatrului Nottara* și promovează imaginea instituției, evenimentele și festivalul pe tot parcursul anului.

#### **4. Măsuri luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari**

- **Realizarea unor studii vizând cunoașterea categoriilor de beneficiari (*Juriul spectatorilor*).**
- **Testarea publicului:**

Începând cu anul 2013, în Teatrul Nottara funcționează un sistem care ne oferă un *feed-back* permanent din partea publicului, pentru fiecare spectacol (*Juriul Spectatorilor*). Urmărirea rezultatelor acestui tip de sondaj ne ajută să aflăm opiniile spectatorilor noștri în legătură cu producțiile și evenimentele oferite, în legătură cu artiștii și colaboratorii noștri, precum și așteptările pe care le au de la noi. De asemenea, aflăm și mulțumirea/nemulțumirea lor în legătură cu unele lucruri de tip administrativ: confortul sălii de spectacol, acustică, tehnică de scenă etc.

- **Realizarea unor jocuri și concursuri pe rețelele de socializare**

Rezultatele directe ale activității Teatrului Nottara sunt reflectate de gradul de interes manifestat de către public. Aceasta este monitorizat de către noi, în primul rând prin urmărirea vânzării biletelor (monitorizarea cantitativă).

Monitorizarea permanentă a numărului de spectatori și a gradului de acoperire a sălii (pentru fiecare spectacol în parte, conform *Anexei nr. 2*) cuprinde însă și invitații sau spectatorii prezenti în cadrul unor reprezentații de protocol, și/sau a spectacolelor susținute în spații neconvenționale, a spectacolelor cu tentă socială și/sau educativă. Numai așa putem avea un *feed-back* real în ceea ce privește interesul publicului pentru fiecare producție în parte, și pentru teatrul nostru în general. Acest lucru ne permite să reglăm continuu politica de marketing și strategia repertorială.

Plecând de la specificul teatrului (care constă, între altele, în localizarea sa pe o arteră a capitalei cu trafic intens de persoane și autovehicule), și în urma unor analize pe baza datelor de cercetare, am dezvoltat o strategie de planificare a spectacolelor, astfel concepută încât să putem satisface obiceiurile de vizionare și preferințele diferitelor categorii de spectatori, dar și să maximizăm veniturile realizate prin vânzările de bilete.

În zilele lucrătoare sunt programate spectacole care vizează **publicul fidel**, cel care dorește să vadă o anume reprezentație sau anume actori la Nottara. Spectatorii din această categorie (în general persoane mai în vîrstă sau mai puțin active) urmăresc programul teatrului, de regulă se pliază pe oferta noastră și vin la teatru atunci când programăm spectacole/actorii care îi interesează. Pe lângă această categorie, există **publicul de sfârșit de săptămână** (persoane foarte ocupate, care nu pot merge la teatru în zilele de lucru) și **publicul ocazional** (cei care vin mai rar la teatru, dar care pot fi "ademeniți" de un spectacol atractiv sau de actorii de pe afișul nostru). De aceea, repertoriul din zilele de sfârșit de săptămână se axează pe comedii de mare succes la marele public, în care joacă vedetele teatrului, care pot atrage spectatorul ocazional și/sau poate deturna spectatorul de sfârșit de săptămâna de la alte teatre spre teatrul nostru. Această politică de marketing are ca

scop satisfacerea nevoilor publicului nostru curent, dar și atragerea și fidelizarea unui număr cât mai mare de spectatori.

Din păcate, această strategie a fost mult îngreunată în 2018, pentru că a trebuit să ne luptăm cu confuzia spectatorilor care nu mai știau dacă teatrul are sau nu bulină roșie, dacă ne-am reluat sau nu activitatea cu publicul la sediu. A trebuit să organizăm foarte multe jocuri și concursuri prin intermediul mass-media și pe rețelele de socializare, oferind invitații la teatru. Am organizat, de asemenea, reprezentații de protocol, am oferit gratuit un număr mare de locuri, rugându-i pe spectatori să mediatizeze evenimentele pe rețelele lor de socializare, astfel încât să poată afla toată lumea că ne-am întors acasă, pe Bd. Magheru 20. Un alt inconvenient pe care îl întâmpinăm la programarea spectacolelor după o strategie stabilită îl constituie decorurile, recuzita, tehnica de scenă și luminile sofisticate ale unor producții, care fac ca montarea să dureze una-două zile. Asemenea spectacole au neșansa de a fi jucate doar în zilele de miercuri și/sau joi – zile mai puțin benefice pentru frecvențarea sălilor de spectacol.

O altă politică pentru atragerea unor noi categorii de public o constituie încheierea unor contracte de colaborare pe proiect cu actori cunoscuți, angajați ai altor teatre bucureștene. În felul acesta, fanii unor actori/actrițe sunt stimulați să vină la teatrul nostru pentru a-i vedea în alte producții decât cele ale teatrului unde joacă de obicei. Însă prezența unor asemenea actori în distribuții îngreunează mult programarea spectacolelor.

##### 5. Grupurile-țintă ale activităților instituției

- Publicul actual și cel potențial;
- Profesioniștii domeniului (oameni de teatru: critici, directori, regizori, actori, compozitori, scenografi, studenți ai facultăților de arte etc.);
- Mass-Media (în special publicațiile culturale);
- Finanțatori, sponsori și parteneri

În afara preocupării permanente de a ne menține publicul deja fidelizat, facem eforturi pentru atragerea unor categorii noi de spectatori. Este unul din motivele pentru care am considerat necesară permanenta conectare la public. Pe baza strategiei oferite de specialiștii IMAS, am continuat eforturile pentru atragerea și fidelizarea categoriei de spectatori ocazionali (persoane care vin la teatru cu o frecvență scăzută).

De asemenea, având în vedere că datele sociologice au evidențiat faptul că publicul nostru este (ceva) mai îmbătrânit decât al celorlalte teatre bucureștene, motiv pentru care, în ultimii ani, am acordat o atenție deosebită segmentului cu vârstă cuprinsă între 18 și 35 de ani, adică acelor spectatori care preferă spectacole moderne, cu problematici actuale, cu un limbaj poate mai puțin ortodox, dar mai familiar acestei categorii de public. Pentru atragerea tinerilor, am schimbat, în timp, structura repertoriului, montând spectacole cu dedicație (*Burlaci și burlăcițe*, *Mărimea contează*, *Somnambulism* și, mai de curând, *Triburi*, *MOLIERE / EREILOM*, *Căsătoria*, ultimul fiind un spectacol experimental pe un text clasic).

În același scop, am menținut parteneriatul cu **UNATC I.L. Caragiale** pentru spectacole-lectură și am colaborat cu studenți-voluntari ai altor facultăți (în *Fest(in) pe Bulevard*).

Însă cel mai important eveniment realizat pentru atragerea unor noi categorii de public este **Festivalul Internațional de Teatru – Fest(in) pe Bulevard**. Este știut faptul că, în București, există spectatori care urmăresc cu consecvență festivalurile culturale (teatrale, de dans sau muzicale), precum și spectacolele venite din țară și din străinătate, care se joacă o dată sau de două ori, dar care au statutul de evenimente unice și de prestigiu. Pentru asemenea categorie de public am organizat festivalul, dar și pentru că o astfel de manifestare atrage un plus de imagine și de venituri. Însă despre acesta vom vorbi în capitolul următoare.

Începând cu 2013, am pus la punct un sistem de monitorizare și evaluare a acțiunilor de promovare inițiate de teatrul nostru:

- Monitorizarea numărului de bilete vândute;



- Monitorizarea numărului de spectatori neplătitori la spectacole de protocol, spectacole în aer liber, spectacole din turnee, spectacole-lectură (Anexa nr. 2);
- Realizarea dosarelor de presă;
- Informațiile furnizate de *Juriul spectatorilor*. E vorba de un mic chestionar, conceput de IMAS, care se distribuie publicului la intrarea în sala de spectacol, pe baza căruia acesta are posibilitatea să evalueze diverse aspecte ale reprezentăției vizionate. Periodic, aceste chestionare sunt centralizate și interpretate de către IMAS. În felul acesta rămânem permanent conectați cu publicul, cunoscându-le părerile, așteptările, eventualele nemulțumiri etc.;
- Urmărirea permanentă a stadiului implementării proiectelor. Am avut întâlniri săptămânale cu șefii departamentelor (în special cu departamentul de specialitate artistică și cu echipa care se ocupă de promovare și vânzare bilete), pentru a discuta problemele apărute și stadiul implementării unor proiecte, sau pentru a evalua impactul unui eveniment asupra publicului, jurnaliștilor (conferințe de presă, premiere, spectacole-lectură, festival etc.).

## 6. Profilul beneficiarului actual

Conform *Juriului spectatorilor* (chestionare oferite publicului la intrarea în sălile de spectacole, completate de către acesta. Datele sunt prelucrate de către IMAS):

Profilul spectatorilor noștri a putut fi identificat, pentru prima dată, în urma sondajelor realizate de IMAS. În termeni socio-demografici, dominantele sale sunt următoarele:

- Persoane adulte și active (18 - 29 și 30 - 44 ani)
- Predominant femei
- Studii superioare
- Salariați

### Profilul spectatorilor care au vizionat spectacole la Teatrul Nottara



	TOTAL EŞANTION	
	Număr	%
<b>SEX</b>		
Masculin	2297	32.3
Feminin	4272	60.0
Nedeclarat	546	7.7
<b>VÂRSTA</b>		
07-17 ani	316	4.4
18-29 ani	1571	22.1
30-44 ani	2242	31.5
45-59 ani	1283	18.0
60 ani și peste	684	9.6
Nedeclarat	1019	14.3
<b>EDUCATIE</b>		
Până la 8 clase	240	3.4
Sec. profesională, treapta I de liceu	171	2.4
Liceu, scoala postliceală	847	11.9
Studii superioare	5352	75.2
Nedeclarat	505	7.1
<b>OCCUPATIE</b>		
Întreprinzător particular (patron, liber profesionist)	940	13.2
Salariat (angajat) cu funcție de conducere	1140	16.0
Salariat (angajat) fără funcție de conducere	2910	40.9
Temporar nu lucrez (elev, student, șomer)	839	11.8
Nu lucrez (casnic/ă, pensionar)	772	10.9
Nedeclarat	514	7.2
<b>TOTAL</b>	7115	100.0



## B. EVOLUȚIA PROFESIONALĂ A INSTITUȚIEI ȘI PROPUNERI PRIVIND ÎMBUNĂTĂȚIREA ACESTEIA

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

După cum am scris în fiecare raport de evaluare și după cum se poate descoperi pe site-ul Ministerului Culturii și Identității Naționale (adăugând încă un an și încă trei miniștri) în 29 de ani au fost 27 de miniștri ai Culturii. Ce politici culturale să fi făcut bieții oameni ajunși la un minister sărac (probabil cel mai sărac!) și care n-au prins mai mult de câteva luni de ministeriat (unii nici atât)?!

Da, ne-ar fi fost (ne-ar fi) de ajutor asemenea politici culturale. Ne-ar fi de ajutor fie și doar o listă anuală a festivalurilor de teatru cu perioadele de desfășurare, astfel încât să nu ne suprapunem, neavând nici un interes să ne "șuntăm" unii pe alții. Este de bun augur faptul că, în anii din urmă, aproape fiecare teatru din țară are un festival, că aproape fiecare teatru bucureștean organizează câte un festival. El poate fi de interes local, național sau internațional. Nu asta e cel mai important, ci faptul că înseamnă o deschidere reală către ceea ce se întâmplă și dincolo de granițele orașului sau ale județului în care ființează teatrul. Costurile de deplasare fiind mari, se fac puține turnee în țară, în cursul anului, aşa că festivalul prilejuiește întâlnirea unor trupe, creatori, critici (ultimii - din ce în ce mai puțini și cu tot mai puțină autoritate în domeniu), a unor operatori culturali din mai multe zone ale țării și/sau din străinătate. Mai trebuie menționat faptul că pentru o bună organizare a acestora e nevoie de bugete multianuale, astfel încât, imediat după închiderea unei ediții, să poată fi antamată următoarea. Un alt avantaj al acestui tip de buget (măcar pentru evenimentele de amploare) ar fi necesar și pentru că, în felul acesta, festivalurile ar putea fi programate în toate lunile anului, existând mai puține suprapuneri.

În lipsa unor politici culturale la nivel național, fiecare manager își "adecvează" activitatea cum poate, după intuiție sau după afinitățile pe care le are cu directorii din teritoriu. În general, colaborarea cu teatrele din țară se rezumă la participarea în cadrul vreunui festival organizat de acestea. Puținele schimburi culturale se fac mai ales cu teatrele din împrejurimi, și se rezumă la a găzdui mai mult noi, cei din București, spectacolele lor, decât ei, cei din țară, spectacolele noastre. (Până aici, pentru că nu s-a întâmplat nimic semnificativ, în afara trecerii pe la MCIN a încă trei miniștri, am citat din raportul de anul trecut.)

Anul 2018 a constituit, pentru Nottara, prilejul unui număr de 14 turnee în țară și a două turnee în străinătate (altele decât cele dedicate Centenarului Marii Uniri). Un factor de normalitate și atât.

Cât privește *Strategia Culturală a Municipiului București – 2016 – 2026*, îmi mențin poziția exprimată oficial – și susținută public atât de către majoritatea colegilor-manageri bucureșteni, cât și de către Domnul Traian Petrescu, proaspăt pe atunci, Director al Direcției Cultură, Sport, Turism – cu prilejul întâlnirilor de la ARCUB și de la PMB, anume că este o încercare superficială, în purul stil românesc, de a ne păcăli singuri. Nu vom fi capitală culturală europeană și ne-am ales cu o strategie votată în pripă, care nu folosește nimănui. Însă, aşa cum s-a recunoscut în cadrul acelorași întâlniri, avem nevoie de o strategie autentică la nivel de capitală, fie și numai pentru instituțiile de spectacole. S-a și votat inițiativa de a se realiza o asemenea strategie, sub coordonarea Direcției Cultură, Sport, Turism (actualmente Direcția Cultură, Învățământ, Turism, condusă de către același Domn Traian Petrescu) din PMB. O aștept cu răbdare și încredere. Până atunci, Teatrul Nottara urmează propria sa strategie, realizată cu sprijinul unei firme profesioniste (IMAS), și în urma unor autentice studii de piață. (Pentru că nu s-a schimbat nimic, decât titulatura Direcției de specialitate din PMB, am citat din raportul pentru anul 2017.)

### 2. Orientarea activității profesionale către beneficiari

Pentru că nu există o strategie culturală viabilă pentru instituțiile de cultură, la nivelul Capitalei, prin care să se definească identitatea fiecărui teatru, am încercat pe toate căile să așezăm temeinic în conștiința publicului faptul că producțiile noastre sunt delimitate pe cele două săli proprii în produs de masă – comedia – preponderent fa-

**Sala Horia Lovinescu și *produs premium*** – teatru experimental, de idei, producții realizate pentru publicul de nișă, însă fără a neglijă comedie – la Sala George Constantin. În acest scop, am recurs la o promovare agresivă prin toate canalele avute la îndemână. A fost încă un an provocator, în care am reușit să demonstrează că instituția noastră este un *brand* demn de luat în seamă. Creșterea semnificativă a veniturilor și a numărului de spectatori care ne-au trecut pragul stau mărturie efortului depus de echipa instituției noastre.

Pentru că s-a impus un număr de pagini pentru raportul de evaluare din acest an, respectiv 60, ne vom limita la descrierea programelor principale, mai ales că ele se regăsesc, cu o sumară analiză, la capitolul F.

### **2.1 Repertoriul Curent al Teatrului Nottara**

An de an, prin proiectele cuprinse în Programul *Repertoriul curent*, am urmărit valoarea, diversitatea și eficiența.

În 2018, repertoriul curent al teatrului a cuprins 32 de titluri (12 la Sala Horia Lovinescu și 20 la Sala George Constantin), încercând să răspundă așteptărilor tuturor categoriilor de public și tuturor gusturilor, fără a face, însă, rabat la calitate. Ca urmare, au crescut numărul spectatorilor și, firește, veniturile proprii.

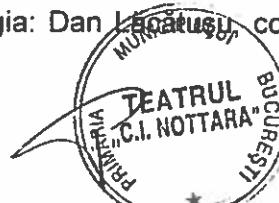
#### **Sala Horia Lovinescu:**

1. 39 de trepte, după filmul cu același nume de A. Hitchcock, regia: Petre Bokor
2. *Alcool*, pe versurile lui Ion Mureșan, regia: Mihai Măniuțiu
3. *Efecte colaterale* de Alexandru Popa, regia: Vlad Zamfirescu
4. *Fazanul* de Georges Feydeau, regia Alexandru Mâzgăreanu
5. *Mult zgromot pentru nimic* de William Shakespeare, regia: Diana Lupescu
6. *Provocări inocente. O poveste foarte simplă* de Maria Lado, regia: Ljupcho Gyorgievski (Macedonia)
7. *Opt femei* de Robert Thomas, regia: Andreas Merz-Raykov (Germania)
8. *Total e relativ* de Alan Ayckbourn, regia: Felix Alexa
9. *D-ale carnavalului* de I.L. Caragiale, regia: Claudiu Goga
10. *Tango, monsieur?* de Aldo Lo Castro, regia: Anca Maria Colțeanu
11. *Un pic prea intim* de Rajiv Joseph; regia: Cristi Juncu
12. *Vacanță în Guadelupa* de Pierre Sauvill și Éric Assous, regia: Diana Lupescu

Sunt 11 comedii de succes și un muzical marca Ada Milea. Producțiile sunt realizate de regizori și scenografi prestigioși din toate generațiile, nefăcându-se rabat de la calitate.

#### **Sala George Constantin:**

1. *Aniversarea* de Thomas Vinterberg, regia: Vlad Massaci
2. *Aprilie, dimineața* de Mihai Ispirescu, regia: Diana Lupescu
3. *Călătoria*, după povestirile lui Constantin Abăluță, regia: Gavril Pinte
4. *Funcționarul destinului* de Horia Gârbea, regia: Anca Maria Colțeanu
5. *Iama* de Jon Fosse, regia: Mihai Măniuțiu
6. *Metoda* (*Metoda Grönholm*) de Jordi Galceran, regia: Theodor-Cristian Popescu
7. *Trei nopți cu Madox* de Matei Vișniec, regia: Mihai Lungeanu
8. *Ultimul Don Juan* de Neil Simon, regia: Petre Bokor
9. *Vestul singuratic* de Martin McDonagh, regia: Cristi Juncu
10. *Vizitatorul* de Eric-Emmanuel Schmitt, regia: Claudiu Goga
11. *Somnambulism* de Iaroslava Pulinovici, regia: Alexandru Mâzgăreanu
12. *Mărimea contează* de Neil LaBute, regia: Cristi Juncu
13. *Iubirea la oameni* de Dmitri Bogoslavski, regia: Evghenia Berkovici
14. *Burlaci și burlăcițe* de Hanoch Levin, regia: Alessandra Giuntini
15. *Să-i îmbrăcăm pe cei goi* de Luigi Pirandello, regia: Dan Negătușu, coproducție cu Teatrul de Artă



16. *Despre olteni, cu dragoste*, o comedie după *La Lileci* de Marin Sorescu, regia: Constantin Fugaşin
17. *Vlaicu Vodă*, după Alexandru Davila și *Despot Vodă*, după Vasile Alecsandri, regia: Alexandru Mâzgăreanu, spectacol coupé, coproducție cu UNATC și Asociația Opera Prima
18. *Treptele Unirii*, recital extraordinar susținut de actorul Emil Boroghină, regia: Alexandru Mâzgăreanu, coproducție cu Teatrul Național *Marin Sorescu* din Craiova
19. *Noi doi* de Ileana Răducanu, regia: Cătălina Buzoianu
20. *Hamlet în sos picant* de Aldo Nicolaj, regia: Alexandru Jitea

Cele 20 de titluri de la Sala George Constantin cuprind producții dedicate Centenarului, spectacole cu tematică de actualitate, comedii, astfel încât să răspundă și publicului de nișă, și publicului fidel al teatrului.

### **2.2. Premierele anului 2018:**

O altă preocupare a teatrului a fost aceea de a realiza producții noi în cadrul programelor asumate de către manager, producții în care să poată juca toți angajații teatrului, precum și colaboratori prestigioși și/ sau foarte tineri.

În anul 2018, au avut loc 13 premiere (7 la Sala Horia Lovinescu și 6 la Sala George Constantin):

#### **Sala Horia Lovinescu:**

1. *Balul sinucigașilor*, creație colectivă (trupa Splendid: Josiane Balasko, Marie-Anne Chazel, Christian Clavier, Gérard Jugnot, Thierry Lhermitte și Bruno Moynot), regia: Iulian Furtună (Prima reprezentăție: 3 martie 2018);
2. *Asta-i ciudat! (Păguboșii)* de Eugen Rotaru, inspirat de textul lui Miron Radu Paraschivescu, regia: Diana Lupescu (Prima reprezentăție: 24 martie 2018);
3. *Disputa* de Pierre de Marivaux, regia: Vlad Massaci, coproducție Teatrul Nottara și Teatrul Clasic *Ioan Slavici* Arad. Spectacolul a fost selectat în Festivalul Național de Teatru, în 2018, și este invitat la Festivalul de la Bursa, în Turcia, în martie 2019 (Prima reprezentăție: 14 aprilie 2018)
4. *MOLIÈRE | ERÉILOM*, după Molière și Mihail Bulgakov, scenariul: Raluca Rădulescu și Roman Feodori, regia: Roman Feodori. Spectacolul a fost realizat în urma Laboratorului de Teatru DENS din 2017 și este invitat la două mari festivaluri din Rusia în 2019 (Prima reprezentăție: 20 iulie 2018);
5. *Cum vă place* de William Shakespeare, regia: Alexandru Mâzgăreanu (Prima reprezentăție: 9 septembrie 2018)
6. *Mitică Popescu* de Camil Popescu, regia: Dan Tudor; coproducție cu S.C. Lecția de Artă S.R.L. (Prima reprezentăție: 11 noiembrie 2018);
7. *Triburi* de Nina Raine, regia: Vlad Cristache. (Prima reprezentăție: 23 decembrie 2018).

#### **Sala George Constantin:**

1. *Sunt suflet în sufletul neamului meu*, un recital de Emil Boroghină, regia: Alina Hiriste, coproducție cu Teatrul Național *Marin Sorescu* din Craiova, în cadrul proiectului *100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri* (Prima reprezentăție: 23 februarie 2018)
2. *Praf de stele* de Norm Foster, regia: Lucian Sabados. (Prima reprezentăție: 25 martie 2018)
3. *În cădere liberă* de Oleg Bogaev, regia: Alexandru Maftei (Prima reprezentăție: 16 iunie 2018)
4. *Thailanda* de Dimitris Kechaidis și Eleni Chaviara, regia: Alexandru Jitea (Prima reprezentăție: 25 august 2018)
5. *Căsătoria* de N.V. Gogol, regia: Piotr Şereşevski, spectacol experimental pe un text clasic. Are două invitații la festivaluri în Rusia pentru 2019 (Prima reprezentăție: 16 septembrie 2018)



6. *Repetiția vieții mele* de Claudiu Sfirschi-Lăudat, regia: Alexandru Jitea. Spectacolul a fost realizat special pentru actrița Anda Caropol, cu ocazia împlinirii, în 2019, a vârstei de 80 de ani (Prima reprezentație: 23 decembrie 2018)

Se poate observa, urmărind titlurile premierelor, preocuparea pentru diversitate, calitate, vizual. Într-o epocă a tehnologiei, a comunicațiilor, a tentațiilor de tot felul, Teatrul Nottara, cu o istorie de peste 70 de ani, încearcă să țină echilibrul între vechi și nou, între clasic și modern, între poveste și imagine, oferind spectacole pe măsura așteptărilor spectatorilor bucureșteni și nu numai: comedii clasice și moderne, spectacole elitiste, spectacole pentru adolescenți, spectacole cu tematici actuale, spectacole educative, spectacole experimentale... Astfel, putem spune că încercăm din răsputeri să nu ne dezamăgim publicul, însă, în același timp, ne dăm silința de a-l educa, de a-i oferi reprezentații atât pentru suflet, cât și pentru minte.

### **2.3. 100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri**

Marea Unire de la 1 Decembrie 1918 este cel mai important eveniment din istoria României și trebuie să rămână o lecție de istorie și de redobândire a demnitatei naționale, o lecție care se cere a fi promovată prin toate formele de comunicare artistică și socială. Ca urmare, Teatrul Nottara a obținut susținerea financiară a Proiectului **100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri**, cu o aplicație depusă în cadrul liniei de finanțare deschise de PMB la începutul anului 2017. Proiectul s-a desfășurat în două etape. Ca urmare, o parte din buget a fost folosită, în 2017, pentru realizarea producțiilor dedicate Centenarului, cu care, de altfel, am și deschis, la sediu, Anul Centenar, în decembrie 2017. Etapa a doua a presupus itinerarea spectacolelor în țară și în străinătate, jucându-se pentru români din diaspora (Paris, Bruxelles, Haga), pentru publicul din Republica Moldova (Chișinău, Cahul, Bălți) și pentru români din Cernăuți (Ucraina). Aceste turnee au avut loc pe parcursul anului 2018 și au beneficiat, pe lângă finanțarea de la Primăria Municipiului București și a Consiliului General, și de sprijin finanțar din partea ICR și a Ministerului Culturii și Identității Naționale.

Cu prilejul Galei Premiilor UNITEM, managerului bucureștean Marinela Tepuș i s-a oferit Premiul Președintelui UNITEM, pentru management și pentru schimburi culturale cu teatrele din Republica Moldova. Pe de altă parte, în cadrul turneului, organizat de Teatrul Nottara la Chișinău, cu prilejul zilei de 27 martie (Ziua Internațională a Teatrului și Ziua Micii Uniri) au avut numeroase întâlniri ale managerului Teatrului Nottara cu personalități culturale din Republica Moldova. Astfel, s-a convenit, împreună cu Președintele UNITEM, Domnul Alexandru Grecu, și în conformitate cu protocolul semnat de Primarul General al Municipiului București, Doamna Gabriela Firea, și de Primarul General Interimar al Orașului Chișinău (la acea vreme), Doamna Silvia Radu, să facem o serie de schimburi culturale în cadrul unui parteneriat al Teatrului Nottara cu UNITEM și cu alte instituții de gen din Republica Moldova. Obiectivul principal al acestui demers este dezvoltarea unui dialog intercultural din ce în ce mai consistent între București, Chișinău și alte orașe importante din Republica Moldova.

Punctual, a fost realizat un program comun între Teatrul Nottara din București, Centrul de Cultură și Artă „Ginta Latină” din Chișinău, Teatrul Național *Satiricus* din Chișinău, Teatrul Național *Vasile Alecsandri* din Bălți, Teatrul Muzical-Dramatic *Bogdan Petriceicu Hasdeu* din Cahul. Acest program a avut mare succes, atât în București, cât și în orașele din Republica Moldova.

În afara schimburilor culturale dintre Teatrul Nottara, UNITEM și teatrele din Republica Moldova, au avut loc, în cadrul aceluiși proiect, turnee în orașe din străinătate (Paris, Haga, Bruxelles, Tel Aviv, Cernăuți). Ca instituție de teatru, ne-am asumat misiunea de a face posibil un asemenea dialog intercultural. Totodată, fiindcă Teatrul Nottara se bucură de o vizibilitate și de o atracție de public tot mai mare, am găzduit o suită de spectacole din Republica Moldova, oferindu-le sprijin finanțar și logistic.

Programul a urmărit:

- Sărbătorirea Marii Uniri prin evenimente comune, în Moldova și România;
- Trezirea unor sentimente de apartenență la spațiul istoric comun prin recurs la perioada și condițiile istorice care au pregătit marele act istoric de la 1918;



- Realizarea unui dialog din ce în ce mai consistent în spațiul teatral românesc între București și Chișinău, legătură deja formată prin turneele reciproce. Punctual: realizarea unui program comun Teatrul Nottara din București, Centrul de Cultură și Artă „Ginta Latină” din Chișinău și UNATC I.L. Caragiale București;
- Conștientizarea populației, mai ales a segmentului de vârstă tânără (între 14 și 35 de ani), în privința istoriei și a culturii românilor de pe ambele maluri ale Prutului;

Cu cele patru miniproducții (special concepute astfel pentru a putea avea mobilitate), Teatrul Nottara a deschis Anul dedicat Marii Uniri cu spectacolul *Treptele Uniri* (recital extraordinar al actorului Emil Boroghină, societar de onoare al Teatrului Național din Craiova), în perioada 16-21 ianuarie 2018, cu un turneu european desfășurat la Paris, Bruxelles și Haga, ce s-a bucurat de o prezență numeroasă din partea diasporei române din aceste orașe, oficialități, ambasadori, oameni de teatru.

În cadrul proiectului dedicat Centenarului, pe lângă producțiile realizate în 2017, a fost montat recitalul *Sunt suflet în sufletul neamului meu*, un recital de Emil Boroghină, regia și ilustrația muzicală: Alina Hiriste (coproducție cu Teatrul Național Marin Sorescu din Craiova).

#### **Turnee în cadrul proiectului:**

- **16-21 ianuarie:** *Treptele Unirii – recital Emil Boroghină*, în turneu european - spectacol de poezie românească clasică și contemporană dedicat Centenarului făuririi României Mari și desăvârșirii unității naționale este o coproducție: Teatrul Nottara și Teatrul Național Marin Sorescu din Craiova, regia: Alexandru Mâzgăreanu, scenografia: Dan Adrian Ionescu;

Teatrul Nottara a organizat acest turneu, împreună cu Institutul Cultural Român, prin reprezentanțele sale din străinătate, în cinstea Anului Centenar (ICR Paris, ICR Bruxelles, în colaborare cu Ambasada României de la Paris, Ambasada României în Regatul Belgiei și Ambasada României în Regatul Țărilor de Jos). Turneul s-a desfășurat la Paris, Bruxelles și Haga, și s-a bucurat de o prezență numeroasă din partea diasporei române din aceste orașe, oficialități, ambasadori, oameni de teatru;

- **19, 20 și 21 martie:** *Despot Vodă*, după Vasile Alecsandri, regia: Alexandru Mâzgăreanu / Voluntari

În anul celebrării Centenarului Marii Uniri, drama istorică de factură romantică *Despot Vodă*, după Vasile Alecsandri, a fost primită cu entuziasm de publicul din orașul Voluntari. În fiecare din cele trei zile, au avut loc câte două reprezentații la Casa de Cultură din localitate. Deplasarea a avut loc în condiții foarte bune, atât din punct de vedere artistic, cât și tehnic. Spectatorii au fost elevi și profesori ai școlilor din Voluntari.

Mentionăm faptul că spectacolele realizate în cadrul proiectului *100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri* s-au jucat în spații din București (altele decât sediu) și din țară, precum și în orașe de peste graniță. Peste tot, tinerii noștri actori s-au bucurat de mare succes, dovedind, încă o dată, faptul că texte pe care le considerăm depășite pot deveni baza unor producții de calitate și foarte atrăgătoare pentru publicul de toate vîrstele.

- **26-28 martie:** Teatrul Nottara a fost invitat la Chișinău. La Teatrul Ginta Latină a fost prezentat recitalul *Treptele Unirii* (28 martie), iar în 27 martie a avut loc spectacolul *Sunt suflet în sufletul neamului meu – limba română e patria mea*, la invitația Teatrului Satiricus Ion Luca Caragiale. Recitalurile au fost susținute de Emil Boroghină, societar de onoare al Teatrului Național Marin Sorescu din Craiova.
- **20 aprilie:** *Treptele Unirii*, la Drobeta-Turnu Severin;
- **27 septembrie:** *Treptele Unirii*, recital al actorului Emil Boroghină, regia: Alexandru Mâzgăreanu, la Festivalul Internațional de Teatru de la Oradea;
- **5-8 octombrie:** Ierusalim (Israel), *Treptele Unirii*, recital extraordinar susținut de actorul Emil Boroghină, regia: Alexandru Mâzgăreanu;

Turneul a avut loc la invitația Institutului Cultural Român de la Tel Aviv. *Treptele Unirii* s-a jucat în 7 octombrie, de la ora 11.00, în fața a peste 200 de spectatori la Așezământul Românesc de la Ierusalim. Spectacolul a fost primit cu emoție de către publicul care a făcut ca biserică să devină neîncăpătoare



- **7-9 octombrie:** Chișinău (Republica Moldova), *Funcționarul destinului* de Horia Gârbea, regia: Anca Maria Colțeanu;
- **22-26 noiembrie:** turneu la Cernăuți cu prilejul Centenarului Unirii Bucovinei cu România. Pe scena Palatului Academic au fost prezentate: recitalul de poezie al actorului Emil Boroghină, *Sunt suflet în sufletul neamului meu – limba română e patria mea*, regia și ilustrația muzicală: Alina Hiristei, Vlaicu Vodă, după Alexandru Davila, regia: Alexandru Mâzgăreanu și *Despot Vodă*, după Vasile Alecsandri, regia: Alexandru Mâzgăreanu. Turneul a fost realizat cu sprijinul financiar al Institutului Cultural Român și în parteneriat cu Asociația Cadrelor Didactice de Etnie Română din Ucraina;
- **6-10 decembrie:** turneu în Republica Moldova (Bălți și Cahul), ca parte a proiectului *100 de ani împreună – Centenarul Marii Uniri*. Turneul a presupus un schimb cultural între teatrul românesc și teatrele din cele două orașe moldovene. Astfel, au fost prezentate publicului spectacolele: *Treptele Unirii*, *Vlaicu Vodă* de Alexandru Davila și *Despot Vodă* de Vasile Alecsandri. Turneul a fost realizat cu sprijinul financiar al Institutului Cultural Român;
- **6-9 decembrie:** turneu în Republica Moldova. Cu acest prilej, s-a prezentat publicului din Chișinău spectacolul *Despre oleni, cu dragoste*. Evenimentul a avut loc pe scena Centrului de Cultură și Artă *Ginta Latină* din Chișinău. Turneul a avut loc cu susținerea financiară a Ministerului Culturii și Identității Naționale, prin Primăria Municipiului București.

**Spectacole din Republica Moldova găzduite de Teatrul Nottara, în cadrul proiectului: duminică, 23 septembrie:**

***Ultimul tramvai*** de Tudor Tărăna, regia: Tudor Tărăna  
**Producție a Centrului de Cultură și Artă *Ginta Latină*, Chișinău**  
vineri, 19 octombrie:

***Veselul humuleștean***, scenariul și regia: Tudor Tărăna  
**Producție a Centrului de Cultură și Artă *Ginta Latină*, Chișinău**  
miercuri, 24 octombrie:

***Hamlet - cursa de șoareci*** de William Shakespeare, regia: Alexandru Grecu  
**Producție a Teatrului Național Satiricus I.L. Caragiale, Chișinău**  
joi, 25 octombrie:

***Se caută un mincinos*** de Dm. Psahtas, regia: Gheorghe Mândru  
**Producție a Teatrului Muzical-Dramatic *Bogdan Petriceicu Hasdeu*, Cahul**  
miercuri, 5 decembrie:

***Retro*** de Aleksandr Galin, regia: Sandu Cozub  
**Producție a Teatrului Național *Vasile Alecsandri*, Bălți**

Tot în cadrul proiectului *100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri*, a fost programată o săptămână a dramaturgiei românești, cuprinzând 10 reprezentații la cele două săli. Întregul proiect s-a bucurat de un succes deosebit în rândul spectatorilor din București și de peste hotare.

**2.4. Festivalul Internațional de Teatru Fest(in) pe Boulevard, ediția a VI-a**

Realizarea unui festival internațional de teatru este un program asumat prin proiectul de management prezentat la concursul de proiecte pentru ocuparea funcției de manager (director) din 2013, considerând că este necesar pentru atragerea altor segmente de public decât cel fidel teatrului de pe bulevard. Mai mult, un festival deschide perspectivele teatrului, făcându-l cunoscut în țară și în străinătate, atrăgând noi parteneriate, și aduce un capital de imagine, ajutând la rebranduirea teatrului. Evenimentul a constituit și o oportunitate de a ieși din inerție și de a atrage atenția asupra noastră. Organizarea unui festival internațional de ținută, cu mai multe secțiuni împărțite pe tematici, a putut atrage diverse categorii de spectatori. De la prima ediție am avut două secțiuni principale – una destinată crizelor de tot felul (electorale, de identitate, de familie, de limbaj etc.), alta centrată pe comedie (atât de



iubită de public). În jurul celor două secțiuni, au apărut altele, astfel încât, în 2018, festivalul a devenit o manifestare amplă, reprezentativă pentru viața culturală a unei capitale europene.

Începând cu ediția din 2018, *Fest(in) pe Boulevard* devine partener al Festivalului Internațional Shakespeare, festival care și-a câștigat un prestigiu deosebit de-a lungul anilor.

Așa se face că, anul trecut, *Fest(in) pe Boulevard* s-a desfășurat în trei etape:

- **27 aprilie – 6 mai: Secțiunea PLANETA SHAKESPEARE** (Invitat de onoare), în parteneriat cu Teatrul Național Marin Sorescu din Craiova și cu Fundația Shakespeare. (În cadrul acestei secțiuni, pe cele două scene ale Teatrului Nottara, s-au jucat, cu mult succes, șase spectacole selecționate în cadrul celei de-a XI-a ediții a Festivalului Shakespeare: cinci producții invitate din: Europa (Marea Britanie), Asia (Coreea de Sud), Africa (Africa de Sud), Australia și Statele Unite ale Americii și o producție a Teatrului Nottara);
- **12 – 21 octombrie: Fest(in) pe Boulevard, ediția a VI-a – secțiuni de tradiție** (cu un preambul – Bursa de spectacole – în perioada 9 - 11 octombrie);
- **21 – 22 noiembrie: Secțiunea MultiArt EXIT** - festivalul de teatru pentru persoane private de libertate (organizat în colaborare cu Administrația Națională a Penitenciarelor și cu sprijinul financiar al MCIN). A devenit una dintre secțiunile festivalului în anul 2015.

În perioada 12 – 21 octombrie, *Fest(in) pe Boulevard* a cuprins 34 de producții scenice, grupate în mai multe secțiuni, la care au participat artiști din nouă țări: România, Franța, Germania, Republica Moldova, Bulgaria, Rusia, Italia, Serbia, Kazahstan.

Conceptul Festivalului aparține teatrologului **Marinela Țepuș**.

Selecția spectacolelor a fost realizată de către **Narcisa Mocanu** (curator teatral), **Raluca Rădulescu** (jurnalist teatral), **Marinela Țepuș** (teatrolog).

#### Secțiuni de tradiție:

- **Criza comunicării** – secțiune competitivă, în cadrul căreia au fost supuse atenției spectatorilor producții a căror temă este comunicarea;
- **Bulevardul Comediei** – secțiune competitivă, care a propus spectacole de mare succes. Juriul a fost alcătuit din cinci membri aleși din public;
- **Premiere în Fest(in)** – cele mai noi producții ale Teatrului Nottara, altele decât cele legate de temele celorlalte secțiuni;
- **Invitați speciali** – producții de bună calitate și de succes, care aparțin unor teatre partenere și care completează, prin temele abordate, tematicile Festivalului;
- **In memoriam**, dedicată unor personalități teatrale dispărute, care au avut o contribuție importantă la evoluția teatrului românesc (Gilda Marinescu, Ruxandra Sireteanu, Ștefan Radof);
- **Vedeta de lângă tine**, au fost sărbătorite mari personalități ale teatrului românesc: **Emil Boroghină, Cristian Sofron, Alexandru Repan** (actori), **George Banu, Doina Papp** (critici de teatru), **Bocsárdi László, Mihai Lungăeanu** (regizori).

Manifestarea a mai cuprins evenimente conexe: colovii, spectacole-lectură pe texte adecvate temei centrale, discuții cu publicul după reprezentații, evenimente stradale, lansări de carte (de teatru), expoziții de fotografie de teatru, întâlnirile AICT.RO.

Bursa de spectacole a constituit un fel de prolog al Festivalului Internațional de Teatru *Fest(in) pe Boulevard* 2018. Astfel, în perioada 9-11 octombrie, 24 de selecționeri și directori de festivaluri din străinătate au putut viziona cele mai importante producții ale Teatrului Nottara și ale Teatrului Tăndărică.

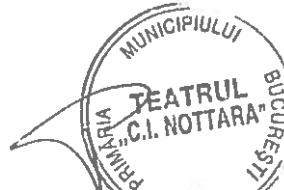
Ca urmare, Teatrul Nottara a fost invitat să participe, în 2019, la câteva importante festivaluri din străinătate: Pskov, Kazan și Iaroslavl, Sankt Petersburg (Rusia), Vrața, Kazanlik (Bulgaria), Bursa (Turcia).

**Fest(in) pe Boulevard poate fi rezumat în cifre, astfel:**

**21 zile de festival în trei etape;**

**16 țări (companii participante)**

**10.000 de spectatori care au fost prezenți la evenimente;**



**60** de reprezentații;  
**20** de evenimente conexe;  
peste **600** de artiști, regizori, critici, directori de teatre și de festivaluri, tehnicieni, organizatori participanți;  
sute de articole în presa scrisă, *online* și pe bloguri, apariții TV și radio;  
**24** de selecționeri și producători de festivaluri, la ***Bursa de spectacole***, cu **7** invitații de participare la festivaluri din străinătate pentru 2019;  
**15.000** de fluturași;  
**15.000** de exemplare – Ziarul Festivalului (supliment al ziarului *România liberă*).

Această ediție a festivalului a avut ca scop realizarea unui eveniment teatral de calitate care să diversifice oferta culturală a Bucureștiului și care să incite publicul și prin participarea unor companii din străinătate. De asemenea, pe termen lung, scopul este acela al consolidării identității *Fest(in) pe Boulevard* drept o manifestare culturală de amploare dedicată atât comediei de bună calitate, cât și unor tematici de maximă actualitate pentru societatea românească, un festival care să promoveze și să educe publicul întru aprecierea acestei arte atât de fragile și atât de vii.

Festivalul a avut ca obiectiv, și prin această ediție, atenționarea publicului pentru a înțelege timpurile pe care le trăim.

#### **2.5. Turnee în străinătate (altele decât cele din cadrul proiectului 100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri)**

- **3-7 mai:** *Iarna* la ediția a XXV-a a Festivalului Fabbrica Europa, organizat de Fundația Fabbrica Europa, în perioada 4 mai-10 iunie 2018, la Florența (Italia); în colaborare cu Institutul Cultural Român, producția Teatrului Nottara a avut 3 reprezentații: pe 4 mai, 5 mai și 6 mai, pe o scenă inedită, amplasată în ***Stazione Leopolda, Gara Leopolda***;
- **16 mai:** Teatrul Nottara a fost invitat la Festivalul NETA de la Vrața (Bulgaria) cu spectacolul *Praf de stele*.

Ambele turnee s-au bucurat de succes, aducând un plus de imagine teatrului nostru.

#### **2.6. Participări la festivaluri, gale și turnee în țară**

Deplasările interne valorifică repertoriul bogat al Teatrului Nottara și fac cunoscute la nivel național atât numele instituției, cât și pe cel al actorilor săi. Prin urmare, valorifică activitatea teatrului în eterogenul peisaj cultural național, aducându-i un plus de imagine. Mai mult, aceste turnee aduc venituri teatrului. Mare parte din deplasările interne o reprezintă participarea la festivaluri și gale prestigioase.

- **20 aprilie:** *Treptele Unirii*, la Drobeta-Turnu Severin;
- **2 mai:** *Mult zgromot pentru nimic*, la Festivalul Internațional Shakespeare, Craiova;
- **13 mai:** *Somnambulism*, la Festivalul Internațional de Teatru Nou, Arad;
- **31 mai:** *Totul e relativ*, la *Săptămâna comediei*, Brașov;
- **6 iunie:** *Provocări inocente*, la Festivalul Artelor Spectacolului *Babel*, Târgoviște;
- **8 iunie:** *Metoda*, la Festivalul Național de Teatru Zilele *Elvira Godeanu*, Tg.-Jiu;
- **29 iunie:** *Totul e relativ*, la festivalul organizat de Teatrul Aureliu Manea, Turda.
- **22 septembrie:** *Praf de stele*, la Festivalul *Zile și Nopți de Teatru*, ediția XII-a, Brăila;
- **23 septembrie:** *Hamlet în sos picant*, la Festivalul *Zile și Nopți de Teatru*, ediția XII-a, Brăila;
- **29 septembrie:** *Vizitatorul*, la Palatul Copiilor din București, în cadrul proiectului *No Drugs Revolution*;
- **2 octombrie:** *Vestul singuratic* de Martin McDonagh, regia: Cristi Juncu, Tulcea;
- **29 octombrie:** *Tango, monsieur?* de Aldo Lo Castro, regia: Anca Maria Colțeanu, Galați;
- **8 noiembrie:** *Totul e relativ* de Alan Ayckbourn, regia: Felix Alexa, Ploiești;
- **21 noiembrie:** *D-ale carnavalului* de I.L. Caragiale, regia: Claudiu Goga, Arad



## **2.7. Laboratorului de Teatru DENS, 10 - 17 septembrie 2018, ediția a III-a**

Cea de-a treia ediție a Laboratorului de Teatru DENS, coordonat de Oleg Loevski, critic, profesor, producător de teatru, director artistic, membru al Asociației Internaționale a Teatrelor pentru Copii și Tineret din Rusia, director adjunct al Teatrului pentru Tineret din Ekaterinburg s-a desfășurat între 10 și 17 septembrie.

La prima ediție, în 2016, am avut 3 regizori (Rusia, Italia, Germania) din cea mai tânără generație, care și-au făcut masteratul în Rusia și care au montat texte foarte diferite, transformate între timp în spectacole de succes ale Teatrului *Nottara*. La cea de-a doua ediție, în 2017, am avut 3 regizori din generația de mijloc, fiecare dintre ei având deja o carieră validată de premiile obținute și mai cu seamnă de faptul că au primit conducerea câte unui teatru, tradiție de multe generații în Rusia. Aceștia au lucrat pe texte clasice românești. La cea de-a treia ediție, în 2018, am invitat 4 regizori din generația matură (*Aleksandr Anatolievici Ogariov, Elena Aleksandrovna Nevejina, Piotr Iurevici Ţereșevski și Semion Nikolaevici Serzin*), care sunt și profesori la cele mai prestigioase școli de teatru din Rusia (Academile de Teatru din Moscova și Sankt-Petersburg). Aceștia au lucrat pe texte rusești extrem de diferite, scrise în 3 secole diferite, de la dramaturgia clasică: N.V.Gogol – *Căsătoria*, A.P. Cehov – *Trei surori*, la un text devenit și el deja clasic: A. Vampilov - *Fiul cel mare* și până la un text contemporan: O. Kolosov - *Neînsuflețita Galina Nr. 2*.

Ca și în anii trecuți, ritmul de lucru a fost unul intensiv, actorii, care s-au confruntat cu textele pieselor la prima vedere – una dintre condițiile acestui laborator –, și regizorii invitați au montat spectacolele în numai cinci zile.

Laboratorul și-a propus să le ofere și spectatorilor o experiență deosebită, astfel că publicul a avut un rol important, activ, prin votul său alegându-se montarea care va intra în repertoriul teatrului în anul 2019 (este vorba de spectacolul *Fiul cel mare*). Menționăm faptul că spectacolul experimental *Căsătoria*, realizat cu același prilej și prezentat în cadrul Bursei de spectacole, în 2018, are două invitații de a participa la festivaluri din Rusia (Pskov – februarie 2019 și Sankt Petersburg – noiembrie 2019), iar *Trei surori* va constitui obiectul realizării unei noi coproducții cu Teatrul Clasic *Ioan Slavici* din Arad, în 2019.

Caracterul inedit și provocator al acestui proiect, precum și succesul primelor două ediții au făcut ca ediția din acest an să fie una extinsă la o formulă de patru spectacole, reunind actori ai Teatrului *Nottara*, colaboratori din trei teatre de stat (*Teatrul Clasic Ioan Slavici din Arad, Teatrul Tony Bulandra din Târgoviște și Teatrul de Nord din Satu Mare*) și colaboratori din mediul independent.

În cadrul Laboratorului de Teatru DENS, s-a continuat programul destinat secretarilor și PR-ilor literari, consultanților artistici din teatre din toată țara, susținut, anul acesta, de către Oleg Loevski, profesor și producător teatral, și Maria Malkina, teatrolog și doctor în artele spectacolului, consilierul directorului artistic al Teatrului de Artă din Moscova.

## **2.9. Programul Actor și regizor**

Continuăm acest program, prin intermediul căruia dăm șansa actorilor noștri cu veleități regizorale să realizeze mici producții la Sala George Constantin sau în foaierul de la etajul întâi. Asemenea producții oferă posibilitatea artiștilor de a se exprima liber și prin alte mijloace decât cele care i-au consacrat, iar spectatorii le pot cunoaște și alte calități decât cele actoricești. Spectacolele realizate în cadrul acestui program se bucură de un deosebit succes.

- *Thailanda* de Dimitris Kechaidis și Eleni Chaviara, regia: Alexandru Jitea
  - *Repetiția vieții mele* de Claudiu Sfirschi-Lăudat, regia: Alexandru Jitea
- Ambele producții se bucură de succes.

## **3. Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse**

După cum se poate remarcă, s-a depus un efort deosebit pentru a atrage și fideliza spectatorii. A fost preocuparea noastră cea mai importantă în 2018. Pentru asta am realizat programe interesante pentru toată lumea (încercând să le delimităm pe categorii de vârstă, preocupări etc.): comedii pentru toate gusturile, o secțiune în cadrul festivalului *PIR* (peaza comunicării) cu spectacole atractive pentru toate categoriile de vârstă. Aceste reprezentări

au fost urmate de discuții cu publicul. Am organizat expoziții cu fotografie de teatru, cuprinzând momente importante din istoria îndepărtată și recentă a teatrului, precum și o expoziție cu fotografii reprezentând scene din spectacolele curente. Alte expoziții au fost realizate cu diferite prilejuri (1 martie, 8 martie, 1 iunie, *Vedeta de lângă tine* etc.) în foaierele teatrului în încercarea de a da viață spațiilor de primire a spectatorilor și de a atrage noi segmente de public. Am fost parteneri la proiectul inițiat de Galeria Simeza, *Arta la fereastră*. Am oferit invitații și/sau am organizat evenimente speciale pentru categoriile defavorizate: pensionari, persoane cu dizabilități. Am organizat colocvii pe teme de actualitate (mediul online și teatrul, istoria arhitecturală a Bucureștiului și pericolul unui posibil cataclism. Am sărbătorit cum se cuvine *Anul Centenar* cu o serie de evenimente, încercând să apelăm la memoria și patriotismul bucureștenilor. Am avut evenimente stradale, prin intermediul căror am încercat să ieşim în întâmpinarea potențialilor spectatori. Programarea spectacolelor s-a făcut după o schemă precisă, regăsită în strategia teatrului, realizată de o firmă specializată, IMAS, în urma unor studii de piață. Dar, lucru cel mai important, am realizat o promovare agresivă prin toate mijloacele avute la îndemână. Pe această cale, trebuie să mulțumim PMB pentru că a manifestat deschidere față de acest tip de publicitate – lucru nemaiîntâlnit până acum (promovare prin intermediul RATB cu concursuri și invitații oferite călătorilor, cu clipuri prezentate pe plasmele din autobuze, invitații oferite donatorilor de sânge, distribuirea unor fluturași în cadrul unor evenimente special concepute, în tramvaiele bucureștene etc.). În afara acestor facilități, am profitat de capitalul de simpatie acumulat în 2016 (când nu aveam sediu) în rândul mass-media și am prezentat toate evenimentele la televiziuni, radiouri, mediul online. Izbânda se reflectă în numărul spectatorilor care ne-a trecut pragul, precum și în veniturile care au depășit cu mult așteptările noastre (despre care vom vorbi în capitolele următoare).

## C. ORGANIZAREA, FUNCȚIONAREA INSTITUȚIEI ȘI PROPUNERI DE RESTRUCTURARE ȘI/ SAU DE REORGANIZARE, PENTRU MAI BUNA FUNCȚIONARE, DUPĂ CAZ

### 1. Măsuri de organizare internă

În cursul anului 2018, s-au continuat demersurile pentru implementarea tuturor standardelor de control intern managerial, conform prevederilor OSCG nr. 600/2018, privind aprobarea Codului controlului intern managerial al entităților publice.

Ca urmare a modificărilor legislative, s-au revizuit/ actualizat primele două standarde de control intern managerial, respectiv, *Etica și Integritatea* precum și *Atribuții, funcții, Sarcini*.

A fost aprobată Declarația de Aderare la Valorile Fundamentale, principiile, obiectivele și mecanismul de monitorizare a Strategiei Naționale Anticorupție 2016 – 2020 și afișată pe site-ul instituției. Au fost actualizate fișele de post ale șefilor de departamente și ale persoanelor responsabile cu etica și integritatea, ale celor care acordă viza CFP, precum și cele ale persoanelor care gestionează programul contabil A.L.O.P (angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor).

### 2. Propunerি privind modificarea reglementărilor interne

Ca urmare a solicitării Direcției Audit Public Intern, înregistrată sub nr. 418/3/18.06.2018, referitor la instituirea cadrului organizatoric și funcțional necesar desfășurării de audit public intern, în conformitate cu prevederile art. 11 din Legea nr. 672/2002 privind auditul public intern, cu modificările și completările ulterioare, prin care se menționează obligația conducerii instituției publice de a institui organizarea Compartimentului de audit public intern, precum și ca urmare a promovării personalului instituției, conducerea Teatrului Nottara a solicitat reorganizarea instituției, astfel încât activitatea să se desfășoare la parametrii înalți de performanță, cu o abordare coerentă a strategiei și a tacticilor de management. Astfel, a fost aprobată Organigramă, Regulamentul de Organizare și Funcționare, precum și Statul de Funcții prin HCGMB nr. 833/22.11.2018.



### **3. Sinteză activității organismelor colegiale de conducere**

În cursul anului 2018, Consiliul Administrativ s-a întrunit de patru ori, iar Consiliul Artistic de două ori în ședințe comune cu Consiliul Administrativ;

În cadrul ședințelor celor două consilii, s-au pus în discuție;

- S-a convenit ca tarifele biletelor pentru *Repertoriul curent* să rămână neschimbate fiind apropriate de ale celorlalte teatre din subordinea PMB și CGMB;
- S-a hotărât ca perioada de concediu de odihnă să corespundă cu închiderea stagiunii, respectiv 23 iulie- 31 august;
- S-a aprobat organizarea celei de-a VI-a ediții a Festivalului Internațional de Teatru *Fest(in) pe Boulevard* (tema centrală: *Criza comunicării*) cu tot ceea ce presupune aceasta din punct de vedere administrativ (formarea echipei, atribuții, onorarii, aprobarea tarifului de 9, 72 lei – bilete profesionale și promovaționale, secțiunile evenimentului etc.);
- S-a actualizat procedura privind învoirea actorilor;
- S-au convenit reguli privind muzica folosită în spectacole și obținerea drepturilor de autor;
- S-a hotărât scoaterea din repertoriu a unui număr de nouă spectacole.

Au avut loc trei întâlniri cu întregul personal al instituției, pentru a fi informați cu privire la activitatea instituției, demersurile privind consolidarea imobilului, proiectele anului 2018.

### **4. Dinamica și evoluția resurselor umane ale instituției (fluctuație de personal, cursuri, evaluare, promovare, motivare/sanctionare)**

În urma rezultatelor obținute la evaluarea performanțelor profesionale, au fost promovați cinci salariați.

Fluctuația de personal s-a produs ca urmare a contractelor la termen, demisiilor sau pensionărilor la limită de vîrstă. Au fost organizate concursuri pentru ocuparea posturilor vacante. Astfel, în anul 2018, au fost ocupate prin concurs posturile de: Actor S I A, Consultant artistic S I A, Regizor artistic S I A, Contabil șef S II, Economist S I A, Șef serviciu Producție Aprovizionare S II, Șef Serviciu Marketing-Vânzări-Relații cu Publicul S II, Sufleor S I, Referent de specialitate S I.

A mai avut loc concurs pentru ocuparea postului de formator, în afara statului de funcții, ca urmare a parteneriatului încheiat cu Universitatea de Arte din Târgu Mureș, în vederea obținerii de fonduri europene pentru proiectul *UAT's next?*, care are drept scop îmbunătățirea accesului pe piața muncii a absolvenților Universității de Arte din Târgu Mureș prin facilitarea activităților de învățare în mediul de muncă real național și european. (Proiectul a fost amânat pentru începutul anului 2019.)

În cursul anului 2018, fluctuația de personal a fost următoarea:

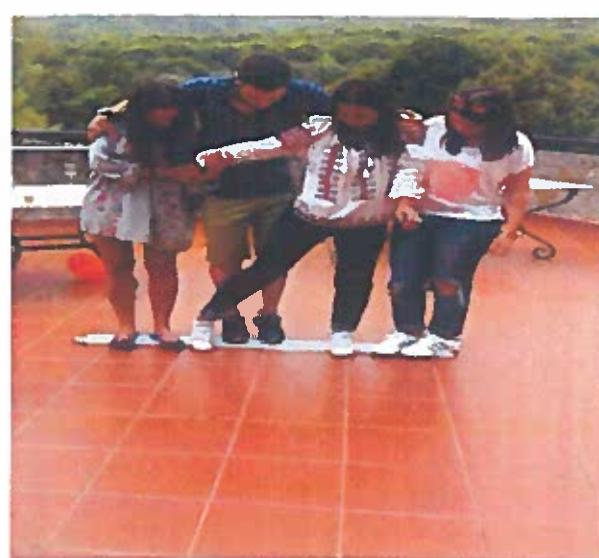
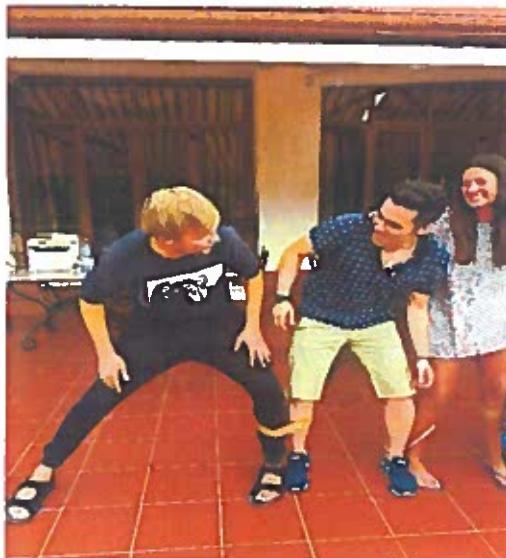
- patru contracte individuale de muncă au încetat prin demisie;
- șapte contracte individuale de muncă au încetat prin acordul părților;
- două contracte individuale de muncă au încetat ca urmare a expirării termenului pentru care a fost încheiat contractul;
- trei contracte de muncă au încetat prin îndeplinirea cumulativă a condițiilor de pensionare.

Și în anul 2018, am oferit oportunități de perfecționare profesională angajaților, atât în vederea dobândirii de abilități și competențe specifice fiecărei profesii, cât și în vederea responsabilizării acestora și a creării unui climat cât mai adevarat pentru a fi performanți la locul de muncă.

Unul dintre cele mai atractive cursuri de perfecționare, rămâne Atelierul de artă actorului – *Laborator de Teatru DENS* (ajuns, în 2018, la cea de-a III-a ediție). Prin intermediul acestuia, se propune dezvoltarea datelor personale ale actorului prin autocunoaștere, prin integrarea în echipă, prin stimularea imaginației, prin activarea memoriei, ajungându-se la depășirea unor limite. Actorii au fost obligați să facă față unei competiții acerbe sub presiunea timpului, astfel încât să ajungă la finalizarea unor schițe de

spectacole în doar cinci zile, sub îndrumarea regizorilor invitați din Rusia, specializați în asemenea laboratoare.

Din cele șapte - opt zile de atelier, două zile au fost rezervate *team building*-ului, în care atât actorii Teatrului Nottara (și colegii lor tehnicieni), cât și actorii altor teatre participante, precum și regizorii ruși implicați în Laborator, au participat la diverse jocuri de echipă, care au avut ca scop integrarea în echipă, îmbunătățirea comunicării, interacțiunea între membrii unei comunități, adaptarea la schimbare.

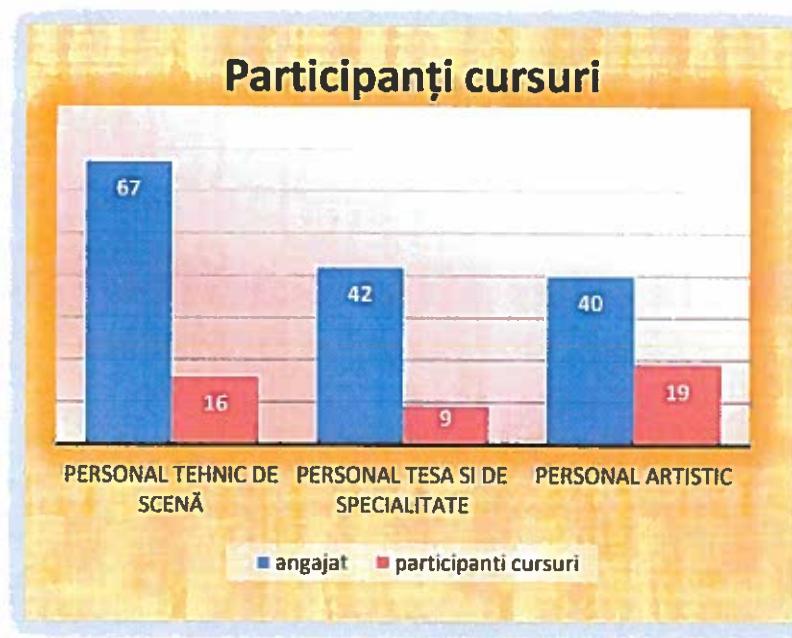


Ideea acestui laborator a fost aceea de a-i scoate pe actori din rutină, oferindu-le provocarea unei munci dense. Acest tip de atelier mai are menirea de a-i reapropia de emoțiile jocului pe actorii care se îndepărtează vreun timp de scenă (fac film, au alte preocupări, nu sunt distribuși din varii motive). Acest tip de laborator mai are și menirea de a-i apropiua pe spectatori de scenă, de a-i implica în actul creației, oferindu-le posibilitatea să discearnă, alegând chiar ei producția ce urmează să se monteze în condiții normale, cu mijloacele adecvate.

Pe scurt, patru echipe de actori, au lucrat intensiv pe patru texte, cu patru regizori cu care nu au mai colaborat niciodată. Faptul că regizorii nu cunosc decât cel mult de pe site-uri și de pe rețelele de socializare, actorii distribuiți/ sugerați de către organizatorii laboratorului, i-a scos, inevitabil, și pe aceștia din zona de confort. Practic, regizorii și-au cunoscut colaboratorii cu câteva minute înainte de prima repetiție.

În total, 44 de salariați ai instituției au participat la cursuri de perfecționare după cum urmează:

- 19 persoane (personal artistic) au participat la cursul de formare profesională Atelier de arta actorului - *Laboratorul de Teatru DENS*, care s-a desfășurat la Poiana Pinului – Buzău și la București.
- 16 persoane (tehnic de scenă) au participat la cursul "Personalul tehnic din spatele cortinei (sufleori, tehnicieni, plasatori, cabinieri) - atribuții, funcții, sarcini";
- 9 persoane (TESA) au participat la cursuri de formare profesională, pe diverse domenii cum ar fi: resurse umane, control finanțiar preventiv, comunicare interinstituțională, control intern managerial;



Se poate constata, urmărind graficul, faptul că am oferit posibilitatea de a urma cursuri de perfecționare în primul rând personalului artistic și tehnic de scenă.

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

Spațiile de care dispune teatrul sunt utilizate exclusiv pentru activități specifice. Teatrul Nottara administrează următoarele imobile și spații:

**1. Imobilul din Bdul Magheru nr. 20** - suprafață totală a clădirii, compusă din S2, P, Etaj 1-2 și 3, este de **227,73 mp**;

**2. Clădirile din str. Jules Michelet nr. 1** (3 corpi din beton armat, utilizate pentru birouri și depozitare recuzită și elemente mici de decor de la sala studio) – în suprafață totală de **57 mp**;

**3. Clădirea din str. Jules Michelet nr. 10-12** (baracă metalică, utilizată pentru depozitarea decorurilor) – suprafață totală de **168 mp**;

**4. Magazia de decor la Țesătoriile Reunite** – Str. Spătarul Predei nr. 5 (spațiu închiriat – **1.150 mp**)



Din păcate, inexistența unui spațiu adecvat de decor în proximitatea teatrului (baracă metalică din str. Jules Michelet nr. 10-12 fiind impropriu pentru decorurile fragile și/ sau elementele de recuzită care presupun mecanisme electrice/electronice) îngreunează mult activitatea curentă a teatrului. Din fericire, Primăria Municipiului București și Consiliul General (ordonatorul nostru de credite) au aprobat completarea posturilor pentru personalul tehnic de scenă, astfel încât să putem depăși neajunsurile pricinuite de distanța dintre magazia de decor și teatru.

**5. Atelierele de producție, magazie, arhivă, sală de repetiții din str. Sfinții Apostoli, nr. 44, sector 5 (spațiu închiriat – 510 mp).**

În vremea din urmă, am observat cum teatrele au trecut de sub "dictatura" regizorilor sub cea a scenografilor. Tind să cred că până și regizorii se supun viziunii megalomane a scenografilor, adesea în detrimentul producției. Munți de decoruri, mecanisme sofisticate, aparatură video cotropesc scenele, indiferent de dimensiunea lor, făcând, uneori, aproape imposibil jocul actorilor. Mai mult, astfel de decoruri, de aparatură video și de lumini complicate se montează pe parcursul a două zile, ocupând spațiul de joc (cu demontare cu tot), trei-patru zile pentru o singură reprezentanță. Publicul bucureștean nu are cultura celui din străinătate, astfel încât să se poată programa serii de câte 10-15 reprezentații; prin urmare timpul alocat unei reprezentații devine păgubos pentru toată lumea (aceste producții se programează rar). Mai mult, asemenea decoruri se pot realiza doar în fabrici specializate, cu costuri enorme, atelierele de producție - atunci când există – fiind folosite doar pentru reparații sau pentru realizarea unor decoruri pentru producțiile mici, tip studio.

**În ceea ce privește imobilul din Bdul Magheru nr.20, în anul 2018, o preocupare majoră, după actualizarea expertizei, a fost aceea de a înscrie clădirea pe listele pentru lucrările de consolidare.**

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

În urma controlului realizat de echipa de Audit Public Intern din cadrul PMB (perioada auditată 01.01.2017 – 31.12.2017), s-au constatat următoarele:

**1. Obiectivul: Organizarea sistemului contabil și fiabilitatea acestuia**

**1.1 Analiza angajamentelor bugetare și legale și a obligațiilor de plată, respectarea O.M.F.P nr. 1792/2002 – Norme metodologice privind ALOP; verificarea modului de realizare al planului de achiziții pentru anul 2017**

**Recomandări:** - respectarea prevederilor OMFP nr. 1792/2002 referitoare la întocmirea documentelor intitulate Angajament bugetar și Propunere de angajare a unei cheltuieli la momentele de timp corespunzătoare;

- Actualizarea și aplicarea procedurii operaționale PO 09-08-02 privind ALOP-ul;
- Aplicarea prevederilor Legii nr.16/1996 și a instrucțiunilor privind activitatea de arhivă la creatorii și deținătorii de documente, aprobate de conducerea Arhivelor Naționale prin Ordinul de zi nr. 217/23.05.1996, privind înregistrarea documentelor.

**Referitor la garanțile gestionarilor:** garanția a fost stabilită la o valoare mai mică decât pragul stabilit de legislația în vigoare, nefiind respectate prevederile art. 13/Legea 22/1969 (\*actualizată\*)

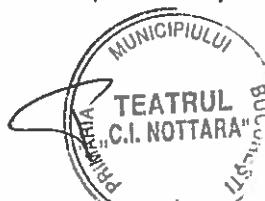
**Recomandări:** - efectuarea demersurilor necesare în vederea constituirii garanției materiale pentru gestionari, conform prevederilor art. 13 din Legea nr.22/1969.

**Referitor la plățile asumate prin angajamente bugetare și legale – Angajare și plată producții artistice:**

**Recomandări:** - respectarea prevederilor OMFP nr. 2634/2015, referitor la folosirea documentului financiar contabil "Ordin de deplasare"

- Angajamentul legal să conțină un preț fix, pentru a se putea respecta etapa nr. 1 – Angajarea cheltuielilor din OMFP nr. 1792/2002.

**Referitor la angajare și plată achiziție active fixe**



**Recomandări:** - respectarea prevederilor OMFP nr. 2634/2015, referitor la întocmirea documentelor financiar contabile (completarea corespunzătoare a tuturor rubricilor, denumirea documentului);

- Întocmirea unui document al achiziției care să conțină, în mod obligatoriu, specificații tehnice care reprezintă cerințe, prescripții, caracteristici de natură tehnică ce permit fiecărui produs, serviciu sau lucrare să fie descrisă, în mod obiectiv, astfel încât să corespundă necesității autorității contractante, pentru a fi eliminat riscul unei cheltuieli neficiente a fondurilor financiare alocate.

**Referitor la angajare și plată achiziție lucrări de reparații curente**

**Recomandări:** - pentru efectuarea de reparații curente este necesară întocmirea unei antemăsurători și a unui deviz antecalcul din care să reiasă valoarea estimată a achiziției, în vederea cheltuirii cât mai eficiente și economice a fondurilor financiare alocate.

**1.2 Respectarea prevederilor OMFP nr. 2861/2009 pentru aprobarea Normelor privind organizarea și efectuarea inventarierii elementelor de natură activelor, datorilor și capitalurilor proprii;**

**Recomandări:** - respectarea în totalitate a prevederilor OMFP nr. 2861/2009, pentru aprobarea Normelor privind inventarierea;

- Înregistrarea în registrul de intrări/ieșiri a Proceselor verbale privind inventarierea anuală în conformitate cu prevederile art.7/Legea nr. 16/1996 și art.8 și art.9 din Instrucțiunile privind activitatea de arhivă la creatorii și deținătorii de documente;
- Întocmirea Registrului inventar cu respectarea prevederilor pct. 1.4.3 "Registrele de contabilitate" din OMFP nr. 1917/2005

**1.3 Respectarea prevederilor OMFP nr. 2332/2017 privind modificarea OMFP nr. 923/2014 pentru aprobarea Normelor metodologice generale referitoare la exercitarea controlului financiar preventiv...**

**Recomandări:** - respectarea prevederilor OMFP nr. 2332/2017 referitoare la întocmirea și completarea corespunzătoare a Registrului operațiunilor supuse vizei CFP;

- Actualizarea procedurii operaționale PO 09-08-03, privind exercitarea controlului financiar preventiv propriu;

**2. Obiectivul: Evaluarea stadiului implementării standardelor de control intern managerial: s-a constatat că din totalul de 16 standarde, la nivelul anului 2017, 6 standarde au fost implementate, 7 standarde – parțial implementate, 2 standarde – neimplementate și 1 standard neaplicabil.**

Referitor la procesul în derulare cu UCMR ADA, ce are ca obiect drepturi de autor și drepturi conexe:

**1. OBIECTUL DOSARULUI:** drepturi de autor și drepturi conexe

**1.1. CEREREA PRINCIPALĂ DE CHEMARE ÎN JUDECATĂ** - Teatrul C.I.Nottara a solicitat, ca urmare a celor reținute prin Încheierea nr. VI/284/07.07.2011, emisă de Camera de Conturi a României, respectiv măsura dispusă la punctul 6 din Decizia nr. 3/17.01.2011, obligarea UCMR ADA la restituirea sumei de 38.599,11 lei, reprezentând remunerații plătite de catre instituția noastră nedatorat, în perioada iulie 2008 – decembrie 2010, astfel: 16.040,2 lei, suma achitată nedatorat cu titlu de remunerație pentru drepturi patrimoniale de autor pentru utilizarea operelor muzicale în spectacole, drepturi de autor ce fuseseră cedionate exclusiv Teatrului de autorii operelor muzicale respective și 22.558,91 lei, sumă achitată nedatorat cu titlu de remunerație pentru opere muzicale create de autori pentru care perioada de protecție legală s-a terminat, muzică populară fără autori identificați și efecte sonore care nu se pot constitui în "opere".

**1.2. CEREREA RECONVENTIONALĂ** - UCMR – ADA a solicitat obligarea subscrisului la plata diferenței de remunerații cu titlu de drepturi de autor și a penalităților de întârziere (cu TVA) pentru perioada 2008 – la zi și efectuarea unei expertize judiciare contabile care să determine aceste remunerații

**2. STADIUL DOSARULUI:**

**2.1. ÎN PRIMUL CICLU PROCESUAL**, după efectuarea unei expertize judiciare contabile, Tribunalul București a pronunțat Sentința civilă nr. 1276/08.10.2014: „*Respinge ca neîntemeiată cererea principală a reclamantului. Admite cererea reconvențională*”



*formulată de părâta-reclamantă. Obligă reclamantul-părât la plata drepturilor de autor către UCMR-ADA, în sumă de 140.795,82 lei (cu tva) pentru perioada 2008-2013, precum și la plata penalităților de întârziere de 4465,30 lei. Obligă părâtul-reclamant la plata cheltuielilor de judecată în sumă de 1039 lei. Cu recurs.*

Ulterior, atât Teatrul C.I. Nottara, cât și UCMR – ADA, am promovat APEL împotriva Sentinței civile nr. 1276/08.10.2014, acestea fiind înregistrate pe rolul Curții de Apel București, Secția a IV-a, iar în urma calificării ca recurs a căii de atac exercitat, a fost pronunțată DECIZIA CIVILĂ NR. 667R/08.06.2015, prin care s-a dispus: *"Admite recursurile. Casează sentința civilă recurată și trimite cauza spre rejudicare la aceeași instantă. Irrevocabilă".*

În esență, Curtea de Apel București a admis recursul declarat de către Teatrul C.I. Nottara, stabilind prin considerentele deciziei de casare faptul că, în rejudicare, instanta de fond trebuie să identifice suma achitată de Teatrul "fără să fie debit", în baza contractelor de cesiune a drepturilor de autor încheiate în mod direct cu autorii operelor muzicale, a facturilor fiscale emise de UCMR-ADA și a ordinelor de plată prin care teatrul a achitat aceste sume, precum și să identifice suma achitată nedatorat cu titlu de remuneratie pentru opere muzicale create de autori pentru care perioada de protecție legală s-a terminat, muzică populară fără autori identificați și efecte sonore care nu se pot constitui în opere.

Pe de altă parte, Curtea de Apel București a admis și recursul declarat de către UCMR-ADA, stabilind faptul că alocațiile și subvențiile bugetare primite de Teatrul în perioada în litigiu reprezintă venituri din exploatarea activității de teatru, care intră în baza de calcul a remunerațiilor datorate pentru dreptul de comunicare publică în concerte, spectacole sau manifestări artistice, a operelor muzicale din repertoriul gestionat de UCMR-ADA, conform Deciziei ORDA nr. 365/2006, respectiv Decizia ORDA nr. 189/2010.

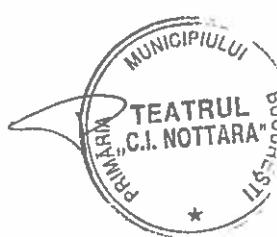
Astfel, Curtea de Apel București a dispus rejudicare pentru a se calcula diferența de remunerații pe care o datorează Teatrul în raport și de aceste venituri (alocațiile și subvențiile bugetare), ci nu numai în raport de veniturile realizate din vânzarea de bilete, precum și penalitățile de întârziere datorate de Teatrul pentru acestea.

**2.2. ÎN AL DOILEA CICLU PROCESUAL**, dosarul a fost înregistrat de instanța de rejudicare, Tribunalul București, sub nr. 23483/3/2011\* și a fost dispusă efectuarea unei noi expertize judiciare contabile, având ca obiective dispozițiile de casare stabilite de Curtea de Apel București prin Decizia civilă nr. 667R/08.06.2015.

Menționăm faptul că până la această dată a fost întocmit un raport de expertiză de către ing. Vasile Ardelean, însă la termenul de judecată din data de 17.04.2018, instanța de judecată a dispus refacerea acestui raport și înlocuirea expertului cu doamna Lăcrămioara Iuliana Vesparu.

De la data ultimei note de informare, instanța a acordat mai multe termene de judecată, având în vedere lipsa raportului de expertiză, respectiv 20.11.2018, 22.01.2019, următorul termen de judecată acordat pentru efectuarea raportului de expertiză fiind 19.03.2019.

Am menționat aceste detalii legate de procesul cu UCMR ADA, pentru că e bine să avem cu toții în vedere faptul că foarte multe teatre au un asemenea litigiu, ca urmare a unei legi menite să jupoieze instituțiile de spectacole. Dacă un singur teatru va trebui să plătească sumele exorbitante pe care le solicită UCMR ADA, toate celelalte vor trebui să facă același lucru. Ca urmare, consider că trebuie să ne unim forțele pentru a schimba această lege înrobitoare.



## D. EVOLUȚIA SITUAȚIEI ECONOMICO-FINANCIARE A INSTITUȚIEI

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

Pentru Teatrul Nottara, anul 2018 a însemnat, în mare măsură, normalitate! Un buget îndestulător ne-a oferit posibilitatea de a ne împlini visele. Ca urmare, am putut să am poare Festivalului Internațional de Teatru – *Fest(in)* pe Boulevard îmbogățindu-l cu încă două secțiuni. Un parteneriat prestigios cu Teatrul Național Marin Sorescu din Craiova și cu Fundația Shakespeare a condus la posibilitatea de a găzdui o parte din spectacolele invitate la Festivalul de Teatru Shakespeare, în cadrul secțiunii *Planeta Shakespeare – invitat de onoare*, iar *Bursa de spectacole* care a precedat secțiunile de tradiție ale Festivalului nostru a adus laolaltă 24 de directori și/sau selecționeri de festivaluri și critici din străinătate. Producțiile realizate în 2017, în cadrul proiectului *100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri* au fost itinerante atât în mari orașe din Occident, cât și în orașe din Republica Moldova, iar teatre din Cahul, Bălți și Chișinău au fost găzduite pe scena Teatrului Nottara. 13 premiere au întregit repertoriul teatrului oferind publicului o paletă largă de opțiuni. Ca urmare, a crescut numărul de spectatori și veniturile.

Luînd ca an de referință 2017, datele financiare ale anului 2018 arată în felul următor:

Denumirea indicatorilor	Realizat 2017	Buget aprobat 2018	Realizat 2018
Venituri proprii	1.041.080	1.000.000	1.107.620
Sume recuperate	0	0	0
Subvenții	14.079.708	17.804.000	17.463.608
<b>TOTAL VENITURI</b>	<b>15.120.788</b>	<b>18.804.000</b>	<b>18.571.228</b>
Cheltuieli de personal	6.916.142	8.725.000	8.692.776
Bunuri și servicii, din care:	7.637.493	8.730.000	8.537.449
- Cheltuieli pentru proiecte culturale	5.736.368	6.538.000	6.452.612
Alte cheltuieli	-	123.000	119.757
Sume recuperate	-	-4.000	-3.674
Cheltuieli de capital	567.153	1.230.000	1.224.920
<b>TOTAL CHELTUIELI</b>	<b>15.120.788</b>	<b>18.804.000</b>	<b>18.571.228</b>

Se observă că veniturile proprii realizate au depășit veniturile prevazute în Bugetul de venituri și cheltuieli aprobat aferent anului 2018 cu 10,76%.

Tot în cursul anului 2018, Teatrul Nottara a virat către P.M.B. suma totală de 19.944 lei reprezentând:

- Contractul de Locațune nr. 245/27.04.2018 încheiat cu Muzeul Național al Tărâmului Român reprezentând 50% din chiria pentru închirierea unor fotolii pentru sala de spectacol în valoare de 8.400 lei.
- Penalități de întârziere executare Contract de furnizare nr. 548/2018 cu firma Stage Showtech SRL în valoare de 11.544 lei.

Ponderea cheltuielilor pentru proiecte culturale în total cheltuieli cu bunuri și servicii în anul 2017 a fost de 75,11% în timp ce, în anul 2018, această pondere a fost de 75,58% ceea ce înseamnă o utilizare mai eficientă a surselor de finanțare în direcția obiectului de activitate.

Comparând bugetul aprobat cu cel realizat, se constată că estimarea financiară a fost realistă, subvenția fiind repartizată eficient pentru acoperirea costurilor avute în vedere. Toate cheltuielile (de personal, bunuri și servicii și de capital) au fost sub cele previzionate. Pe parcursul anului 2018 am urmărit continuu respectarea planificărilor privind producțiile de spectacol, prin întocmirea și fundamentarea lunării a necesarului de alocare bugetară, repartizarea eficientă a costurilor și corelarea cheltuielilor cu veniturile realizate.

O bună relație cu ordonatorii de credite a condus și la majorarea subvențiilor, astfel încât să ne putem desfășura activitatea în condiții optime. Returnarea unor fonduri din subvenție la secțiunea de funcționare a condus la alocarea unei părți din această restituire pentru investițiile realizate în urma rectificării bugetare din luna noiembrie 2018 și pentru care nu exista finanțare la sfârșitul anului de referință. În anul 2018, cheltuielile de capital s-au rezumat, în principal, la achiziția de echipamente pentru scenă menite a fi folosite în producțiile cu o scenografie tot mai sofisticată (platforme automatizate, proiecțoare și videoproiecțoare, spoturi led, sisteme headset și microfoane, precum și licențe software), investițiile reprezentând 6,60 % din totalul cheltuielilor.

În perioada 2016-2018, veniturile operaționale au avut următoarea evoluție:

	2016	2017	2018
Venituri proprii	496.264	1.041.080	1.107.620
Dinamică venituri proprii	100%	209,8%	223,2%
Subvenții	11.138.089	14.079.708	17.463.608
Dinamică subvenții	100%	126%	157%
<b>Total venituri + Subvenții</b>	<b>11.658.888</b>	<b>15.120.788</b>	<b>18.571.228</b>
Pondere venituri proprii/venituri totale	4,3%	6,9%	6%
Venituri proprii/subvenții	4,4%	7,4%	6,3%

Cifrele financiare indică faptul că, în 2018, veniturile proprii au crescut cu 123,2% față de 2016, și cu 6,4% față de 2017, în timp ce creșterea alocației bugetare a fost cu 59% mai mare decât în 2016.

Numărul și structura personalului angajat a fost următoarea:

ANUL	2016	2017	2018
<b>Numărul de personal, din care:</b>	<b>121</b>	<b>146</b>	<b>147</b>
- personal artistic și de specialitate artistică	47(35 actori)	53(40 actori)	53 (40 actori)
- personal tehnic	49	65	65
- personal administrativ	25	28	29

Se observă că structura de personal a nu suferit modificări semnificative în ultimul an. De remarcat este menținerea numărului personalului tehnic de scenă, în condițiile în care numărul și diversitatea programelor a crescut la cele două săli de spectacol. Numărul relativ mic al actorilor nu afectează activitatea teatrului, întrucât putem recurge la angajamente pe proiect. Este o modalitate de a primeni permanent trupa și de a aduce actori prestigioși din alte teatre, care atrag propriul lor public spre sălile noastre.

Ponderea cheltuielilor de personal și materiale în total cheltuieli:

INDICATORI	ANUL 2017	ANUL 2018
Ponderea cheltuielilor de personal în total cheltuieli	46%	47%
Ponderea cheltuielilor cu bunuri și servicii în total cheltuieli	51%	46%

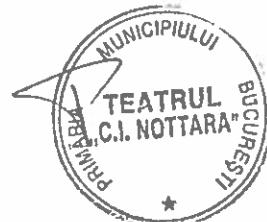
Cum era de așteptat, ponderea cheltuielilor de personal în total cheltuieli a crescut în anul 2018 comparativ cu 2017, ca urmare a aplicării unor sporuri pentru condiții grele de muncă și condiții vătămătoare a salariilor în urma reîmpoziției buletinului de expertiză, conform prevederilor Legii nr.153/2017, a HG.nr. 360/2018 și HG. nr. 569/2017.

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

Nr.crt.	Indicatori de performanță	2017	2018
1	Cheltuieli pe beneficiar (subvenție+venituri – cheltuieli de capital) / nr. de beneficiari	14.553.635/51.552 = 282,31	17.346.308/63.447 = 273,40
2.	Fonduri nerambursabile atrase	70.000	63.189
3.	Număr de activități educaționale	32 - Nottara play, spectacole-lectură, discuții cu publicul, colocvii (conferința: <i>Liviu Ciuley și Liviu Ciulei, Campania de informare asupra bolii parkinson, CIADO, in memoriam</i> )	39 (cuprinde spectacole în licee, colocvii, lansări de carte, discuții cu publicul, spectacole-lectură, <i>in memoriam</i> , CIADO)
4	Număr de apariții media (fără comunicate de presă)	1038 (din care 267 pt Fest(in) conf. raport marketing)	1076 link-uri (din care 382 pt Fest(in) Vezi raport marketing (Anexa nr. 1))
5	Număr de beneficiari neplătitori (cuprinde: invitați, pensionari cu legitimații de cultură, persoane cu certificat de dizabilități, public evenimente stradale, public evenimente conexe: spectacole-lectură, dezbateri, colocvii, public festivaluri de stradă, parc, jocuri și concursuri etc.)	22.714	23.346 (spectatori turnee externe, parteneri Fest(in) pe Boulevard, CIADO, STB, donatori de sânge, asociații de pensionari, persoane cu dizabilități, campanii de promovare etc.)  +  7542 (spectatori evenimente stradale, spectacole în licee, colocvii, lansări de carte etc. din Fest(in) pe Boulevard)
6	Număr de beneficiari plătitori (cuprinde: bilete vândute și nr. de beneficiari cu plată pe facturi – în turnee sau/și spectacole cedate unor firme, instituții, spectacole găzduite etc.)	28.838	32.589 (spectatori la sediu și în turnee)
	Număr total beneficiari	51.552	63.447



7	<b>Număr de reprezentații + Număr de evenimente conexe (spectacole-lectură, expoziții, colocvii, lansări de carte, evenimente stradale)/ frecvența medie zilnică de spectacole, din care</b>	<b>328</b> (din care <b>54</b> în Fest(in) pe Bulevard)	<b>390</b> (din care <b>77</b> în Fest(in) pe Bulevard)
7.1	<b>Număr de premiere</b>	<b>7 + 5</b> (în cadrul Centenarului 2018 – spectacole mici mobile, special realizate pentru turnee și prezentare în școli)	<b>13</b> (7 la Sala Horia Lovinescu și 6 la Sala George Constantin)
7.2	<b>Număr de refaceri</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
7.3	<b>Număr de coproducții</b>	<b>5</b> (cu Teatrul de Artă; cele din Centenar: cu Teatrul Național Marin Sorescu, cu Asociația Opera Prima)	<b>3</b> (cu Teatrul Clasic din Arad, cu S.C. Lectia de Artă S.R.L, Teatrul Național Marin Sorescu, Craiova.)
7.4	<b>Număr de participări la festivaluri, gale, concursuri etc.</b>	<b>14</b> (dintre care <b>3</b> în străinătate: Bălți – Republica Moldova, Vrața – Bulgaria, Ekaterinburg - Rusia)	<b>17</b> (din care <b>2</b> în străinătate: Florența - Italia și Vrața - Bulgaria)
7.5	<b>Număr de reprezentații în regim de protocol</b>	<b>26</b> (cuprind: spectacole educative, evenimente stradale, spectacole lectură, spectacole în cadrul Laboratorului de Teatru DENS, colocvii, cafenele artistice realizate <i>in memoriam</i> , spectacol de Crăciun)	<b>36</b> (cuprind: spectacole educative, evenimente stradale, spectacole lectură, <i>100 de ani împreună</i> , <i>MultiArt Exit</i> , spectacole în cadrul Laboratorului de Teatru DENS, colocvii, cafenele artistice realizate <i>in memoriam</i> , Vedeta de lângă tine, CIADO)



	*la sediu	<b>239 + 26</b> (ultimele, în Fest(in), spectacole de protocol, spect educative, spectacole în alte festivaluri, prezentate în București, dar în alte spații decât la sediul teatrului)	<b>310 + 36</b> (ultimele cuprind spectacole de protocol: spectacole educative, evenimente stradale, spectacole lectură, 100 de ani împreună, MultiArt Exit, spectacole în cadrul Laboratorului de Teatru DENS, colocvii, cafenele artistice, in memoriam, Vedeta de lângă tine)
	*în turnee	<b>19</b> (cuprinde și participările la festivaluri în țară și străinătate)	<b>44</b> (din care <b>19</b> în străinătate: Florența, Vrața, precum și cele din proiectul 100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri (Paris, Bruxelles, Haga, Ierusalim, Cernăuți, Chișinău, Bălți, Cahul)
8.	Număr de proiecte / acțiuni culturale	<b>17</b> programe cu <b>138</b> de proiecte și acțiuni	<b>20</b> de programe cu <b>170</b> de proiecte, evenimente conexe și acțiuni
9.	Venituri proprii din activitatea de bază	<b>960.760</b>	<b>1.026.139</b>
10	Venituri din cofinanțări (MCIN, UNITER și ICR)	<b>70.000</b>	<b>63.189</b>
11	Venituri proprii din alte activități	<b>10.320</b>	<b>18.292</b>
12	Cofinanțări de la Institutul Cultural Român și de la Ministerul Culturii și Identității Naționale (ultimul prin P.M.B) pentru organizarea deplasărilor în străinătate, în cadrul proiectului <b>100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri</b> . Prin suportarea unor costuri ale acestor proiecte din bugetul instituțiilor de mai sus (cazare, onorarii, chirii sală, promovare – după caz), s-a diminuat finanțarea de la bugetul P.M.B. după cum urmează: Total, din care:  - ICR - MCIN (prin PMB)		<b>210.975</b>    <b>128.108</b> <b>82.867</b>



13	Sponsori (bunuri și servicii) și parteneri (buget pentru premii și materiale publicitare) pentru susținerea Festivalului Internațional de Teatru Fest(in) pe Boulevard și a evenimentului O săptămână de teatru românesc, dedicată Centenarului Marii Unirii.		<b>160.000*</b>
14	Indice de ocupare a sălii la sediu (%)	<b>76% - Sala Horia Lovinescu 78% - Sala George Constantin</b>	<b>77% - Sala Horia Lovinescu 84% - Sala George Constantin</b>

Datele de mai sus certifică faptul că toți indicii de performanță au crescut, integrându-ne între celelalte instituții bucureștene de gen, care au o activitate intensă și satisfacții pe măsură.

Creșterea cu 23,07% a numărului total de beneficiari, în anul 2018 comparativ cu 2017, s-a concretizat printr-o scădere a cheltuielilor pe beneficiar cu 3,16%.

Veniturile din cofinanțări au înregistrat o scădere în anul 2018 cu 9,8% față de anul anterior, dar veniturile proprii din activitatea de bază au crescut cu 6,8%.

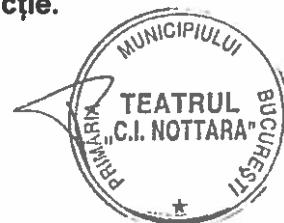
De asemenea, veniturile proprii din alte activități au crescut cu 77%.

**Singura neîmplinire rămâne, și în acest an, indicele de ocupare a săliilor de spectacol la sediu. Acest lucru se întâmplă din mai multe motive:**

- confuzia publicului care nu a înțeles (ori a înțeles mai greu) faptul că imobilul nu mai are bulină de gr. I risc seismic;
- activitatea intensă a tuturor teatrelor bucureștene (majoritatea afându-se pe un perimetru de cel mult patru km; actorii prestigioși colaborează cu mai majoritatea teatrelor conducând la migrarea publicului lor după scena pe care joacă) conduce, inevitabil, la disiparea spectatorilor;
- evenimentele stradale (festivaluri, evenimente puntuale: concerte, teatru în parcuri, târguri etc.) au un grad de atracție ridicat și pentru că sunt gratuite;
- șase festivaluri cu finanțare de la PMB și CGMB continuă să aibă loc pe parcursul unei singure luni.

Din păcate, Direcția Cultură, Sport, Turism, abilităță să centralizeze aceste evenimente și să ne ofere consultanță, nu a avut în vedere faptul că toate teatrele producătoare "se bat" pe același public, care nu are cum să cuprindă peste 100 de reprezentații în festivaluri, la care se adaugă o seamă de evenimente conexe: spectacole-lectură, colocvii, lansări de carte, expoziții, precum și cca 100 - 150 de spectacole din repertoriul lor curent.

Socotesc că îndreptarea unei asemenea situații poate avea loc doar printr-o comunicare reală a Domnului Traian Petrescu, Directorul Direcției Cultură, Învățământ, Turism, cu toți managerii teatrelor bucureștene și prin realizarea unei strategii culturale, oportună pentru toate instituțiile de spectacol din subordinea PMB și CGMB, pe care, de altfel, a promis-o la investirea pe funcție.



## E. SINTEZA PROGRAMELOR ȘI A PLANULUI DE ACȚIUNE PENTRU ÎNDEPLINIREA OBLIGAȚIILOR ASUMATE PRIN PROIECTUL DE MANAGEMENT

Se realizează prin raportare la:

### 1. Viziune

Formularea viziunii a decurs din modelul de reposiționare a teatrului pe piață bucureșteană, adoptat de Teatrul Nottara în anul 2013 (odată cu primul meu mandat de manager), model care are la bază doi piloni pentru oferta de spectacole:

- A. **Un produs de masă, accesibil publicului larg**, care vizează cele mai multe (și mai numeroase) segmente ale publicului de teatru: "spectatorul iubitor de teatru", "spectatorul nostalitic" și chiar "spectatorul afectiv" (identificate de studiu IMAS);
- B. **Un produs premium, dedicat "spectatorului sistematic"**, un segment de public restrâns, dar mai sofisticat, deschis tuturor abordărilor, inclusiv celor considerate elitiste, conform studiului IMAS și a strategiei Teatrului Nottara, comandate de noi în 2015.

Pe baza acestui model de poziționare, reconstrucția identității Teatrului Nottara a fost centrală pe produsul teatrului pentru publicul larg: **comedia de bulevard**. Aceasta permite definirea unei identități puternice și foarte clar conturate, din care decurge nu numai o poziționare netă în raport cu toate celelalte teatre din București, dar și o provocare lansată acestora: noi suntem cei care readucem comedia la ea acasă, pe Boulevard, acolo unde ea s-a născut și a avut/are succes la marele public. Nottara, teatrul de pe Boulevard, este **Bulevardul Comediei**. Am adoptat acest slogan – esența identității teatrului – pentru că beneficiază de efectul unui joc de cuvinte, care mixează trei componente de imagine ce trebuie fixate în mintea publicului:

- a) **Bulevardul** – locația teatrului (un atribut de imagine puternic, deja prezent în percepția spectatorilor și care trebuie menținut);
- b) **Comedia** – produsul generic, tipul de teatru pe care îl oferă Nottara-ul;
- c) **Comedia de bulevard** – specia, produsul propriu de marcă, brand-ul Nottara.

Prin modul în care este formulată viziunea, o componentă identitară majoră, am încercat o ușoară "înnobilare" a acestui tip de poziționare. Suntem pe bulevard, jucăm comedie de bulevard pentru marele public, dar nu vă propunem producții facile, fără substanță. Pentru noi, universul comediei este însăși condiția umană. Visul nostru este să cuprindem acest întreg univers. În acest sens am formulat viziunea: **Visăm la întreaga Comedie Umană. Visul nostru vă pune pe râs ca să vă pună pe gânduri**. Dincolo de jocul de cuvinte, formularea încearcă să comunice, simultan, două mesaje:

- a) **Teatrul Nottara are în ofertă să două produse**: unul pentru publicul larg, comedia, cu care "vă punem pe râs", altul pentru un public restrâns, cu care "vă punem pe gânduri";
- b) **Chiar și comedia care se joacă la Nottara este de altă factură**, nu este de prost gust, nu este vulgară, nu urmărește să provoace râsul cu orice preț. Are un țel mai înalt: "vă pune pe râs ca să vă pună pe gânduri".

### 2. Misiune

Dacă sloganul exprimă esența a ceea ce suntem acum, iar prin viziune ne proiectăm și visăm frumos despre ceea ce am vrea să devenim, misiunea trebuie să comunice ceea ce facem. Mai cu seamă ceea ce facem altfel decât ceilalți. Misiunea **Teatrului Nottara este aceea de a reduce comedia în spațiul în care s-a consacrat, dar marchează acest teritoriu cu standardul pe care se află culorile sale: o producție curățită de vulgaritate și prost gust, modernă, atrăgătoare, seducătoare**.

### 3. Obiective (generale și specifice)

În urma construcției, în precedentul mandat, a unei identități specifice a Teatrului Nottara, am urmărit o serie de obiective:

- **asumarea și promovarea acesteia în peisajul teatral bucureștean**.



- promovarea dramaturgiei românești și universale, clasice, moderne și contemporane;
- colaborarea cu mari nume ale regiei și scenografiei românești;
- descoperirea și susținerea tinerilor regizori;
- primenirea trupei de actori cu tipologii și vîrste actualmente deficitare;
- creșterea performanței actoricești;
- dezvoltarea unui cadru profesional de dezbatere;
- îmbunătățirea relațiilor de colaborare cu alte instituții artistice din București, din țară și din străinătate;
- atragerea unor fonduri extrabugetare;
- atragerea tineretului spre teatru și sporirea interesului tuturor categoriilor de spectatori pentru producții cu adevărat valoroase.

Anul 2018, a fost unul al normalității, în care am montat 6 comedii din totalul de 13 premiere. Acestora li s-au adăugat, în cadrul produsului premium, spectacole experimentale, spectacole de mișcare, spectacole de idei pentru publicul de nișă și o producție dedicată prestigioasei actrițe Anda Caropol cu ocazia sărbătoririi a 80 de ani de viață. Aceasta se adreseză mai ales spectatorilor cu vîrstă 60+, adică acelora care o cunosc și o prețuiesc.

#### **4. Strategia culturală pentru întreaga perioadă de management**

Strategia noastră culturală pentru întreaga perioadă de management a decurs din exigențele repoziționării și reconstrucției identității teatrului.

##### **A. Produsul de masă al Teatrului Nottara (Sala Mare)**

În cazul Teatrului Nottara, produsul de masă a fost, și am decis să rămână, **spectacolul de comedie**. Opțiunea era de neocolit, în condițiile în care cca 70% dintre spectatorii bucureșteni (și nu numai) preferă acest tip de teatru. Întrebarea este: ce trebuie să facă Teatrul Nottara pentru ca produsul său de comedie să capete o identitate specifică în ochii spectatorilor, în condițiile în care mai toate teatrele bucureștene includ acest produs în oferta lor, nemaivorbind de faptul că există chiar un teatru **specializat** pe comedie? Răspunsul a fost unul singur: **acest produs trebuia reconstruit și mult mai bine poziționat**. În termeni de marketing, poziționarea unui produs este o tehnică prin care se încearcă să se creeze acestuia o identitate în mintea consumatorilor, care să-l facă ușor de diferențiat (și nu oricum, ci în mod favorabil) în raport cu produsele concurente.

În decursul timpului, genul comediei a dezvoltat o diversitate de specii: de situații, de moravuri, de caracter, de intrigă, de salon, ori bulevardieră, cea eroică sau tragică, dar și cea grotescă, satirică ori amară. Așadar, o categorie estetică la fel de diversă ca viața însăși. Este, probabil, unul dintre motivele pentru care publicul preferă, într-o proporție atât de mare, acest tip de spectacol.

În condițiile în care oferta de comedie a teatrelor bucureștene acoperă (nediferențiat) aproape toate aceste specii, produsul de comedie al Teatrului Nottara putea căpăta o identitate proprie, inconfundabilă, prin profilarea exclusiv pe una dintre aceste specii, și anume pe **comedia de bulevard**.

Această strategie pentru produsul de masă al Teatrului Nottara nu a fost însă lipsită de dificultăți:

- **Teatrul trebuia să se elibereze de "complexul bulevardier" și să-și asume această identitate**, cu care oricum figurează în perceptia unor categorii importante de public. Comedia este un format în care se poate face performanță actoricească și regizorală la fel ca în orice alt gen de teatru. Provocarea (și motivația) pentru managementul și trupa teatrului este aceea de a preschimba un nume într-un renume: **teatrul de bulevard poate deveni un "brand", asociat prin excelенță cu Nottara**;
- Conducerea teatrului și compartimentele sale de specialitate (Consiliul Artistic, Directorul, Secretariatul Literar, Departamentul Marketing) au sarcina să **selecteze ofertele de premiere și să orienteze treptat productia de spectacole a sălii mari exclusiv spre comedie/ musical (inclusiv spre comedia de bulevard)**.

- În cea mai mare parte, trupa de actori a teatrului poate susține cu succes comedia, precum și comedia de bulevard de bună calitate. Succesul transformării comediei într-un "brand" asociat Nottara-ului va depinde în foarte mare măsură de distribuții. În acest moment, prin împrospătarea trupei de actori, lucru petrecut în 2017, Teatrul Nottara beneficiază de toate datele pentru a-și putea duce planul la bun sfârșit.
- Noua producție de comedie trebuie să susțină cu 2-3 premiere pe an, astfel ca, în cel mai scurt timp, să devină singura linie de producție.

### **B. Produsul premium al Teatrului Nottara (Sala Mică)**

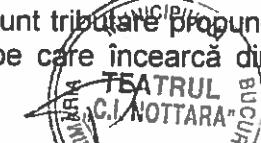
Ca și până acum, Sala George Constantin trebuie să dezvăluie publicului – dar într-o formulă mult mai elaborată și mai bine "regizată" – cealaltă față a Teatrului Nottara (și a teatrului în general).

(Re)construcția produsului premium al teatrului nu implică altceva decât o croială mai atentă a ofertei, plecând de la faptul că aceasta este dedicată unui segment de public mult mai restrâns, dar unul avizat, deschis tuturor abordărilor, inclusiv celor considerate elitiste. Nucleul publicului-țintă (**core target**) trebuie să fie segmentul, generic denumit, al "spectatorului sistematic" (conform studiului IMAS). Acesta este o persoană relativ Tânără (30-35 ani), intelectual prin nivel de instrucție, dar mai ales prin preocupări, aflat încă în căutarea unui stil/model de viață. Frecventează sistematic mai multe teatre, vede (și revede) mai toate spectacolele valoroase și caută să descopere sensurile pe care acestea le propun, de care are nevoie pentru a-și contura propria filosofie de viață. Are "organ" pentru producțiile de teatru elitiste, și nu respinge abordări considerate ermetice de alte categorii de spectatori. Pentru acest segment de public, teatrul nu poate fi substituit cu nici un alt produs cultural. Publicul-țintă largit (**broad target**) poate include și persoane din segmentul "spectatorului afectiv" (conform studiului IMAS). Acesta este, de regulă, o femeie aflată la maturitate (în jur de 40 ani), care merge la teatru din dorința de a se îmbogăți sufletește, de a cunoaște și trăi experiențele de viață ale altora. Spectacole de acest gen îi transmit un mesaj și îl dau de gândit, căci ea rezonează afectiv cu ceea ce vede pe scenă. Acest tip de spectator evită însă spectacolul ermetic, pe care îl înțelege mai greu.

Pentru aceste categorii de public, oferta trebuie să includă atât texte clasice, cât și foarte moderne, de mare valoare: teatru de idei, melodrame, drame, precum și marile nume ale dramaturgiei universale. Ceea ce, cu siguranță, va contrabalanșa dimensiunea "bulevardieră" și va conferi Teatrului Nottara un plus de prestigiu în breaslă. Nu trebuie neglijat nici aspectul educării publicului larg, în sensul creării, în timp, a unui orizont de așteptare care să includă și opere teatrale cu o stilistică proprie celor mai actuale/originale direcții de inovare spectaculară și dramaturgică.

În plus, Sala George Constantin poate deveni un spațiu de inovație teatrală, cu o direcție repertorială orientată spre largirea domeniului creațiilor inovatoare, în care căutările estetice și experimentul se întâlnesc cu publicul interesat (oameni de teatru, public sofisticat etc.). Cu alte cuvinte, un laborator de căutări: experimente, noi forme de exprimare scenică, descoperirea de noi talente (găzduirea unor producții reprezentative ale UNATC, a unor producții independente, a unor coproducții cu teatrele independente etc.), organizarea unor dezbateri, colocvii, realizarea unor spectacole-lectură, aducerea unor regizori de mare valoare (Gábor Tompa, Mihai Măniuțiu, Alexandru Dabija, Radu Afrim, Victor Ioan Frunză, Claudiu Goga și.a.), a unor regizori deja reprezentativi pentru generația Tânără (Alexandru Mâzgăreanu, Vlad Cristache, Gianina Cărbunariu, Catinca Drăgănescu, Bobi Pricop și.a.), precum și a unor absolvenți de regie din ultimii doi-trei ani, urmând ca, într-o etapă ulterioară, să fie invitați și regizori prestigioși din străinătate. Un laborator în care nume mari ale actoriei, regiei și scenografiei românești se întâlnesc și lucrează cu cei care vor fi vedetele de mâine. Ar fi benefic, pentru teatru românesc în general și pentru Teatrul Nottara în special, ca marii actori și regizori să aibă posibilitatea de a-i ghida și îndruma pe aceia care, în mod firesc, le vor lua locul. Pe vremuri, marii actori obișnuiau să facă aşa ceva. Sala George Constantin poate oferi spațiul în care această tradiție să fie reînnodată.

Chiar dacă, în mare parte, teatrele bucureștene sunt tributare propunerilor regizorilor cu care doresc să colaboreze și, mai ales, publicului pe care încearcă din răsputeri să-l



atrăgă și să-l fidelizeze, Teatrul Nottara a încercat să urmeze această strategie, creând un repertoriu coherent pe cele două tipuri de produse. Rezultatul a fost întinerirea publicului la Sala George Constantin și păstrarea publicului fidel la Sala Horia Lovinescu.

**Suntem de părere că pentru elaborarea unui program coherent pe următorii ani, precum și pentru proiectarea unui calendar al colaborărilor cu regizori marcanti, care pot pune în valoare calitățile artiștilor Teatrului Nottara, și pot conferi acestuia o personalitate în peisajul teatral existent (lucruri, de altfel, valabile pentru toate teatrele românești), ar trebui schimbată legislația în vigoare, astfel încât să avem un buget minim asigurat pentru întregul mandat de management, precum și dreptul de a încheia contracte cu trei-patru ani înainte. În felul acesta, managementul ar putea avea și alte priorități, precum participarea la festivaluri interne și internaționale importante, colaborarea cu instituții de spectacole din țară și din străinătate. Deschiderea către rețele internaționale de artele spectacolului poate să conducă spre un schimb de valori multidisciplinar.**

## 5. Strategia și planul de marketing

### Specificul instituției

Teatrul Nottara este finanțat de PMB și CGMB București. Fînd o instituție subvenționată de la bugetul local, problema structurală de marketing-vânzări nu este acoperirea cheltuielilor din venituri, ci gradul de ocupare a sălilor disponibile. Gradul de ocupare depinde atât de calitatea produselor teatrale, cât și de comunicarea în rândul publicului a informației despre aceste produse.

Calitatea producției teatrale se măsoară prin indicatori profesionali (participări la festivaluri naționale și internaționale, premii obținute la concursuri, festivaluri locale, naționale și internaționale, diplome și alte semne ale recunoașterii profesionale, mențiuni critice, invitații la acțiuni teatrale profit și non-profit etc.) și prin indicatori de audiență. Cu cât numărul de bilete distribuite (prin vânzări sau prin distribuție gratuită) este mai mare, și cu cât sălile sunt mai pline, cu atât audiența este mai mare.

Între altele, instituțiile subvenționate de la buget apelează la procedura distribuției gratuite a biletelor, ca modalitate de creștere a audientei. Distribuția gratuită reduce costurile individuale de acces la spectacole, menține un public fidel și poate atrage un public potențial. Ea trebuie însă atent controlată, deoarece excesul de bilete gratuite sugerează calitate scăzută și inconsistență profesională.

### Tîinte de vânzări (bilete vândute și bilete gratuite)

Calculul audientei depinde de numărul de locuri disponibile și de numărul de spectacole jucate în sălile proprii sau în alte spații în timpul unei stagiuni.

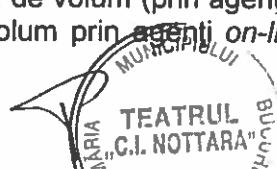
### Sistemul de vânzări

Sistemul de vânzări are două componente:

1. Vânzarea biletelor cu bucată (cu sau fără adaosul de bilete gratuite);
2. Vânzarea biletelor la pachet (vânzarea spectacolelor, nu a locurilor).

În condițiile în care programul spectacolelor nu este cunoscut măcar pentru o stagiune în avans, nu este posibilă introducerea sistemului de vânzare a abonamenteelor (deși ar fi recomandabil, este utilizat cu mare succes în toată lumea). Abonamentele sunt vânzări ale locurilor din sală la date fixe. Un abonat plătește un loc, într-o sală, în anumite zile ale săptămânii, cunoscând în avans programul spectacolelor pe o perioadă determinată. În instituțiile de spectacol occidentale, abonamentele de sală sau lojă reprezintă în jur de 80% din vânzări. Abonamentele au drept bază un plan de stagiune nemodificabil (sunt rare cazurile în care un teatru occidental anunță că un spectacol programat cu 5 ani înainte nu se poate juca din motive obiective), o organizare specifică a sălii și acțiuni de PR pentru menținerea loialității abonaților.

Vânzarea cu bucată se poate realiza fără discount de volum (prin agenția de bilete și prin sistemul de achiziție on-line), sau cu discount de volum prin agenții on-line, off-line și agenții onorifici.



Vânzarea spectacolelor la pachet este procedura prin care teatrul oferă unor instituții/firme un spectacol în exclusivitate. Această procedură este foarte utilizată în Europa Centrală și de Răsărit, ca sistem de intensificare a relațiilor interpersonale în organizațiile ierarhizate, precum și ca parte a programelor de *team building*.

Vânzarea cu bucate și vânzarea integrală a spectacolelor se realizează prin următoarele canale:

- Agentia de bilet a teatrului – obiectiv realizat
- Agenti de vânzare specializați, off-line și on-line - obiectiv nerealizat
- Agenti onorifici - obiectiv nerealizat
- Sistem propriu de vânzări on-line – obiectiv realizat

Ponderile acestor canale de vânzări se evaluează lunar, pentru a impulsiona activitatea celor ce se dovedesc mai puțin performante.

În ceea ce privește politica de tarifare, au fost luate în considerare următoarele recomandări:

- O ușoară majorare a prețului biletelor începând cu stagiunea 2013-2014 (celelalte teatre bucureștene aveau prețuri mai mari), ceea ce a condus la mărirea veniturilor proprii – obiectiv realizat;
- Menținerea a două trepte tarifare: prețul întreg și prețul redus (studenți, pensionari, persoane cu certificat de dizabilități, alte categorii stabilite de conducerea teatrului) – obiectiv realizat
- Valorificarea premierelor:
  - a. Programarea mai frecventă a spectacolelor respective în primele 3 luni de după premieră – obiectiv realizat;
  - b. Majorarea prețului biletelor în primele luni de după premieră (după care se revine la prețul standard) – obiectiv realizat, bilete de eveniment pentru primele 15 reprezentații ale fiecărei producții noi;
  - c. Adoptarea unui algoritm de lansare și vânzare a premierelor:
    - Repetiția generală cu public (costume, lumini etc.): bilete majorate cu 50% - obiectiv nerealizat
    - Avanpremiera: aproximativ 50% invitați + 50% public (bilete majorate cu 50%) - obiectiv nerealizat
    - Premieră: 100% public (bilete majorate cu 50%) - obiectiv nerealizat

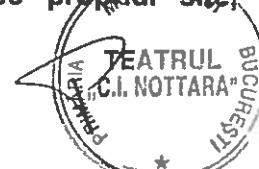
## Canalele de vânzări

### Agentia de bilete a teatrului

În momentul de față, agenția teatrului are aspectul tipic de gheretă învechită, ce-i drept igienizată. În general, agențiiile de bilete ale instituțiilor culturale s-au transformat în spații asemănătoare cu cele ale agenților de turism, ale agenților de bilete pentru avion sau ale ofițerilor de credite din bănci. Reorganizarea casei de bilete și reamenajarea holului de la intrarea în Teatrul Nottara (solicitare și de spectatorii interviewați de IMAS) nu sunt simple măsuri de igienizare/modernizare, ci acțiuni de marketing cu impact asupra publicului – obiectiv parțial realizat (foaierele au fost igienizate și reamenajate; din păcate, deși am avut bugetul necesar, comisia de cultură a Direcției Patrimoniu din Ministerul Culturii a refuzat să ne dea avizul pentru reamenajarea Agenției de bilete și pentru înlocuirea copertinei cu una modernă, luminată). Însă, fiind pe lista scurtă a consolidărilor, suntem siguri că această modernizare va fi realizată o dată cu aceste lucrări.

De asemenea, activitatea agentiei trebuie digitalizată. Este necesar să fie dotată cu o aplicație software, care să permită evidența biletelor vândute pentru fiecare sală, pe zile, pe categorii de preț etc. Biletele se tipăresc local, cu ajutorul unei imprimante rapide. Agenția de bilete trebuie dotată cu POS pentru plata cu card-ul – obiectiv realizat

Agenti de vânzare specializați (off-line și on-line) – am renunțat la acest obiectiv, pentru că am început să vindem bilete on-line pe propriul site, fără costuri suplimentare pentru spectatori.



### Agenti onorifici

Sistemul agentilor onorifici este una dintre cele mai importante căi de distribuție prin vânzări și gratuități în lumea instituțiilor culturale. Acest sistem se bazează pe dorința unor pasionați de teatru, care au o mare densitate de relații personale, de a obține locuri gratuite la spectacolele. Agentii onorifici sunt recrutați de instituție printre: Studenți din ani terminali la diverse facultăți, cunoscuți ca lideri de opinie, cadre didactice din învățământul pre-universitar și universitar, cadre din sistemul apărării, informațiilor, fiscal, militar, medical, ordinii publice, administrației de stat, persoane cu funcții de conducere/executive în asociații de masă (sindicate, CAR, asociații de pensionari, de consumatori etc.), pensionari cu funcții în administrația locativă, organizații specifice.

Sistemul agentilor onorifici se construiește prin:

- Recrutare
- Instruire
- Urmărire/Monitorizare
- Înlocuire

Recrutarea agentilor onorifici se efectuează în rețea, prin anunțuri tipărite și afișate la sediile instituțiilor vizate și prin anunțuri *on-line*. Pentru fiecare agent onorific se redactează o fișă-angajament care este stocată electronic. Persoana de legătură din teatru pentru toți agentii onorifici este casierul teatrului. Rata de înlocuire a agentilor onorifici este destul de ridicată. În Europa Occidentală, ajunge la circa 30% anual. Cu alte cuvinte, la o echipă de circa 100 de agenți onorifici, 30 trebuie nou-recrutați, înregistrați, instruiți și monitorizați în fiecare an (stagiune). Pentru scăderea ratei de înlocuire se folosesc două instrumente: premieră și evenimentele. Premieră constă într-o diplomă (teatrele și filarmonicile din Germania și Anglia folosesc o mică statuetă, cu mențiunea *Best Agent for the year...*), însătoțită de câteva obiecte promotional, care se înmânează în cadrul seriei de evenimente prilejuite de închiderea stagiunii.

Pentru funcționarea agentilor onorifici se folosește mapa agentului. Aceasta este mapa anuală a teatrului, la care se adaugă acordul de reprezentare onorifică și câteva obiecte promotional. – obiectiv nerealizat, avut în vedere pentru următoarea perioadă de management

### Site-ul teatrului

Dacă la realizarea studiului de piață, în 2015, majoritatea teatrelor din București și-au dotat site-urile proprii cu sisteme de cumpărare *on-line* a biletelor de spectacol și 42% dintre spectatorii de teatru din București au recurs la această modalitate de procurare a biletelor, comparativ cu numai 10% dintre spectatorii Teatrului Nottara, acum, ne putem mândri că vindem *on-line* un procent cu mult peste 50% din totalul celor vândute la sediu. Sistemul de vânzări on-line trebuia să fie perfect funcțional, la fel ca și reproiectarea întregului site al teatrului – obiectiv realizat

Foarte importantă este realizarea unui sistem centralizat de evidență și urmărire a vânzărilor de bilete pe toate canalele de vânzări – obiectiv realizat; se monitorizează zilnic

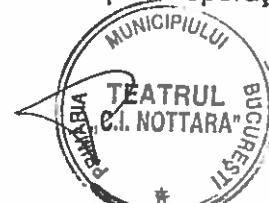
### Promovarea produselor

Activitățile de promovare sunt acțiuni planificate, utilizate cu scopul de a mări audiența teatrului și, uneori, de a stabiliza sau modifica imaginea acestuia, în special în cazul unui eveniment special, fie pozitiv, fie negativ. Acțiunile de promovare au mai multe grupuri-jîntă:

- Publicul actual și cel potențial
- Profesioniștii domeniului (oameni de teatru: critici, directori, regizori, actori etc.)
- Mass-media (în special publicațiile culturale)
- Finanțatori, sponsori și parteneri

Activitățile de promovare pot fi împărțite, sub aspect operațional, în acțiuni permanente, evenimente și campanii.

#### a) Acțiuni permanente de promovare



Promovarea continuă în rândul publicului se realizează în special pe următoarele canale de comunicare:

- **Marketing on-line**
  - Având în vedere că peste 80% din publicul bucureștean de teatru este prezent în mediul *on-line* (iar dintre aceștia, aproximativ 40% sunt activi pe site-urile de socializare), se recomandă folosirea intensă și privilegiată a acestui mediu de comunicare, mai ales în scopul creșterii numărului de spectatori. Fiecare eveniment (premiere, festival, lansarea unor publicații proprii etc.) trebuie anunțat în mediile *on-line*, fie cele de socializare (Facebook, Instagram etc.), fie prin mail marketing pe o bază proprie de date - **obiectiv realizat**
- **Site-ul teatrului**
  - Poate fi utilizat atât în vederea creșterii numărului de spectatori, cât și pentru fidelizarea acestora.
  - La preluarea mandatului, site-ul avea deficiențe de grafică, structură și funcționalitate. Era nevoie de o reproiectare integrală a site-ului – acest obiectiv a fost realizat, beneficiind de un site cu informații la zi. Din păcate, în acest moment, site-ul este depășit de multitudinea și complexitatea informațiilor, fiind necesară fie realizarea unui nou site, fie măcar modernizarea celui existent.
  - Trebuie ținută neapărat legătura cu cât mai multe site-uri culturale on-line și cu site-uri ale unor publicații culturale tradiționale (Observator cultural, România Literară, Dilema Veche etc.) sau specializate pe oferte pentru timpul liber (Şapte Seri, B24FUN). Ar fi ideal dacă s-ar putea aduce pe site-ul propriu, în timp real, mențiunile, cronicile etc. referitoare la activitatea teatrului, apărute în aceste site-uri/publicații. – **obiectiv parțial realizat**
  - Butoane de legătură cu rețelele de socializare (Facebook, Twitter etc.), amplasate la loc vizibil și ușor accesibile. – **obiectiv realizat**
  - Spațiu dedicat pentru reclamă. – **obiectiv nerealizat**
  - Spațiu dedicat/link-uri pentru parteneri – **obiectiv nerealizat**
  - O formă de interacțiune cu publicul, blog sau rubrică "Forum", (dar cu facilități tehnice de filtrare a mesajelor (pentru a nu apărea pe site mesaje vulgare, înjurături, etc.). – **obiectiv parțial realizat**
  - Reconstrucția aplicației de achiziționare *on-line* a biletelor – **obiectiv realizat**
  - Reglementarea clară a responsabilităților legate de administrarea site-ului. Fiind un canal de comunicare cu publicul, site-ul se află în mod obligatoriu sub autoritatea compartimentului de marketing/comunicare/PR. Alimentarea cu conținut a site-ului trebuie să revină acestui compartiment, fie direct (cu producție proprie), fie indirect (cu conținut livrat de alte compartimente, de regulă Secretariatul Literar, și avizat de către compartimentul de marketing). Operațiunea strict tehnică de încărcare a conținutului pe site trebuie să fie executată de o singură persoană. – **obiectiv realizat**
- **Mapa agentului**
  - Conține programul spectacolelor pe cel puțin o lună calendaristică, câteva obiecte promoționale, leafleturi, profilul tipărit al regizorilor, actorilor, autorilor, o scurtă prezentare a pieselor jucate, informații privind site-ul teatrului, agenții on-line și onorifici, premiile, premierele etc. – **obiectiv nerealizat**
- **Caietul de spectacol**
  - Variantă tipărită și variantă *on-line*. – **obiectiv parțial realizat** (fără variantă *on-line*)
- **Afișe**
- Afișajul stradal și instituțional continuă să fie o cale eficientă de informare a publicului și promovare a activităților teatrului. – **obiectiv parțial realizat** (insuficiența locurilor publice pentru afișaj; afișajul se face mai ales în fața teatrului. Totuși, în anul 2018, printr-un parteneriat semnat, în 2017, cu RATB – parteneriat intermediat de PMB –, am reușit performanța de a ne promova spectacolele cu ajutorul unor clipe ce

puteau fi urmărite pe plasmele din mijloacele de transport în comun și prin afișaj în stațiile de autobuze.

- **Leaflet-uri**

- Teatrele din București folosesc destul de rar leafletul ca mijloc de informare și promovare. Ele pot fi folosite și pentru distribuție concentrată în cartierele rezidențiale (în cutiile poștale), în cadrul unor programe speciale de marketing domiciliar. – **obiectiv parțial realizat** (doar cu ocazia unor evenimente speciale: festival, spectacole-lectură etc.)

- **Promovare outdoor și indoor**

- Panotaj, bannere, roll-up-uri și mesh-uri – **obiectiv parțial realizat** (doar în față și în interiorul teatrului, inserturi doar prin parteneriate media)

- **Parteneriate**

- Parteneriatele cu instituțiile de cultură subvenționate de la bugetul local sau central afirmă determinarea instituției partenere de a sprijini actul de cultură, implicarea în comunitate, responsabilitatea socială a partenerului respectiv. La origine, Teatrul Nottara a fost teatrul Armatei, prin urmare ar putea fi luate în considerație parteneriate cu Ministerul Apărării, Colegiul de Apărare sau Casa Centrală a Armatei. – **obiectiv parțial realizat** (colaborare cu Cercul Militar Național)

- Două categorii de parteneriate sunt esențiale pentru construirea identității Teatrului și pentru promovarea activității sale: cu mass-media și cu instituțiile capabile să producă audiență. Parteneriatul cu mass media este relativ ușor de realizat, dacă nu implică decât schimbul de informații și promovarea reciprocă. Este nevoie de parteneriate cu mediile publice (SRR, TVR și Agerpres). Acțiunile de parteneriat cu media trebuie să fie planificate, să implice managementul superior și să se refere la acțiuni comune sau bilaterale. – **obiectiv realizat**

- Parteneriatele cu instituțiile care pot genera audiență sunt mai greu de realizat și de menținut. Conducerea teatrului poate aprecia oportunitatea și eficiența unor asemenea parteneriate. O sugestie ar fi parteneriatul cu Asociația Națională a Pensionarilor, Asociația Municipală și CAR-urile aferente (sunt cele mai mari instituții non-bancare de credit din România, cu peste 7 milioane de membri). O altă sugestie este parteneriatul cu companii mari, care au programe de CSR, și care pot promova acțiunile teatrului în rândul propriilor salariați. De asemenea, există posibilitatea de a încheia parteneriate cu instituții a căror vizibilitate este majoră, cu scopul organizării unor evenimente cu impact public: Casa Regală (invitarea membrilor Casei Regale la un spectacol al Teatrului Național a generat o acoperire media de invidiat), Corpul diplomatic, BOR etc. Este necesară o anumită flexibilitate a conducerii în stabilirea acestor parteneriate. – **obiectiv parțial realizat**

Pe lângă subiectele uzuale ale acțiunilor permanente de promovare (premiere, spectacole, festival, evenimente speciale etc.), compartimentul de marketing trebuie să urmărească obiectivul strategic al construirii și promovării vedetelor Teatrului Nottara, mai ales a unora noi, actori tineri, talentați și de perspectivă (comparativ cu alte teatre, Nottara-ul este deficitar la acest capitol). – **obiectiv în derulare**

b) Evenimente cu scop promotional

Evenimentele sunt activități planificate de promovare, care au o durată determinată și au ca obiectiv informarea publicului-țintă cu privire la un subiect important pentru teatru. În cazul Teatrului Nottara trebuie introduse în planul anual de marketing (septembrie-iunie) 6-8 evenimente de o zi. – **obiectiv în derulare**

Trebuie organizate următoarele evenimente:

**Deschiderea stagiu*nii***

Este evenimentul cel mai important al planului anual de promovare și urmărește mai multe obiective:

- Reafirmarea misiunii asumate de teatru;



- Prezentarea programului de activitate (repertoriu curent, premiere, participarea la turnee, festivaluri, competiții profesionale);
- Prezentarea echipei de bază și a listei de colaboratori/invitați;
- Prezentarea tuturor materialelor promoționale;
- Anunțarea schimbărilor de amenajare, dotare etc.

La acest eveniment, care poate fi urmat de o avanpremieră, sunt invitați în mod obligatoriu: reprezentați ai mass-media, reprezentanți ai unor instituții precum Consiliul General și Primăria Generală a Municipiului București, Ministerul Culturii și Identității Naționale, Comisiile de Cultură și mass-media ale Parlamentului și.a., sponsori și parteneri relevanți (agenții de vânzări bilete, firme de publicitate, firme de casting etc.), agenții onorifici, salariați și colaboratori (actori, regizori, autori dramatici, tehnicieni etc.).

Deschiderea stagiunii se desfășoară în două părți: la sală, cu prezentări pe scenă și în foaier. Este foarte important ca fiecare invitat să fie identificat cu ecuson și să fie notat pe lista de participanți (cu reținerea cărții de vizită, a numărului de telefon și a adresei de email). Fiecare invitat primește o mapă (pungă) cu obiecte și materiale promoționale. Întregul eveniment (fără avanpremieră) nu durează mai mult de 60 minute.

Este recomandabilă cuplarea evenimentului de deschidere a stagiunii cu lansarea *Fest(in) pe Boulevard*. Dublul eveniment ar putea fi programat la mijlocul lunii septembrie, într-o perioadă în care, de regulă, teatrele bucureștene nu prea au oferte pentru public, ceea ce i-ar asigura vizibilitate și audiență mare – **obiectiv realizat**

#### **Premierele**

Fiecare premieră trebuie organizată la fel ca deschiderea stagiunii. Durata părții de scenă (fără spectacolul propriu-zis) este de numai 10 minute, iar după spectacol are loc un mic cocktail în foaier. Media, agenții onorifici, partenerii și sponsorii sunt obligatoriu invitați. Premieră nu este destinată atât publicului general, cât mediului profesional și elitei teatrale – **obiectiv realizat**

#### **Închiderea stagiunii**

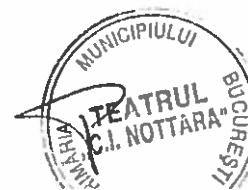
Închiderea stagiunii are loc la sfârșitul lunii iunie și se desfășoară după același model ca și deschiderea – **obiectiv realizat**.

#### **c) Campanii de promovare**

În activitatea instituțiilor culturale, campaniile au rolul strict determinat de a crește vizibilitatea instituției într-o direcție prestabilită. De exemplu, în cazul în care conducerea Teatrului Nottara dorește să anunțe un program special (cafenea culturală – program prin care actorii teatrului și actori invitați recită poezii îndrăgite de spectatori, în regie minimalistă, spectacole-lectură, zilele teatrului, aniversări etc.) se utilizează procedurile obișnuite de marketing, listate mai sus, nu campania. Campania poate fi utilizată pentru a obține un sprijin public, de pildă, pentru reposiționarea teatrului, sau pentru înlăturarea efectelor negative ale unor acțiuni sau evenimente, pentru premii oferite actorilor aniversați. Campaniile nu durează mai mult de 15-21 zile, sunt foarte bine planificate și sunt strict direcționate către un obiectiv și un public-țintă determinate – **obiectiv realizat**.

Având în vedere reposiționarea și asumarea unei identități mai clar conturate a Teatrului Nottara, este necesară o campanie de PR-comunicare pentru afirmarea acestei identități.

1. Obiectivul campaniei: comunicarea faptului că Teatrul Nottara își asumă o anumită identitate
2. Public-țintă:
  - Mass-media (în special cea culturală)
  - Profesioniști din teatru
  - Persoane active în domeniul teatrului din mediile de socializare
  - Profesori și cadre didactice din facultățile publice și private de specialitate
  - Finanțatori (PMB), alți sponsori;
  - Parteneri;
  - Agenții off-line, on-line și onorifici;



- Impresari de spectacole din România și străinătate;
  - Lideri de opinie – spectatori de teatru.
3. Durata campaniei: 10-14 zile
4. Evenimente campanie:
- Seminar New Identity (3 ore), cocktail, comunicat de presă;
  - Zilnic, câte un comunicat de presă;
  - Interviu pe site-ul propriu, promovat în media digitală și tradițională;
  - Concurs cu participarea publicului (eseu de 1000 de cuvinte: "Nottara – Noua Identitate", ce așteaptă publicul etc., premieră în ultima zi de campanie);
  - Închiderea campaniei cu un spectacol de gală.
5. Rezultate așteptate:
- Receptarea de către public a intenției de a asuma o nouă identitate;
  - Receptarea reacțiilor profesionale din lumea teatrului și din mass media;
  - Identificarea celor mai bune canale de comunicare cu agenții relevanți pentru lumea teatrului;
  - Crearea unui sentiment de schimbare pozitivă în rândul salariaților și colaboratorilor, precum și la nivelul finanțatorilor, sponsorilor, partenerilor etc. – **acest obiectiv a fost realizat doar parțial și va trebui urmărit în continuare**

În anexa nr. 1 este atașat raportul privind activitățile de promovare pe anul 2016

## 6. Programe propuse pentru întreaga perioadă de management

Programele avute în vedere pentru întreaga perioadă de management urmăresc, în mod deosebit, poziționarea instituției ca reper/model cultural atât în domeniul artelor spectacolului, cât și în cel al educației și implicării active în viața socială. Spectacolul de teatru este (și) o formă de comunicare, iar scopul oricărei comunicări este de a fi receptată și, eventual, asimilată.

La final de mandat, prezint un succint "bilanț" al programelor celor mai importante pe care le-am avut în vedere pentru intervalul 2016 - 2019, urmând, dacă va fi cazul, să le dezvolt și, eventual, să inițiez unele noi în proiectul pentru următoarea perioadă.

### I. Programe existente la preluarea mandatului precedent (care au fost păstrate/dezvoltate)

#### 1. Programul *Stagiunea curentă* (a devenit *Repertoriul curent*)

An de an, prin proiectele cuprinse în acest program am urmărit valoarea, diversitatea și eficiența.

În perioada următoare, vom continua *rebranduirea teatrului*, astfel încât publicul să conștientizeze mai bine oferta noastră. Brandul de teatru este realizat în consonanță cu așteptările spectatorilor, dar nefăcând nici o clipă rabat la calitate.

#### 2. Programul *Nocturnele Teatrului Nottara*

Se dă sanse, ca și până acum, micilor companii ale unor tineri creatori și/sau găzduim spectacole ale unor teatre din țară, cu care avem parteneriate.

#### 3. Programul *Grupul de Dialog Teatral (GDT)*

Acest program s-a născut din nevoia de comunicare cu oamenii de teatru, din nevoia de a dezbatе teme teatrale de actualitate, din nevoia de a ști părerile criticiilor despre anumite evenimente, festivaluri, spectacole, mai ales că aceștia din urmă nu prea mai au unde să-și publice articolele. Este o idee interesantă, care trebuie reluată și dezvoltată. Este tot un program care presupune costuri minime și se desfășoară preponderent în cadrul Festivalului.

#### 4. Programul *Turneele Teatrului Nottara*

Față de cele devenite deja tradiționale (mici deplasări în străinătate, făcute la invitația unor fundații și asociații), avem, în prezent, invitații de la festivaluri prestigioase din țară și din străinătate.

Turneele în țară vor avea loc în funcție de invitațiile primite fie de la directorii de festivaluri, fie de la primării ale unor orașe, fie de la teatre din țară, ~~șă cum am procedat și~~ până acum.



## **7. Programul Coproducții Teatrului Nottara**

Sunt dezvoltate proiecte comune cu teatrele bucureștene (atât de stat, cât și particulare), precum și cu teatre din țară. Acest tip de parteneriate conduc la o scădere a costurilor de producție (prin asumarea lor de către teatrele coproducătoare), la dublarea vieții unei producții (prin faptul că se joacă pe două scene) și la o mai bună cunoaștere a teatrului, trupei de actori, adică la obținerea unui plus de imagine.

- *Somnoroasa aventură* de Teodor Mazilu, regia: Magda Catone (spectacol de licență regie de teatru; coproducție cu UNATC I.L. Caragiale)
- *Trei surori* de A.P. Cehov, regia: Semion Serzin (Rusia), rezultat al Laboratorului de Teatru DENS, 2018 (coproducție cu Teatrul Clasic Ioan Slavici din Arad).

## **II. Programme initiate în mandatul precedent și care sunt continuante**

### **1. Programul Regizori mari pe bulevard**

Realist vorbind, cel mai greu este să-i convingem pe regizorii cu care ne dorim să colaborăm în cadrul acestui program de necesitatea realizării unor spectacole în acord cu noua identitate a Teatrului Nottara. Ar fi absurd să credem că le putem impune și titlurile. Ceea ce putem face, totuși, este să propunem o serie de autori și să le lăsăm libertatea de a alege pe o plajă largă a genului comic (*commedia dell'arte*, farsă, satiră, vodevil, comedie neagră, comedie de bulevard, cabaret).

În 2019 vom avea două montări în cadrul acestui program:

- *Fiul cel mare* de Aleksandr Vampilov, regia: Elena Nevezina, rezultat al Laboratorului de Teatru DENS, 2018 – schiță de spectacol care a primit cel mai mare număr de voturi din partea publicului
- *Sânzienele* (titlu provizoriu), scenariul: Anca și Mihai Măniuțiu, regia: Mihai Măniuțiu, cu participarea Grupului IZA

### **2. Programul Fest(in) pe Bulevard**

Este cel mai vizibil program al teatrului, ajuns la cea de-a VII-a ediție, care se va desfășura, în 2019, între 9 și 21 octombrie. Deși "concurează" cu cel puțin alte 6 – 7 festivaluri care se desfășoară, în Capitală, în aceeași perioadă, *Fest(in) pe Bulevard* aduce un remarcabil plus de imagine teatrului nostru.

### **3. Programul Bulevardul Comediei**

În cazul Teatrului Nottara, produsul de masă a fost, și trebuie să rămână, **spectacolul de comedie**. Producția de acest tip va trebui susținută cu 2 - 3 premiere pe an, astfel ca, în cel mai scurt timp, să devină singura linie de producție pentru sala mare. Ceea ce presupune o serie de dificultăți legate de asigurarea resurselor.

Pentru 2019, avem în vedere:

- *Figaro* de Beaumarchais, regia: Mihai Lungceanu și două titluri rezervate, avându-i în vedere pe regizorii Alice Barb și Cristi Juncu
- **COMEDIA ÎN LUNG ȘI-N LAT**, coordonator proiect: Alexandru Mâzgăreanu  
Un concurs pentru 3 proiecte în spații neconvenționale (cu referire la perioada când teatrul va intra în consolidare). Vârsta realizatorilor (regizor, scenograf, dramaturg etc.) să nu fie mai mare de 40 de ani. Tema este *Comedia în lung și-n lat*. Scopul proiectului este de a realiza trei spectacole de comedie în spații neconvenționale. Proiectul încurajează abordarea de texte (dramaturgie, poezie, proză) scrise începând cu anii '20 și până în prezent. Nu sunt excluse nici proiectele de teatru-dans. Important este UMORUL!

Durata concursului: septembrie – noiembrie 2019, cu posibilitatea realizării spectacolelor în 2020

### **4. Programul Vedeta de lângă tine**

Este un program care bucură pe toată lumea (aniversați, colegi, prieteni, rude, spectatori), mai ales că astfel de seri sfârșesc cu un pahar de vin și multe urări și toasturi. În 2019, îi avem în vedere pe Anda Caropol (80 de ani), Alexandru Repan (50 de ani pe scena Teatrului Nottara), Mircea Diaconu (70 de ani).

## **5. Programul Actor și regizor**

Este necesar într-o societate în care sincretismul și hibridizarea fac parte din cotidian. În lumea teatrului se produc din ce în ce mai mult metamorfozări, schimbări și inversări de roluri. Ca exemplu vom da ceea ce numim astăzi *actorul-regizor*, adică actorul care simte nevoie să părăsească scenă și să vină în fața ei, dând interpretarea pe orchestrare. Oferim actorilor noștri posibilitatea de a realiza, cu costuri minime, spectacole în care să-și dezvolte calitățile regizorale.

- *Mentorul* de Daniel Kehlmann, regia: Cristian Nicolae

## **6. Programul Dramaturgi străini contemporani**

Prin acest program ne propunem să deschidem ușa larg dramaturgiei contemporane și să jucăm texte valoroase ale ultimului moment, scrise de dramaturgi mai puțin cunoscuți în România. Astă, însă, nu exclude titluri cunoscute ale dramaturgiei universale contemporane.

- *Oleanna* de David Mamet, regia: Felix Alexa

## **7. Programul De Sărbători la Nottara**

În ultimii ani, Teatrul Nottara încearcă să dea un semn publicului său cel mai apropiat, angajaților, colegilor de breaslă etc. prin realizarea unor evenimente/ spectacole unicat, de obicei, în preajma Crăciunului, cu brad, colinde, povești, covrigi, cozonaci, nuci, vin și cafea sau ceai aburind. Acest eveniment are menirea de a-i aduce mai aproape pe spectatorii fideli ai teatrului de pe bulevard și de a crea o atmosferă specială pentru angajați.

## **8. Programul Spectacole-lectură**

Acest program își propune să aducă pe piață texte din dramaturgia universală mai puțin jucate în România. Scopul principal este acela de a înnobi numele autorilor dramatici pe scena teatrului nostru și pe scenele celorlalte teatre. Socotim a fi o necesitate montarea unor dramaturgi mai puțin sau deloc cunoscuți în România și a unor titluri premiate în străinătate, dar necunoscute la noi.

**9. Programul Cafeneaua lui Repi** (concept și corodonare: Alexandru Repan). Are menirea de a vitaliza un spațiu intim al teatrului, prin întâlnirea artiștilor teatrului și a invitaților săi cu publicul. Vor fi spectacole de muzică și poezie, spectacole-lectură pe texte ale unor dramaturgi români contemporani, aniversări, *in memoriam* etc.

## **10. Programul Regizori invitați din străinătate**

Este un program nou, prin intermediul căruia invităm regizori din străinătate.

## **11. Programul Educație prin teatru**

Este un program ce se realizează în colaborare cu liceele bucureștene, în cadrul căruia se fac lecturi ale unor texte din programa școlară. Distribuțiile cuprind actori ai teatrului și elevi (care au posibilitatea să devină actori pentru o zi). Regia este asigurată de artiști cu experiență. Lecturile pot fi urmate de discuții cu elevii și cu profesorii acestora.

## **III. Programe noi:**

Programe pe care le avem în vedere pentru următoarea perioadă (unele dintre ele au fost inițiate mai de mult, însă nu au fost puse în aplicare):

### **1. Programul Vedeta de mâine**

Vom ceda, o dată pe lună, într-o zi care să devină permanentă, spațiul de la Sala George Constantin pentru desfășurarea unor proiecte (create în regim independent) ale tinerilor artiști, fie că sunt studenți, fie că sunt proaspăt absolvenți. Reprezentațiile care atrag atenția publicului pot fi jucate în continuare în cadrul programului *Nocturne*.

### **2. Programul Punți spre Europa**

Programul va fi dedicat încercării de a atrage fonduri europene. Pentru aceasta este nevoie de realizarea unor proiecte internaționale de anvergură (*Fest(in) pe Boulevard*). În acest scop, am realizat un parteneriat cu ANP, introducând Festivalul MultiArt Exit, drept secțiune a *Fest(in)ului pe Boulevard*. Vom încerca să atragem fonduri fie în zona educativă, fie în cea a reintegrării sociale.



### **3. Programul *Rostul femeii după... feminism***

Dorim să dezvoltăm un asemenea program prin organizarea unor colovii, conferințe, ateliere dedicate tinerelor femei, care vor fi susținute de personalități feminine marcante ale vieții noastre socio-culturale. Astfel de întâlniri pot fi însoțite de reprezentații ale unor spectacole care au ca punct de interes destinul unor femei. Vom da startul acestui program odată cu ediția a VII-a a Festivalului Internațional de Teatru – Fest(in) pe Boulevard, a cărui temă principală va fi *Criza feminității*. Cu acest prilej, vom organiza întâlniri ale tinerelor cu psihologi, care le pot pregăti pentru viața de cuplu, pentru alegerea unei profesii care să le reprezinte, pentru felul în care se poate obține succesul în carieră și pentru felul în care tinerele își pot câștiga independența.

### **4. Programul *Laborator***

Acest program va cuprinde tot felul de experimente teatrale între care:

- **Laboratorul de teatru DENS.** Este un program inițiat în 2016, care se dezvoltă din Programul *Spectacolul începe cu o lectură*. Trei regizori, aflați sub îndrumarea unui profesor/ coordonator (din Rusia), vor schița câte un posibil spectacol în decurs de numai 5 zile. Se va repeta, sub presiune, în regim de stres, în spații neconvenționale, iar în zilele a VI-a și a VII-a schema celor producții va fi prezentată spectatorilor, cărora li se va înmâna un chestionar cu următoarele variante de răspuns:
  - a) Trebuie să rămână o schiță.
  - b) Merită să ducem munca mai departe până la spectacol.
  - c) Îl uităm ca pe un vis urât.

O astfel de competiție are menirea de a descoperi noi valențe ale actorilor, de a-i dez mortal, de a-i face să concureze cu propriii colegi.

În 2019, se va desfășura în perioada 28 iunie – 8 iulie și va avea și o secțiune de dramaturgie.

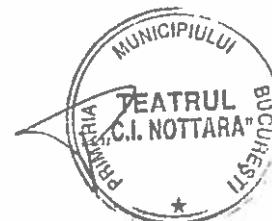
- **Realizarea unor spectacole experimentale**

## **7. Proiecte din cadrul programelor**

Sunt programe care vor avea proiecte diferite de la an la an, și care nu pot fi menționate în acest raport. De pildă, dacă vorbim de coproductii, oricără de mult mi-as dori eu anumite texte, va trebui să NEGOCIEZ cu teatrele care îmi vin în întâmpinare. Tot astfel, când este vorba de un regizor renunțat. Zona în care doresc să-l port pentru o strategie unitară îmi poate apartine, dar titlurile pieselor cel mai probabil vor fi alese de el și acceptate de teatru și în funcție de bugetul alocat. Ca urmare, o însuruire de titluri, în afara celor deja menționate mai sus, ar fi de-a dreptul fantezistă.

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

- Găzduirea unor activități culturale prin parteneriate cu alte teatre din țară;
- Organizarea unor evenimente culturale legate de sărbători precum Paște, Crăciun, Ziua Femeii etc.;
- Seri de teatru-dezbateră;
- Spectacole lectură, realizate în parteneriat cu Teatrul Național Radiofonic;
- Transmiterea *on line* a unor evenimente (conferințe de presă, spectacole-lectură, dezbateri etc)
- Evenimente stradale menite să atragă atenția asupra activității noastre sau să promoveze un eveniment de amploare (vezi Fest(in) pe Boulevard).



**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 (2019)**

**1. Proiectul de venituri și cheltuieli pentru următoarea perioadă de raportare (2019) \*\*\***

Estimările bugetare supuse spre aprobare ordonatorului principal de credite, având la bază realizările anului 2018 și luând în considerare necesitățile teatrului pe anul 2019, modificările legislative survenite în politica de salarizare a personalului:

- ✓ aplicarea sporurilor pentru condiții grele de muncă și condiții vătămătoare, în urma reînnoirii buletinului de expertiză, conform prevederilor Legii nr.153/2017, a HG nr. 360/2018 și HG nr. 569/2017;
- ✓ prevederile OUG nr. 114 /2018, HG nr. 937/2018 și HCGMB nr. 832/ 22.11.2018, prin care salariile de bază (și implicit sporurile) cresc de la data de 01.01.2019 cu 1/4 din diferența dintre salariile de bază prevăzute de lege pentru anul 2022 și cele din luna decembrie 2018;
- ✓ prevederilor OUG nr. 91/06.12.2017 și OUG nr. 114 /2018, prin care, începând cu drepturile aferente lunii ianuarie 2019 se achită indemnizația de hrană.
- ✓ aprobarea statului de funcții, în noiembrie 2018, cu marirea numărului de salariați cu 2 persoane (auditori interni).

De asemenea, se are în vedere și posibilitatea ca, din luna iulie 2019, clădirile în care teatrul își desfășoară activitatea să intre în procesul de consolidare și modernizare, ceea ce implică costuri suplimentare pentru buna desfășurare a activității instituției. Înțînd cont de premisele de mai sus, proiectul de buget pe anul 2019, se prezintă astfel:

	Cod indicator	Realizat 2018	Propuneri 2019
<b>TOTAL VENITURI</b>	<b>0.1</b>	<b>18.571.228</b>	<b>26.240.000</b>
Venituri din prestări servicii și alte activități	33.10	1.107.620	1.100.000
Subvenții	43.10	17.463.608	25.140.000

INDICATORI	Cod indicator	Plăti efectuate 2018	Buget 2019
<b>TOTAL CHELTUIELI</b>		<b>18.571.228</b>	<b>26.240.000</b>
<b>CHELTUIELI CURENTE</b>	<b>01</b>	<b>17.349.982</b>	<b>25.370.000</b>
<b>TITLUL I CHELTUIELI DE PERSONAL</b>	<b>10</b>	<b>8.692.776</b>	<b>12.200.000</b>
Cheltuieli salariale în bani	10.01	8.400.167	11.710.000
Salarii de bază	10.01.01	7.444.548	9.150.000
Sporuri pentru condiții de muncă	10.01.05	-	-
Alte sporuri	10.01.06	456.977	1.370.000
Fond pentru posturi ocupate prin cumul	10.01.10	401.776	490.000
Indemnizații de delegare	10.01.13	96.866	120.000
Indemnizația pentru hrană	10.01.17		580.000
Cheltuieli salariale în bani	10.02	-	220.000

Tichete de vacanță	10.02.06	-	220.000
<b>Contribuții</b>	<b>10.03</b>	<b>292.609</b>	<b>270.000</b>
Contribuții de asigurări sociale de stat	10.03.01	81.830	-
Contribuții de asigurări de șomaj	10.03.02	2.558	-
Contribuții de asigurări sociale de sănătate	10.03.03	26.883	-
Contribuții de asigurări pentru accidente de muncă și boli profesionale	10.03.04	2.016	-
Prime de asigurare viață plătite de angajator pentru angajați	10.03.05	-	7.000
Contribuții pentru concedii și indemnizații	10.03.06	4.394	-
Contribuția asiguratorie de muncă	10.03.07	174.928	263.000
<b>TITLUL II. BUNURI ȘI SERVICII</b>	<b>20</b>	<b>8.537.449</b>	<b>12.870.000</b>
<b>Bunuri și servicii</b>	<b>20.01</b>	<b>1.371.816</b>	<b>1.745.000</b>
Furnituri de birou	20.01.01	19.581	60.000
Materiale pentru curățenie	20.01.02	39.865	60.000
Încălzit, iluminat și forță motrică	20.01.03	164.063	185.000
Apă, canal și salubritate	20.01.04	12.937	15.000
Carburanți și lubrifianti	20.01.05	10.100	20.000
Piese de schimb	20.01.06	13.402	20.000
Transport	20.01.07	30.956	32.000
Poștă, telecomunicații, radio, TV, internet	20.01.08	27.683	33.000
Materiale și prestări de servicii cu caracter funcțional	20.01.09	437.426	465.000
Alte bunuri și servicii pentru întreținere și funcționare	20.01.30	615.803	855.000
Reparații curente	20.02	50.430	75.000
Bunuri de natură obiectelor de inventar	20.05	71.358	100.000
Deplasări, detașări, transferări	20.06	101.877	204.000
Cărți, publicații și materiale documentare	20.11	8.831	10.000
Consultanță și expertiză	20.12	-	20.000
Pregătire profesională	20.13	39.357	70.000
Protecția muncii	20.14	88.863	113.000
<b>Alte cheltuieli</b>	<b>20.30</b>	<b>6.804.917</b>	<b>10.533.000</b>
Prime de asigurare non-viata	20.30.03	-	20.000
Chirii	20.30.04	352.305	533.000
Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	20.30.30	6.452.612	9.980.000
<b>Asistență socială</b>	<b>57</b>	<b>-</b>	<b>150.000</b>
Ajutoare sociale în numerar	57.02.01	-	150.000
<b>TITLUL X Proiecte cu finanțare din fonduri externe nerambursabile aferente cadrului financiar 2014-2020</b>	<b>58</b>	<b>-</b>	<b>7.000</b>
Alte facilități și instrumente postaderare	58.16	-	7.000
<b>Alte cheltuieli</b>	<b>59</b>	<b>119.757</b>	<b>150.000</b>
Sume aferente persoanelor cu handicap neîncadrate	59.40	119.757	150.000

<b>TITLUL XIX PLATI EFECTUATE IN ANII PRECEDENTI SI RECUPERATE IN ANUL CURENT</b>	<b>85</b>	<b>-3.674</b>	<b>-</b>
Plati efectuate in anii precedenti si recuperate in anul curent	85.01	-3.674	-
<b>CHELTUIELI DE CAPITAL</b>	<b>70</b>	<b>1.224.920</b>	<b>863.000</b>
<b>TITLUL XII. ACTIVE NEFINANCIARE</b>	<b>71</b>	<b>1.224.920</b>	<b>863.0000</b>
Active fixe	71.01	1.224.920	863.000
Construcții	71.01.01	-	-
Mașini, echipamente și mijloace de transport	71.01.02	1.208.991	804.000
Mobilier, aparatură birotică și alte active corporale	71.01.03	-	17.000
Alte active fixe	71.01.30	15.929	42.000

Din analiza estimării privind bugetul de venituri și cheltuieli pentru anul 2019, se observă următoarele

- Veniturile proprii realizate să fie cel puțin la nivelul anului 2018, aproximativ 4% din total venituri;
- Cheltuielile de personal estimate reprezintă 46,5% din total cheltuieli, în creștere față de execuția anului anterior, având în vedere creșterea salariilor personalului, a reactualizării unor sporuri, a introducerii indemnizației de hrănă precum și creșterea numărului salariaților (cu 2 auditori interni);
- Cheltuielile destinate producției și prezentării spectacolelor sunt estimate la 38% din totalul cheltuielilor aferente anului 2019, comparativ cu execuția anului 2018 când acestea au constituit 34,7% din total buget;
- Cheltuielile de capital sunt evaluate la 3,3% din totalul cheltuielilor, față de anul trecut când au reprezentat 6,6% din totalul execuției. Alocarea de fonduri pentru secțiunea dezvoltare, permite achiziționarea aparaturii pentru scenă, ceea ce ar conduce la îmbunătățirea calității artistice, la scăderea costurilor în ceea ce privește consumul de energie, decongestionarea spațiilor. De asemenea este prevăzută și achiziționarea unui microbuz de transport persoane și o remorcă, care vor asigura transportul în turnee și deplasări, mai ales în situația în care clădirile teatrului vor intra în consolidare și modernizare.

În fundamentarea proiecției bugetare pentru anul 2019 s-au respectat aceleași principii ca până în prezent, și anume :

- Menținerea obținerii veniturilor cel puțin la nivelul anului 2018, atât din activitatea de bază, cât și din alte activități, prin diversificarea acestora, mai ales în situația în care clădirile teatrului vor intra în consolidare și modernizare;
- Gestionarea prudentă a resurselor și urmărirea permanentă a corelării veniturilor obținute cu cheltuielile angajate ale instituției;
- Obținerea de cofinanțări și atragerea de fonduri extrabugetare (din păcate, o lege a sponsorizării defectuoasă ne impiedică să extindem această oportunitate);
- Asigurarea unui management economico-financiar orientat către rezultate care să impună în practică metode și instrumente de lucru evoluate;
- Optimizarea costului pe beneficiar.

## 2. Număr de beneficiari estimăți pentru următoarea perioadă de management (2018)

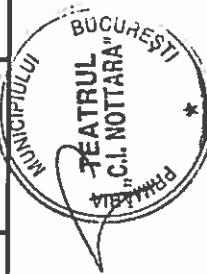
Teatrul estimează ca numărul de beneficiari să crească de la 63.447 (câți au fost în 2017), la 65.000 (din care, plătitorii: 35.000). Estimarea este realizată fără a ține cont de o eventuală intrare în consolidare, reabilitare și modernizare a clădirilor teatrului.



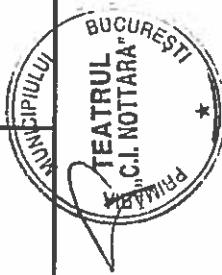
### 3. Analiza programului minimal realizat\*

\* Pentru că **MODELUL RAPORTULUI DE ACTIVITATE** nu prevede cum se poate face o analiză a programului minimal realizat fără a se raporta la ceva, aceasta va fi făcută în raport cu cel propus, în corelație cu subvenția / alocația primită

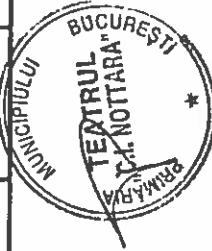
Programul / Proiectul	Scopul	Beneficiari	Perioada de realizare/ desfășurare	Finanțarea (subvenție /alocație și surse atrasă/venitură proprii)	Observații
Denumirea inițială / modificată	Declarat / Atins			Estimat (lei)	Realizat (lei)
1	2	3	4	5	6
<b>Programul 1</b>  Denumirea inițială / modificată	Realizarea unui festival internațional de teatru este un program asumat prin proiectul de management prezentat la concursul de proiecte pentru ocuparea funcției de manager (director) din 2013, considerând că e necesar pentru atragerea altor segmente de public decât cel fidel teatrului. Mai mult, un festival deschide perspectivele teatrului, făcându-l cunoscut în țară și în străinătate, atrăgând noi parteneriate; aduce un capital de imagine, ajutând la rebranduirea instituției. A constituit și o oportunitate de a ieși din inertie. Incepând cu ediția din 2018, <b>Fest(in) pe Boulevard</b> devine partener al Festivalului Internațional Shakespeare, unul dintre cele mai prestigioase din țară.	Publicul spectator din București, din țară și de peste hotare; producători de festivaluri, critici de specialitate, oameni de teatru, jurnaliști	Anul 2018 cu continuitate Ediția a VI-a  Planeta Shakespeare: 27.04 – 06.05.2018  Bursa de spectacole: 09 – 11.10. Fest(in) – secțiuni de tradiție;  MULTIART pentru definiții – Dana Cenușă – Descătușare prin cultură: 21 - 22.11	1.810 mii lei	1.903 mii lei



<b>Programul 2</b> <i>Repertoriul curent</i>	Este principalul program al teatrului, care a fost ajustat în timp, în conformitate cu conceptul de (re)pozitionare și cu modelul de identitate pe care le-am adoptat în urma studiilor sociologice. Ca atare, repertoriul curent conține comedii clasice, moderne și/sau de bulevard, oferite publicului (cu precădere) la Sala <i>Horia Lovinescu</i> și drame, texte de idei, experimentale ori piese montate în premieră, în România, care au obținut premii în țara de origine, – preponderent la Sala <i>George Constantin</i> .	Publicul fidel al teatrului, publicul bucureștean întâmpinător, public din țară și din străinătate	Pe tot parcursul anului 2018 (cu continuitate)	1.010 mii lei	1.074 mii lei	a cuprins 32 de titluri (12 la Sala <i>Horia Lovinescu</i> și 20 la Sala <i>George Constantin</i> ). Încercând să răspundă așteptărilor tuturor categoriilor de public și tuturor gusturilor, fără a face, însă, rabat la calitate. Ca urmare, au crescut numărul spectatorilor și, firește, veniturile proprii.
<b>Programul 3</b> <i>Turneele Teatrului Nottara în țară</i>	Este un program important, urmărit cu consecvență și care nu presupune mari cheltuieli. Dimpotrivă turneele din țară aduc și notorietate, și venituri instituției. Asemenea turnee sporesc vizibilitatea teatrului dincolo de publicul bucureștean. La rândul său, Teatrul <i>Nottara</i> găzduiește producțiile teatrelor care ne invită, strategie prin care se ajunge la o diversificare a ofertei de spectacole europene.	Publicul spectator din țară	Pe tot parcursul anului 2018 (cu continuitate) 14 turnee/ participări la gale și festivaluri	50 mii lei	199 mii lei	Se observă faptul că se formează tot mai puține vedete autentice în domeniul teatrului. Actorii care joacă în televoyage se fac cunoscuți pe termen scurt, dar nu rămân în constanța oamenilor. Turneele sunt un bun prilej de a le aduce notorietate și dincolo de teatrul în care joacă. Mai mult, aceste deplasări făcute cu costuri minime aduc un plus de imagine teatrului, plus care vine dinspre spectatorii din afara capitalei. Diferențele dintre estimare și realizare sunt ca urmare a faptului că nu am putut să, la solicitări de turnee vom avea. Bugetul cheltuit reprezintă, de fapt, onorariile actorilor (conf OUG 48/2016), care provin de la organizatorul turneeelor.



<b>Programul 4</b> <b>Turneul Teatrului Nottara în străinătate</b>	Încercarea de a ne face cunoscuți și în afara țării, și de a răspunde cerințelor unui public aparte, doritor de a vedea artiști români valoroși în spectacole de calitate.	România din diaspora, dar și străini: jurnaliști, artiști, apropiati ai diasporei etc.	3-7 mai: Florența (Italia) în colaborare cu ICR; 16 mai: Vrața (Bulgaria)	150 mii lei	228 mii lei	O parte din finanțări pentru festivalurile în străinătate sunt susținute de partenerii interni și externi (ICR, fundații/ asociații culturale din străinătate, festivaluri) (Florența - Italia, Vrața - Bulgaria)
<b>Programul 5</b> <b>Laborator/ Atelier de artă actorului/ experiment</b>	În 2018, am adus 4 regizorii din generația matură, care sunt și profesori la cele mai prestigioase școli de teatru din Rusia (Academilele de Teatru din Moscova și Sankt-Petersburg). Aceștia au lucrat pe texte rusești scrise în 3 secole, (N.V. Gogol – Cășătorie, A.P. Čehov – Trei surori, A. Vampilov - <i>Fiul cel mare</i> , O. Kolosov - <i>Nefinsuflețita Galina</i> Nr. 2, 2016). Ca și în anii trecuți, ritmul de lucru a fost unul intensiv, actorii, care s-au confruntat cu textele pieselor la prima vedere – una dintre condițiile acestui laborator –, și regizorii invitați au montat spectacolele în numai cinci zile. Laboratorul și-a propus să le ofere și spectatorilor o experiență deosebită, astfel că publicul a avut un rol important, activ, prin votul său alegându-se montarea care va intra în repertoriul teatrului în anul 2019 (este vorba de <i>Fiul cel mare</i> ).	Spectatori fideli ai teatrului, critici de specialitate, oameni de teatru, jurnaliști	2018 (cu continuitate) 10-17 septembrie	140 mii lei	114 mii lei	Caracterul inedit și provocator al acestui proiect, precum și succesul primelor două ediții au făcut ca ediția din acest an să fie una extinsă la o formулă de patru spectacole, reuniind actori ai Teatrului Nottara, colaboratori din trei teatre de stat (Teatrul Clasic Ioan Slavici din Arad, Teatrul Tony Bulandra din Târgoviște și Teatrul de Nord din Satu Mare) și colaboratori din mediul independent. În cadrul Laboratorului de Teatru DENIS, s-a continuat programul destinat secretarilor și PR-ilor literari consultanților artistici din teatre din toată țara, susținut, anul acesta, de către Oleg Loevski (profesor și producător teatral și Maria Malkina, teatilog și doctor în artele spectacolului), consilierul directorului artistic al Teatrului de Artă din Moscova.
				0	19 mii lei	Cășătorie, după N.V. Gogol, regia: Piotr Šereșevski* * în afara programului minimal



<b>Programul 6</b> <i>Regizori mari pe Boulevard</i>	Prin asemenea montări imleineșc și o altă importantă indatorire de manager, aceea de a valorifica la maximum echipa artistică și tehnică a teatrului	Publicul spectator din București, din țară și de peste hotare; critici de specialitate, oameni de teatru, jurnaliști	2018 (cu continuitate) Prima reprezentăție: <b>20 iulie</b>	550 mii lei	<b>292 mii lei</b> (suma nu cuprinde bugetul aferent decorului, nefind platit)	<b>MOLIÈRE IERÉILOM</b> , după Molière și Mihail Bulgakov, regia: Roman Feodori Un regizor rus prestigios, Roman Feodori, a lucrat în consonanță cu nevoie instituției noastre, realizând un spectacol ca urmăre a Laboratorului de Teatru DENS.
<b>Programul 7</b> <i>Bulevardul comediei</i>	Consecvent strategiei de marketing a teatrului, stabilită în conformitate cu concluzile studiului IMAS (2012 și 2015), care arată că majoritatea publicului preferă comedie, programul reflectă atât dorința noastră de a veni în întâmpinarea spectatorilor, cât și pe aceea de a reabilita noțiunea de comedie prin producții de cea mai bună calitate. Asemenea producții se joacă, anide zile, cu mare succes.	Publicul de toate vîrstelor și din toate categoriile sociale, mare amator de comedie	Anul 2018 (cu continuitate) Prima reprezentăție: <b>3 martie</b>	250 mii lei	<b>211 mii lei</b>	<i>Batuș sinucigașilor</i> (Pere Noel est une ordure) de Josiane Balasko, Gérard Jugnot, Thierry Lhermitte, Christian Clavier, Marie-Anne Chazel, Bruno Moynot, regia: Iulian Furtună (Franța) (Proiect început decembrie 2017 și finalizat în 2018)
<b>Programul 8</b> <i>Coproducțile Teatrului Nottara</i>	Presupune realizarea unor spectacole cu costuri mai mici, acestea împărțindu-se între coproducători. Asemenea producții au o viață mai lungă (jucându-se pe scenele instituțiilor coproducătoare), au parte de public diferit și fac să crească notaorietatea teatrelor coproducătoare dincolo de orașul în care se află.  <b>În 2018 au fost realizate 3 coproducții</b>	Publicul spectator din București, din țară și de peste hotare; critici de specialitate, oameni de teatru, jurnaliști	2018 (cu continuitate) Prima reprezentăție: <b>14 aprilie</b>	200 mii lei	<b>133 mii lei</b>	<i>Praf de stele</i> de Norm Foster, regia: Lucian Sabados, scenografia: Vladimir Tururica
				300 mii lei	<b>239 mii lei</b>	<i>Dispută de Marivaux</i> , regia: Vlad Massaci, scenografia: Iuliana Valsan (coproducție cu Teatrul Clasic Ioan Slavici din Arad)
				0	<b>0</b>	<i>Sunt surfit în surfului nemului meu</i> , regia: Alina Hîrstea (coproducție cu Teatrul Național Marin Sorescu din Craiova (în cadrul proiectul 100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri) "în afara programului minim"
				0	<b>74 mii lei</b>	<i>Mitică Popescu</i> de Camil Popescu, regia: Dan Tudor (coproducție cu S.C. Lecția de Artă S.R.L.)* "în afara programului minim"



<b>Programul 9</b> <b>Dramaturgi străini contemporani</b>	Prin acest program ne proponem să deschidem ușa larg dramaturgiei contemporane și să jucăm texte valoroase ale ultimului moment, scrise de dramaturgi mai puțin cunoscuți în România.	Public Tânăr, modern, amator de nouă în domeniul teatrului	Anul 2018 (cu continuitate)	200 mii lei	228 mii lei	<i>In cădere liberă*</i> de Oleg Anatolevici Bogaev (unul dintr-cei mai prestigioși studenți ai marelui regizor și pedagog Nikolai Koliada), regia: Alexandru Maftei *În 2018, acest proiect a constituit și un sprijin pentru actori din mediu/independent
<b>Programul 10</b> <b>Spectacolul începe cu o lectură</b>	Programul își propune ca, dincolo de abordarea modernă și diversificarea opțiunilor repertoriale, să testeze atraktivitatea unor piese noi ale dramaturgiei contemporane pentru publicul Noițara-ului. Scopul principal, acela de a înnoi numele autorilor dramatici pe scenă teatrului nostru și pe scenele celorlalte teatre, se bazează pe faptul că publicul vine (conform studiului IMAS, comandat de noi) datorită actorilor, dar și datorită autorului, titlului piesei (după poveste).	Public de toate vîrstelor, regizori, profesori, studenți ai facultăților de teatru, critici etc.	Anul 2018 (cu continuitate)	0	0	Au avut loc în cadrul celei de-a VI-a ediții a Festivalului Internațional de Teatru – Fest(in) pe Boulevard (costurile se regăsesc în bugetul festivalului)
<b>Programul 11</b> <b>Grupul de Dialog Teatral – GDT</b>	Este o modalitate de a-i aduce împreună pe creatori, pe beneficiarii direcții ai creațiilor lor, spectatori, și pe comentatorii de specialitate.	Mass-media, critici de specialitate, oameni de teatru, public, studenți	Anul 2018 (cu continuitate)	11 - 21 octombrie	0	In 2018, asemenea întâlniri au avut loc în cadrul festivalului. Costurile se regăsesc în bugetul alocat acestuia.
<b>Programul 12</b> <b>Cafeaua lui Repi</b>	Este un program mai nou, propus de actorul Alexandru Repan, care are în vedere promovarea literaturii și dramaturgiei române. Se citesc versuri, texte românești și contemporane, se cântă la pian sau la alte instrumente, încercând să atragem inteligențial, pensionari.	Public matur, fidel teatrului	Anul 2018 ( cu continuitate)	40 mii lei	17 mii lei	<i>Mihai ISPIRESCU, 50 de ani de la debutul în Teatrul Notara</i> <i>In memoriam</i> (a avut loc în cadrul festivalului. Costurile se regăsesc în bugetul alocat acestuia) conceptul și regia: Alexandru Repan

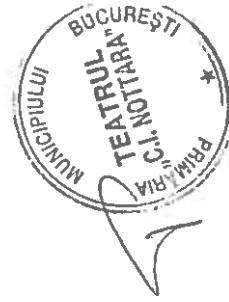


<b>Programul 13</b> <i>Vedeta de lângă tine</i>	Prin intermediul acestui program îi sărbătorim pe artiștii ajunși la o vîrstă respectabilă (50, 60, 65, 70... de ani), și pe cei care au un număr rotund de ani în teatru (30, 35, 40...).	Public fidel acestor actori, invitații acestora, jurnaliști, oameni de teatru, public obișnuit, public întâmpător	Anul 2017 (cu continuitate)	0	0	0	Au avut loc în cadrul festivalului. Emil Boroghină (50 de ani de teatru), George Banu (75 de ani), Doina Papp (70 de ani), Mihai Lungceanu (65 de ani), Bocsardi László (60 de ani), Cristian Șofron (60 de ani).
<b>Programul 14</b> <i>Clasic pe Boulevard</i>	Este un program prin care încercăm să readucem în atenția publicului texte ale unor mari dramaturgi clasici, care însă vor fi montate cu mijloacele secolului al XXI-lea	Publicul tânăr, nonconformist din București, din țară și de peste hotare; producători de festivaluri, critici de specialitate, oameni de teatru, jurnaliști	Prima reprezentare: 9 septembrie	300 mii lei	467 mii lei	Cum vă place de Shakespeare, regia: Alexandru Măzgăreanu, E o propunere avantajoasă pentru teatru, din mai multe motive: autor excepcional, piesă clasică montată în stil modern, regizor Tânăr, în evidență ascensiunea a carierei, colaborator apropiat al teatrului, care cunoaște foarte bine trupa: Alexandru Măzgăreanu.	*Diferența dintre estimat și realizat este ca urmare a solicitărilor venite ulterior estimării bugetului, din parteascenografului pentru automatizarea cubului, concept video etc.
<i>Figaro, în afara programului minimal</i>			Pentru toate categoriile de public.			Figaro de Beaumarchais, regia: Mirai Lungeanu* (proiect început în decembrie 2018, cu finalizare în 2019)	
<b>Programul 15</b> <i>Teatrul și societatea*</i>	Este un program inițiat în 2018 din nevoie de a fi căt mai aproape de spectatori și de așteptările lor. Așa cum una din secțiunile principale ale festivalului nostru este dedicată temelor de actualitate și, în cadrul acestui program, vom avea proiecție dedicate unor tare ale societății...		Anul 2018 (cu continuitate) Prima reprezentare: 23 decembrie	0	313 mii lei	Tribunul de Nina Raine, regia: Vlad Cristache	este dedicat persoanelor hipocacuzice; reprezentările vor fi urmate de discuții cu publicul. Vom invita, la unele reprezentări, persoane cu asemenea dizabilități



<b>Programul 16</b>	<b>Marea Unire de la 1 Decembrie 1918 este cel mai important eveniment din istoria României și trebuie să rămână o lecție de istorie și de redobândire a demnitatei naționale, o lecție care trebuie promovată prin toate formele de comunicare artistică.</b> <b>Obiectivul principal al acestui demers este dezvoltarea unui dialog intercultural durabil între București, Chișinău și alte orașe importante din Republica Moldova. În principal, a fost realizat un program comun între Teatrul Național din București, Centrul de Cultură și Artă „Ginta Latină” din Chișinău, Teatrul Național Satiricus din Chișinău, Teatrul Național Vasile Alecsandri din Bălți, Teatrul Muzical-Dramatic Bogdan Petriceicu Hasdeu din Cahul.</b>	Public de toate vîrstelor și din toate categoriile sociale, dar mai ales pentru generația maturoșă, capabilă a înțelegere și simțemotiva momentului evocat.	Perioada de desfășurare: <b>Pe tot parcursul anului 2018, cu continuitate în 2019</b>	În 2018, 100 de ani împreună – <i>Centenarul Marii Uniri</i> * a presupus itinerarea spectacolelor (realizate special) în țară și în străinătate, jucându-se pentru românii din diaspora (Franța, Belgia, Ucraina), pentru publicul din Chișinău, Cahul, Bălți din Republica Moldova. Aceste turnee au beneficiat, pe lângă finanțarea de la PMB și a CG, și de sprijin financiar din partea ICR și a Ministerului Culturii și a Identității Naționale. Programul a avut mare succes, atât în București, cât și în orașele în care am jucat.	În 2018, 100 de ani împreună – <i>Centenarul Marii Uniri</i> * a presupus itinerarea spectacolelor (realizate special) în țară și în străinătate, jucându-se pentru românii din diaspora (Franța, Belgia, Ucraina), pentru publicul din Chișinău, Cahul, Bălți din Republica Moldova. Aceste turnee au beneficiat, pe lângă finanțarea de la PMB și a CG, și de sprijin financiar din partea ICR și a Ministerului Culturii și a Identității Naționale. Programul a avut mare succes, atât în București, cât și în orașele în care am jucat.
---------------------	---	---	--	--	--

\* *In afara programului minimal*



<b>Programul 17</b>	<p>Spectacolele sunt extrem de fragile în ansamblu lor, aşa că, uneori, trebuie să intre în „reparații capitale”. Se ajustează decorurile uzate, costumele învechite și care încep să se destrame, se remediază sau se înlocuiesc (după caz) pantofii scălciați. Se repetă pentru reîmpresătare, astfel încât să-și recapete strălucirea pentru plăcerea publicului...</p> <p>În general se refac spectacolele de mare succes pentru a putea fi păstrate anii buni în repertoriu. Uneori, este necesară refacerea sau achiziționarea unor obiecte care s-au deteriorat în timpul unei reprezentări (spargerea uleiăbilii din sticlă, a unor obiecte fragile, deteriorarea unor elemente de decor sau de mobilă).</p>	Pentru toate categoriile de public	Anul 2018 (cu continuitate)	0	<b>56 mili lei</b>	<i>Funcționarul destinului</i> <i>8 femei!</i> <i>Sommambulism</i> <i>Provocari Innocente</i> <i>Vacanta în guadelupa</i> <i>Despot voda</i> <i>Tango, monsieur</i> <i>Mult zgromot pentru namic</i> <i>Total e relativ</i> <i>Vestul singuratic</i> <i>Despre oameni, cu dragoste -</i> <i>Vacanta in Guadelupa</i> <i>Moliere/EleinOM</i>
<b>Programul 18</b>	<p>Am inițiat un astfel de program pentru că am văzut, în timp, cum actori talentati, cu vădite reușite, tanjesc să se joace (și) de-a... regia. Unii reușesc chiar performanța de a ține corect balanța între actorie și regie, facându-le cu succese pe amândouă. Alții se refugiază în pedagogie, unde au prilejul de a monta mici spectacole cu studenții și/sau cu masteranzii. Programul este gândit în special pentru actorii angajați ai teatrului nostru.</p>	Pentru toate categoriile de public	Anul 2018 (cu continuitate) Prima reprezentare: <b>25 august</b>	0	<b>33 mili lei</b>	<i>Thalassanda de Dimitris Kechaidis și Eleni Chaviara, regia: Alexandru Jitea</i>
			Prima reprezentare: <b>23 decembrie</b>	0	<b>82 mili lei</b>	<i>Repetitia vieții mele de Claudiu Sfîrschi-Lăudat, regia: Alexandru Jitea</i> <i>(spectacole dedicate unor actrițe prestigioase și care au mai puține roluri în momentul de față)</i>



<b>Programul 19</b>	<b>Evenimente stradale; (Producții comandate pentru festival)*</b> * în afara programului mininal	Este un priej de a ieși în întâmpinarea publicului, de a ne amesteca printre trecători, de a ne invita publicul la teatru, de a împărți trecătorilor fluturași cu programul festivalului, ocazie cu care îl invităm să vadă teatru, le oferim un spectacol ușor, amuzant, care se încheie cu un pahar cu vin ciocnit împreună cu artiștii teatrului și cu invitații în ritmul muzicii.	Publicul trecător, invitați, oameni de teatru, mass-media	Anul 2018 (cu continuitate)	0	147 mii lei	<b>Trecători/ spectator</b> Angajații ai teatrului (plasatoare, cabiniere, mașiniști, funcționari, secretari literari etc.), îmbrăcați în costume de epocă au realizat momente pentru trecătorii bucureșteni, prijei cu care au făcut cunoscuțe ediția a VI-a a Fest(in)-ului, au împărțit fluturași cu programul festivalului, au făcut fotografii împreună cu potențialii spectatori.
<b>Programul 20</b>	<b>Bursa de spectacole</b>	Este un program nou, inițiat pentru a face cunoscute peste hotare, prin intermediul unor selecționeri și/sau producători de festivaluri, producții noastre cele mai prestigioase		9 – 12 octombrie	0	40 mii lei	S-a constituit într-o nouă secțiune a festivalului. În cadrul Bursei, spectacolele Alcool, Burlaci și Burlăcito, Moliere/ereroM, Somnambulism, Căsătoria au fost văzute de 24 de invitați din străinătate. Ca urmare, avem, până acum, 5 invitații în străinătate pentru 2019.
		* în afara programului mininal				5 000 mii lei	6 247 mii lei

**\*Unele programe și proiecte au fost realizate fie din venituri proprii, fie din economiile de la celelalte programe, fie în urma rectificărilor pozitive și nu fac parte din Programul minimal. Drecht urmare, bugetul estimat nu cuprind veniturile proprii și rectificarea pozitivă.**

Suma aprobată capitolului 20.30.30 la ultima rectificare, a fost de 6.538 mii lei. Execuția bugetară a fost de 6.453 mii lei. Diferența dintre execuția bugetară (6.453 mii lei) și suma cheltuită pentru programele și proiectele culturale, respectiv 6.247 mii lei, presupune achiziționare tichete și bilete spectacol, întreținere sitelor, creație și tipărire chestionare pentru Jurii/spectatorului, comisioane bancare vânzare online și POS, impozit spectacole, curățare chimică costume de spectacol, mici achiziții de materiale consumabile pentru buna funcționare a cabinelor actorilor, prestări servicii etc.



**Monitorizare presă (total link-uri)**

<b>100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri</b>	<b>166 de link-uri</b>
Sus, tot mai sus...pe scenă, ediția a II-a	18 link-uri
Spectacolul Provocări inocente – eveniment dedicat seniorilor	6 link-uri
Hamlet în sos picant de Aldo Nicolaj	16 link-uri
A.A.A - spectacol găzduit	15 link-uri
Spectacolul Opt femei în campania UNITER – Artiștii pentru artiști	5 link-uri
Expoziția de fotografie Superlativ feminin	6 link-uri
Lansare revistă VedeTeatrul și FEST(in) pe Bulevard 2018	12 link-uri
Mihai Ispirescu aniversat la Cafeneaua lui Repi	7 link-uri
Proiectul "Promovarea prin spectacol" în parteneriat cu Centrul Județean de Cultură și Creăție Călărași	16 link-uri
Mitică Popescu de Camil Petrescu	15 link-uri
Asta-i ciudat de Eugen Rotaru	20 link-uri
Balul sinucigașilor - creație colectivă	17 link-uri
Premieră Fii de partea mea (spectacol găzduit) și lansare de carte	6 link-uri
Consolidarea, reabilitarea și modernizarea Teatrului Nottara	18 link-uri
Vedeta de lângă tine (Despre viață, teatru și ecran cu Alexandru Repan la MNLR)	7 link-uri
<b>Laboratorul de Teatru DENS, ediția a III-a</b>	<b>29 link-uri</b>
<b>Praf de stele de Norm Foster</b>	<b>27 link-uri</b>
Thailanda de Dimitris Kechaidis și Eleni Chaviara	18 link-uri
În cădere liberă de Oleg Bogaev	8 link-uri
MOLIERE/EREILOM, după Molière și Mihail Bulgakov	17 link-uri
<b>Disputa de Pierre de Marivaux</b>	<b>72 link-uri</b>
<b>Festivalul Internațional de Teatru FEST(in) pe Bulevard, ediția a VI-a, secțiuni de tradiție</b>	<b>282 link-uri</b>
<b>FEST(in) pe Bulevard, ediția a VI-a - Secțiunea Planeta Shakespeare</b>	<b>64 link-uri</b>
<b>Festivalul MultiArt pentru deținuți Dana Cenușă - Descătușare prin cultură, ediția a X-a</b>	<b>36 link-uri</b>
Interviuri 2018	19 link-uri
Arta la intrare. Identitar	13 link-uri
Teatrul Nottara, partener în proiectul „5 licee, 5 teatre”	17 link-uri
<b>Turnee 2018</b>	<b>124 link-uri</b>
<b>Total FEST(in) pe Bulevard, Planeta Shakespeare și Festivalul MultiArt</b>	<b>382 linkuri</b>
<b>Total link-uri 2018</b>	<b>1076 linkuri</b>



## CENTRALIZARE SPECTATORI ANUL 2018- NOTTARA

NR.CRT	LOCATII	PLATITORI	INVITATII	PROTOCOL/STRADALE	SPECTATORI
1	TURNEE IN TARA	6980	0	0	6980
2	TURNEE EXTERNE	1300	3280	0	4580
3	FESTIN 2018	2508	4891	3334	10733
4	SALA HL	14090	12084	1216	27390
5	SALA GC	7422	3066	800	11288
6	TEATRUL DRAMATURGILOR	65	0	0	65
7	LICEUL GHEORGHE LAZAR	101	9	0	110
8	INSTITUTUL BALASSI	13	7	0	20
9	CAFÉ NOTT	10	9	0	19
10	PALATUL COPIILOR( CIADO)	0	0	1600	1600
	TEATRUL ODEON SALA				
11	MAJESTIC - FNT	0	0	592	592
12	TVR	100	0	0	100
14	<b>TOTAL</b>	<b>32589</b>	<b>23346</b>	<b>7542</b>	<b>63477</b>

**TOTAL REPREZENTAȚII 2018 - 390**

**INDICE DE OCUPARE A SĂLII LA SEDIU, HORIA LOVINESCU - 77%**

**INDICE DE OCUPARE A SĂLII LA SEDIU, GEORGE CONSTANTIN - 84%**

**INDICE DE OCUPARE A SĂLII LA SEDIU, CAFÉ NOTT - 76%**

**TOTAL INDICE SEDIU - 79%**



**GRAD DE ACOPERIRE  
FEST(IN) PE BULEVARD 2018**

ANEXA 2

SPECTACOLE	REPREZENTATII	BILETE AGENTIE	BILETE BILETE ONLINE	VALOARE LEI	INVITATI	SPECTATORI	CAPACITATE SALA	CAPACITATE MAXIMA	GRAD DE ACOPERIRE %	
									TOTAL	
<b>SALA "HORIA LOVINESCU"</b>										
MOLIERE   ERÉILOM	1	61	29	32	2380,04	206	267	304	304	88%
TATĂL	1	53	37	16	1397,52	178	231	304	304	76%
DISPUTA	1	63	37	26	1761,48	185	248	304	304	82%
86	1	12	4	8	251,64	174	186	304	304	61%
<b>ULUITOARELE NUMERE DE SINGURATATE ALE LUI EDWARD GANT</b>										
BALUL SINUCIGAŞILOR	1	71	56	15	2033,64	183	254	304	304	84%
ZBOR	1	8	7	1	128,52	176	184	304	304	61%
VESELUL HUMULEŞTEAN	1	98	71	27	2282,04	194	292	304	304	96%
ASTA-ICIUDATI	1	152	123	29	4918,32	151	303	304	304	100%
SPECTACOL DE GALĂ	1	3	3	0	97,20	197	200	304	304	66%
MULT ZGOMOT PENTRU NIMIC	1	140	94	46	3214,08	104	244	304	304	80%
ROMEO ȘI JULIETA	1	235	153	82	5519,88	68	303	304	304	100%
OTHELLO REMIX	1	226	173	53	4600,80	78	304	304	304	100%
ALCOOL	1	181	124	57	4029,48	123	304	304	304	100%
<b>FESTIVALUL PENITENCIARELOR - SPECTACOL PROTOCOL ( fără bilete vândute)</b>										
TOTAL SALA "HORIA LOVINESCU"	20	1342	930	412	33661,44	2195	1824	304	1824	100%
<b>SALA "GEORGHE CONSTANTIN"</b>										
MARUSIA	1	34	18	16	948,24	66	100	100	100	100%
ÎN CĂDERE LIBERĂ	1	26	10	16	797,04	62	88	100	100	88%
PREF DE STELE	1	31	16	15	1155,60	63	94	100	100	94%
DESPRE OLȚENI, CU DRAGOSTE	1	46	28	18	1662,12	54	100	100	100	100%
THAILANDA	1	23	13	10	972,00	69	92	100	100	92%
CE ZILE FRUMOASE	1	35	23	12	740,88	51	86	100	100	86%
LIFT-BOYS WILL BE BOYS	1	4	1	3	99,36	60	64	100	100	64%
HAMLET ÎN SOS PICANT	1	7	1	6	302,40	93	100	100	100	100%
A DOUASPREZECEA NOAPTE	1	69	43	26	1593,00	26	95	100	100	95%
MACBETH	1	76	53	23	1662,12	24	100	100	100	100%
HENRIC V	1	58	36	22	1584,36	38	96	100	100	95%
IARNA	1	41	12	29	1402,92	29	72	72	72	72%

BURLACI ȘI BURLĂCITE	1	26	18	8	866,16	27	53	100	100	53%
SOMNAMBULISM	1	18	11	7	615,60	37	55	92	92	60%
CĂSĂTORIA	1					100	100	100	100	100%
TOTAL SALA "GEORGE CONSTANTIN"	15	494	283	211	14401,80	799	1293	1364	1364	95%
TOTAL SEDIU	35	1836	1213	623	48063,24	2994	6654	5924	7444	89%

#### TEATRUL ODEON SALA MAJESTIC

ELEFANTUL DIN CÂMĂRĂ	1	136	81	55	3757,32	156	292	296	296	99%
TREI SURORI	1	81	32	49	2558,52	165	246	296	296	83%
TARTUFFE	1	139	99	40	4013,28	153	292	296	296	98%
COMEDIA ERORILOR	1	66	36	30	2116,80	153	219	296	296	74%
TOTAL TEATRUL ODEON SALA MAJESTIC	4	422	248	174	12445,92	627	1049	1184	1184	89%

#### TEATRUL ODEON SALA STUDIO

GARDENIA	1	21	10	11	660,96	60	81	84	84	96%
VISĂTORUL	1	20	6	14	691,20	67	87	88	88	99%
ILEGITIM, ora 12.30	1	11	6	5	378,00	50	61	88	88	69%
ILEGITIM, ora 20.00	1	25	1	24	880,20	45	70	88	88	80%
REGINA FRUMUSEȚII DIN LEENANE	1	15	1	14	523,80	54	69	88	88	78%
ROOM OF REVOLUTION	1	25	8	17	885,60	57	82	114	114	72%
TOTAL TEATRUL ODEON SALA STUDIO	6	117	32	85	4019,76	333	450	550	550	82%
TOTAL TEATRUL ODEON	10	539	280	259	16465,68	960	1499	1734	1734	86%

#### TEATRUL EXCELSIOR SALA LUCIAN

PRIV	1	20	12	8	665,28	81	101	220	220	46%
TOTAL TEATRUL EXCELSIOR SALA LUCIAN	1	20	12	8	665,28	81	101	220	220	46%

#### TEATRUL ANDARICA SALA LAHOVARI

BLACKOUT	1	9	3	6	141,48	116	125	326	326	38%
DRAGĂ DOAMNĂ PROFESOARĂ	1	13	7	6	347,76	106	119	326	326	37%
CARMEN	1	16	10	6	403,92	114	130	326	326	40%
VISĂND GLASURI	1	18	18	0	396,36	112	130	326	326	40%
SCUFITĂ ROSIE	1	32	21	11	936,36	140	172	326	326	53%
EXIT	1	7	5	2	232,20	134	141	326	326	43%
QUIT SUIS JE?	1	18	17	1	393,12	134	152	326	326	47%

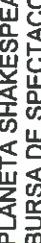
<b>TOTAL TEATRUL TANDĂRICĂ SALA LAHOVARI</b>	7	113	81	32	<b>2851,20</b>	<b>856</b>	<b>969</b>	<b>2282</b>	<b>2282</b>	<b>42%</b>
--	---	-----	----	----	----------------	------------	------------	-------------	-------------	------------

<b>EVENIMENTE CONEXE FEST(I)N</b> (colocvi, eveniment stradal, spectacole lectură)- SPECTACOL PROTOCOL (fără bilete vândute)	12									
---	----	--	--	--	--	--	--	--	--	--

<b>IN MEMORIAM (GILDA MARINESCU, VALI PREDA, SICĂ RUȘESCU)-SPECTACOL PROTOCOL ( fără bilete vândute)</b>	1									
<b>VEDETA DE LÂNGĂ TINE (CRISTIAN ȘOFRON, ALEXANDRU REPAN, DOINA PAPP), SPECTACOL PROTOCOL(fără bilete vândute)</b>	3									
<b>TOTAL CAFÉ NOTT</b>	4									
<b>VEDETA DE LÂNGĂ TINE - CĂRTUREȘTI (GEORGE BANU, MIHAI LUNGEANU), SPECTACOL PROTOCOL (fără bilete vândute)</b>	2									
<b>VEDETA DE LÂNGĂ TINE - MUZEUL LITERATURII (EMIL BOROGRINĂ), SPECTACOL PROTOCOL ( fără bilete vândute)</b>	1									
<b>LANSARE DE CARTE- SPECTACOL PROTOCOL ( fără bilete vândute)</b>	6									
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>78</b>	<b>2508</b>	<b>1586</b>	<b>922</b>	<b>68045,40</b>	<b>4891</b>	<b>10733</b>			

**LEGENDĂ**


**FESTIVUL PENITENCIARELOR**  

**FEST(I)N PE BOULEVARD+ EVENIMENTE CONEXE FEST(I)N**  

**PLANETA SHAKESPEARE**  

**BURSA DE SPECTACOLE**



## ANEXA 2

**GRAD DE ACOPERIRE**  
**SALA "HORIA LOVINESCU" ȘI SALA "GEORGE CONSTANTIN" - Ianuarie - Decembrie 2018**

SPECTACOLE	TOTAL					CAPACITATE SALA	GRAD DE ACOPERIRE %
	REPREZENTATII	BILETE	BILETE AGENȚIE	BILETE ONLINE	INVITAȚII	SPECTATORI	
<b>SALA "HORIA LOVINESCU"</b>							
39 DE TREPTE	3	321	170	151	286	607	304
ALCOOL	2	281	149	132	217	498	304
EFFECTE COLATERALE	7	1276	643	633	391	1667	304
BALUL SINUCIGAŞILOR	8	287	179	108	1329	1616	304
MULT ZGOMOT PENTRU NIMIC	3	664	292	372	208	872	304
PROVOCAȚII INOCENTE	3	117	61	56	450	567	304
PROVOCAȚII INOCENTE	1	304			104	304	100%
TANGO, MONSIEUR?	10	1356	665	691	896	2252	304
VACANȚĂ ÎN GUADELUPA	5	947	642	305	321	1268	304
FAZANUL	3	354	184	170	383	737	304
UN PIN PREA INTIM	2	477	183	294	78	555	304
VIZITATORUL	1	20	14	6	114	134	304
DESPRE OLȚENI, CU DRAGOSTE	2	409	219	190	154	563	304
OPT FEMEI	4	483	228	255	368	841	304
MÂRIMEA CONTEAZĂ	1	123	100	23	80	203	304
TOTUL E RELATIV	10	1741	929	812	725	2466	304
ASTĂI-ICIUDATI!	9	751	441	310	1215	1966	304
AAA	2	132	38	94	4	136	304
D'ALE CARNAVALLULUI	6	1026	451	575	564	1590	304
DISPUTA	6	230	135	95	901	1131	304
MOLIERE   ERÉILOM	5	389	279	110	487	876	304
CUM VA PLACE	4	274	185	79	652	926	304
MITICA POPESCU	4	574	379	195	596	1170	304
FII DE PARTEA MEA	1	98	32	66	206	304	304
TRIBURI	1	56	50	6	197	253	304
HAMILLET - CURSA DE ȘOARECI	1	39	23	16	240	279	304
SE CAUTĂ UN MINCINOS	1	35	13	22	229	264	300
MADE ÎN MOLDOVA	1	9	7	2	181	190	304
RETRO	1	29	14	15	188	217	304
ULTIMUL TRAMVAI	1	56	36	20	184	240	304
CE ÎNSEAMNĂ SĂ FI ONEST?	1	50	0	0	250	300	304



SCHITĂ DE SPECTACOL (TREI SURORI, NEÎNSUFLĂTITĂ GALINA NR. 2), SPECTACOL, PROTOCOL (fără bilete vândute)	2	0	0	0	608	304	100%
PARTENERIAT CU ASOCIAȚIA SENIORILOR, PROTOCOL (fără bilete vândute)	2	0	0	0	608	304	100%
SPECTACOLE GÂZDUTE	4	1182			1182	304	97%
<b>TOTAL SALA "HORIA LOVINESCU"</b>	<b>117</b>	<b>14090</b>	<b>6801</b>	<b>5803</b>	<b>12084</b>	<b>27390</b>	<b>10332</b>

#### SALA "GEORGE CONSTANTIN"

PRAF DE STELE	11	647	331	316	278	925	100	84%
FUNCTIONARUL DESTINULUI	8	219	90	129	263	482	92	65%
IN CĂDERE LIBERĂ	7	313	144	169	281	594	100	85%
METODA	6	401	193	208	93	494	100	82%
SOMNAMBULISM	7	202	129	73	297	499	92	77%
ULTIMUL DON JUAN	8	693	324	369	59	752	100	94%
VESTUL SINGURATIC	7	679	235	444	11	690	100	99%
APRILIE, DIMINEAȚA	3	63	42	21	162	225	100	75%
<b>SUNT SUFLET DIN SUFLETUL NEAMULUI MEU</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>74</b>	<b>84</b>	<b>100</b>	<b>84%</b>
<b>SUNT SUFLET DIN SUFLETUL NEAMULUI MEU, SPECTACOL PROTOCOL ( fără bilete vândute)</b>	<b>1</b>					100	100	100%
IARNA	3	196	78	118	7	203	72	94%
THAILANDA	8	272	168	104	325	597	100	75%
THAILANDA	1	100	100	0	0	100	100	100%
IUBIREA LA OAMENI	5	201	82	119	179	380	100	76%
TREI NOȚI CU MADOX	7	219	115	104	229	448	100	64%
VIZITATORUL	8	494	283	211	63	557	92	76%
BURLACI ȘI BURLĂCITE	10	482	307	175	90	572	100	57%
MÂRIMEA CONTEAZĂ	6	509	195	314	58	567	100	95%
MÂRIMEA CONTEAZĂ	1	100	100	0	0	100	100	100%
DESPRE OLȚENI, CU DRAGOSTE	8	672	311	361	100	772	100	97%
VLAICU VODĂ, DESPOT VODĂ	2	39	20	19	101	140	100	70%
TREPTELE UNIRII	2	29	27	2	127	156	100	78%
HAMLET ÎN SOS PICANT	11	673	334	339	267	940	100	85%
REPETIȚIA VIETII MELE	1	20	20	0	0	20	100	100%
RÂSUL, PLÂNSUL, IUBIREAI	1	89	75	14	2	91	100	100%
SCHITĂ DE SPECTACOL (CASATORIA, FIUL CEL MARE), SPECTACOL PROTOCOL ( fără bilete vândute)	2	0	0	0		200		

TEATRUL  
C.J. NOTARĂ  
CURE  
P.R.A.

EU CÂND VREAU SĂ FLUIER, FLUIER, SPECTACOL	1	0	0	0	100	100	100%
PROTOCOL(fără bilete vândute)	1	0	0	0	100	100	100%
VARIATIUNI ENIGMATICHE, SPECTACOL	1	0	0	0	100	100	100%
PROTOCOL(fără bilete vândute)	1	0	0	0	200	100	100%
CE ÎNSEAMNĂ SĂ FII ONEST, SPECTACOL	2	0	0	0	100	100	100%
PROTOCOL(fără bilete vândute)	2	0	0	0	100	100	100%
DECIDEM SINGURI, NU EXISTĂ ZIDURI - SPECTACOL	1	0	0	0	100	100	100%
PROTOCOL(fără bilete vândute)	1	0	0	0	100	100	100%
SPECTACOLE GÂZDUTE	1	100	100	100	100	100	100%
<b>TOTAL SALA "GEORGE CONSTANTIN"</b>	<b>141</b>	<b>7422</b>	<b>3713</b>	<b>3609</b>	<b>3066</b>	<b>11288</b>	<b>3048</b>
<b>82%</b>							

CAFE NOTT

SUNT SUFLET DIN SUFLETUL NEAMULUI MEU	1	2	2	0	9	11	35
CAFENEAUĂ ARTISTICĂ	1	8	6	2	0	8	35
<b>TOTAL CAFE NOTT</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>70</b>
<b>TOTAL SEDIU</b>	<b>260</b>	<b>21522</b>	<b>10522</b>	<b>9414</b>	<b>15159</b>	<b>38697</b>	<b>13450</b>
							<b>78%</b>

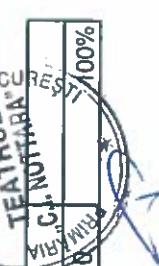
TEATRUL DRAMATURGILOR ROMÂNI							
DESPRE OLȚENI, CU DRAGOSTE - TEATRUL DRAMATURGILOR BUCUREȘTI	1	65	0	0	0	65	65
<b>TOTAL TEATRUL DRAMATURGILOR ROMÂNI</b>	<b>1</b>	<b>65</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>65</b>	<b>65</b>
							<b>100%</b>

Colegiul Național „Gheorghe Lazăr”							
FUNCTIONARUL DESTINULUI	1	101	101	0	9	110	110
<b>TOTAL Colegiul Național „Gheorghe Lazăr”</b>	<b>1</b>	<b>101</b>	<b>101</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>110</b>	<b>110</b>
							<b>100%</b>

INSTITUTUL BALASSI							
CĂLĂTORIA	1	13	9	4	7	20	48
<b>TOTAL INSTITUTUL BALASSI</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>48</b>
							<b>42%</b>

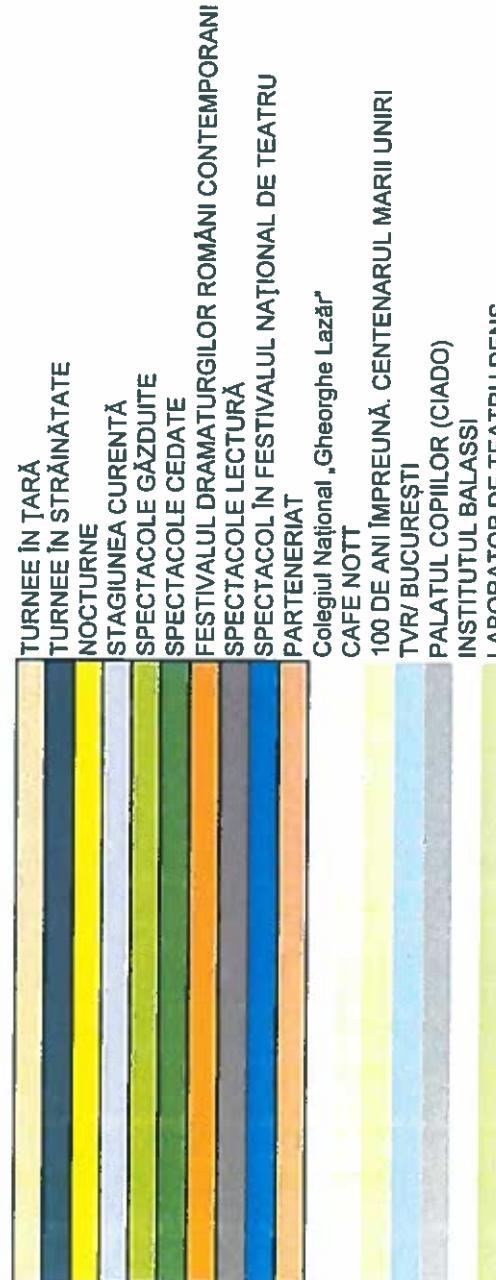
TEATRUL ODEON SALA MAJESTIC							
DISPUTA, PROTOCOL (fără bilete vândute) FNT	2	0	0	0	0	592	296
<b>TOTAL TEATRUL ODEON SALA MAJESTIC</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>592</b>	<b>296</b>
							<b>100%</b>

TELEVIZIUNEA ROMÂNĂ BUCUREŞTI							
CE ÎNSEAMNĂ SĂ FII ONEST	1	100	0	0	0	0	100
							<b>100%</b>



TOTAL TELEVIZIUNEA ROMÂNĂ/ BUCUREŞTI	1	100	0	0	100	100	100%
VACANȚĂ ÎN GUadelupa- PALATUL COPILOR, SPECTACOL PROTOCOL(fără bilete vândute )	1				800	800	100%
VIZITATORUL - PALATUL COPILOR, SPECTACOL PROTOCOL(fără bilete vândute )	1				800	800	100%
TOTAL PALATUL COPILOR	2				1600	1600	100%
TURNEE IN TARA	26	6980			6980		100%
TOTAL DEPLASARI	44	8280			11560		
TOTAL	312	30081			18455	52744	

#### LEGENDĂ



**Sala Horia Lovinescu**



## Teatrul Nottara în imagini (2018)

**Sala George Constantin:**



**Premiere (2018)**



*Balul sinucigașilor*, creație colectivă (trupa Splendid: Josiane Balasko, Marie-Anne Chazel, Christian Clavier, Gérard Jugnot, Thierry Lhermitte și Bruno Moynot), regia: Iulian Furtuna



*Triburi* de Nina Raine, regia: Vlad Cristache

TEATRUL  
"I. NOTARĂ"  
MUNICIPIULUI  
BUCUREȘTI



*Disputa* de Pierre de Marivaux, regia Vlad Massaci  
(coproducție cu Teatrul Clasic Ioan Slavici din Arad)



*Cum vă place* de William Shakespeare, regia: Alexandru Mâzgăreanu



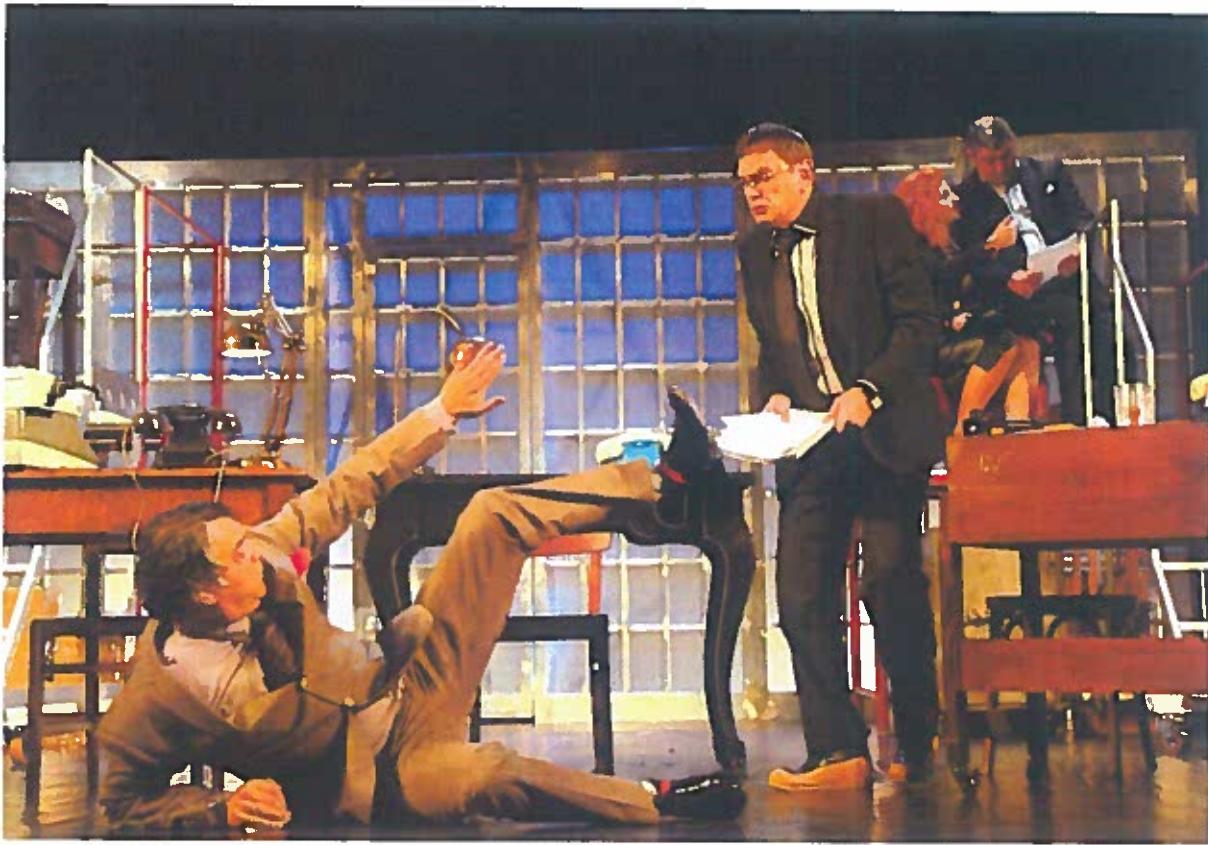


MOLIERE I EREILOM, după Molière și Mihail Bulgakov, regia: Roman Feodori (spectacol realizat în urma Laboratorului de Teatru DENS din 2017)



Asta-i ciudat! (Păguboșii) de Eugen Rotaru, muzica: Laurențiu Profeta, regia: Diana Lupea ATROU  
C.I. NOTTARA

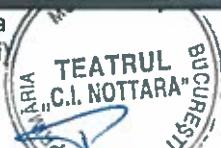


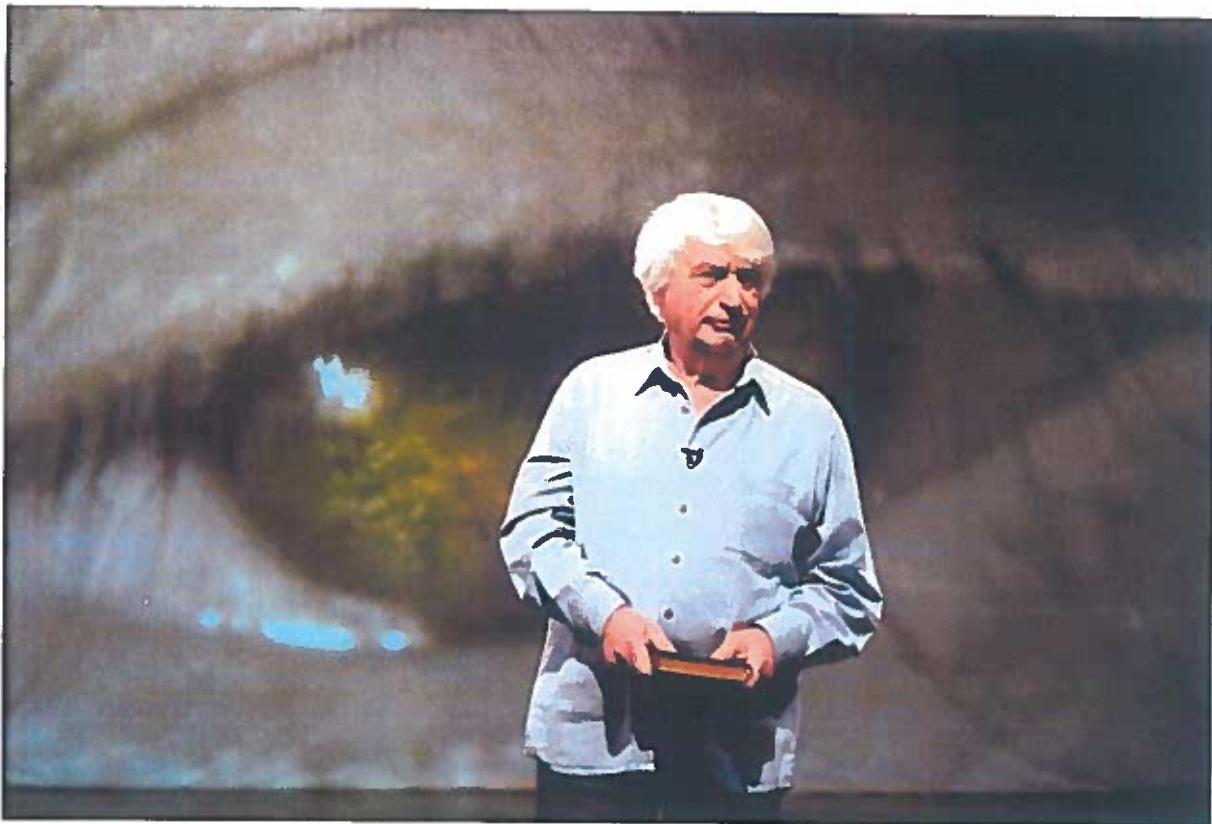


*Mitică Popescu* de Camil Petrescu, regia: Dan Tudor (coproducție cu S.C. Lecția de Artă S.R.L)

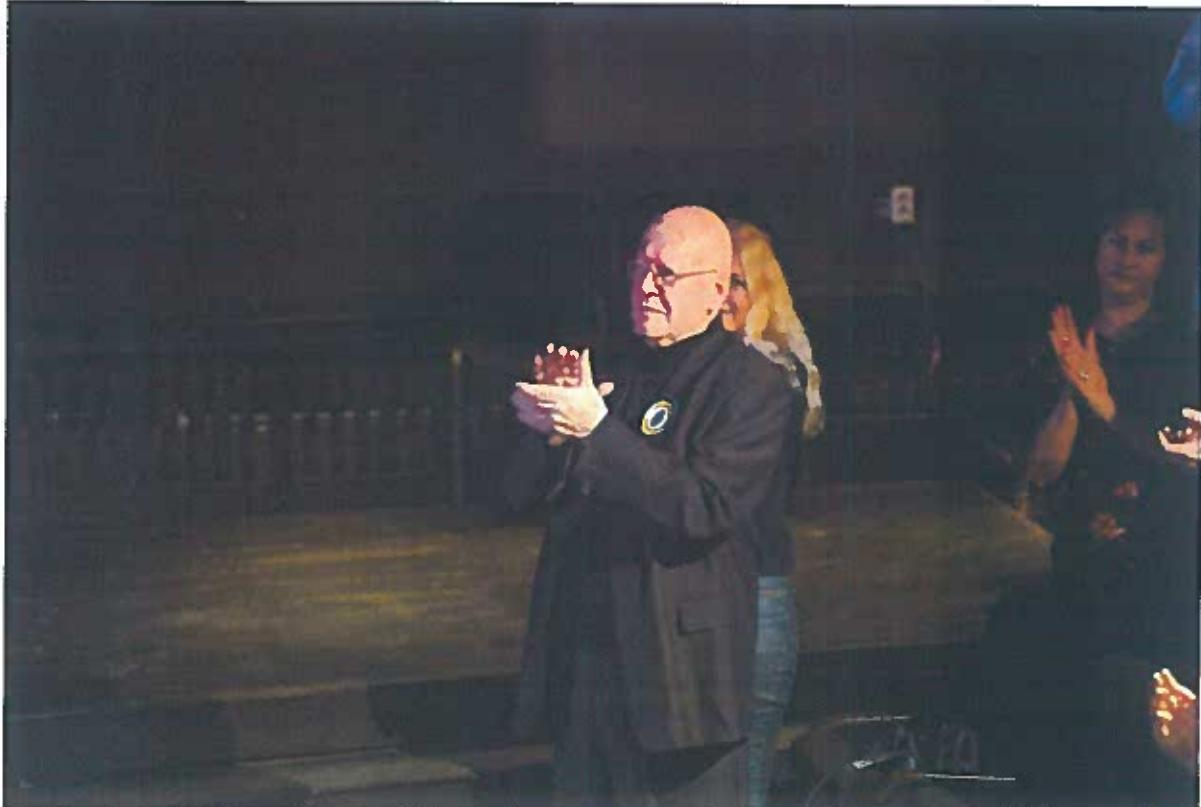


*Repetitia vietii mele* de Claudiu Sfirschi-Lăudat, regia: Alexandru Jitea  
(spectacol dedicat actriței Anda Caropol, cu ocazia împlinirii a 80 de ani)



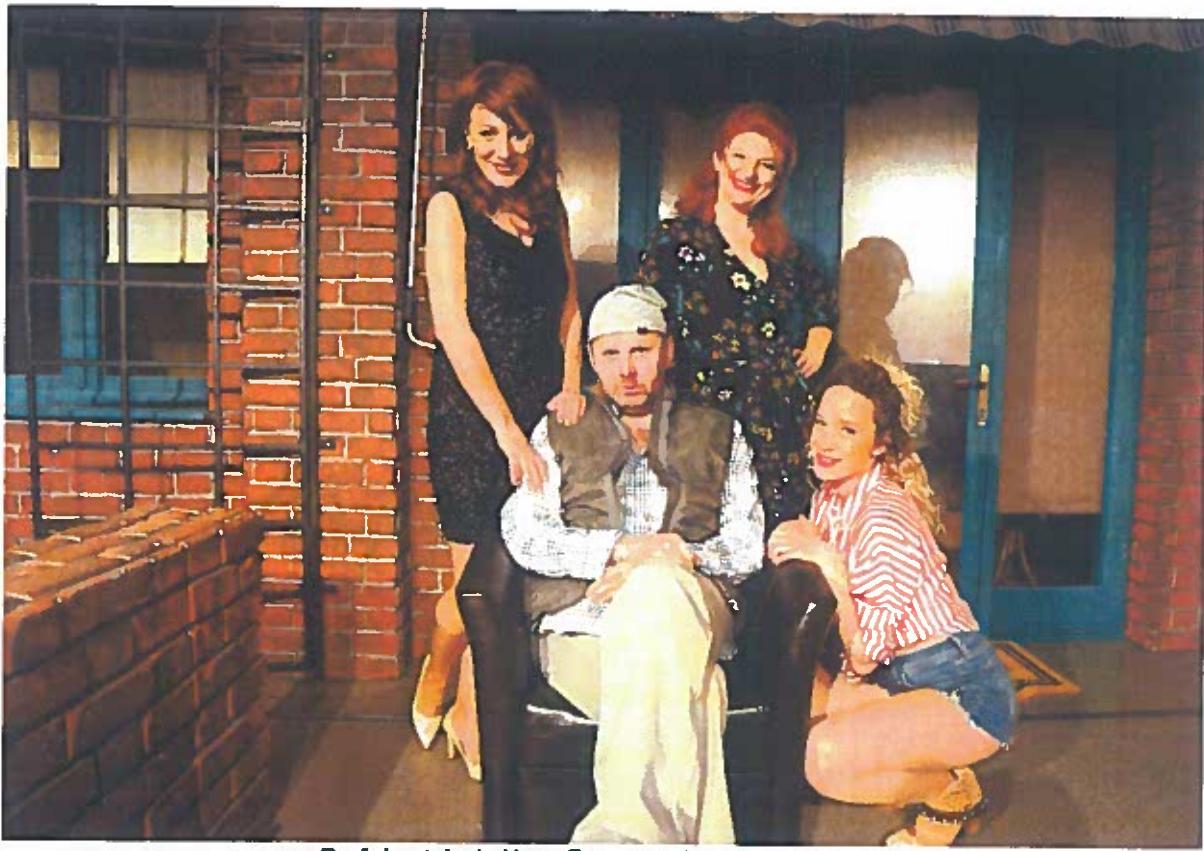


**Sunt suflet în sufletul neamului meu**, regia: Alina Hiriste  
(coproducție cu Teatrul Național Marin Sorescu, Craiova)

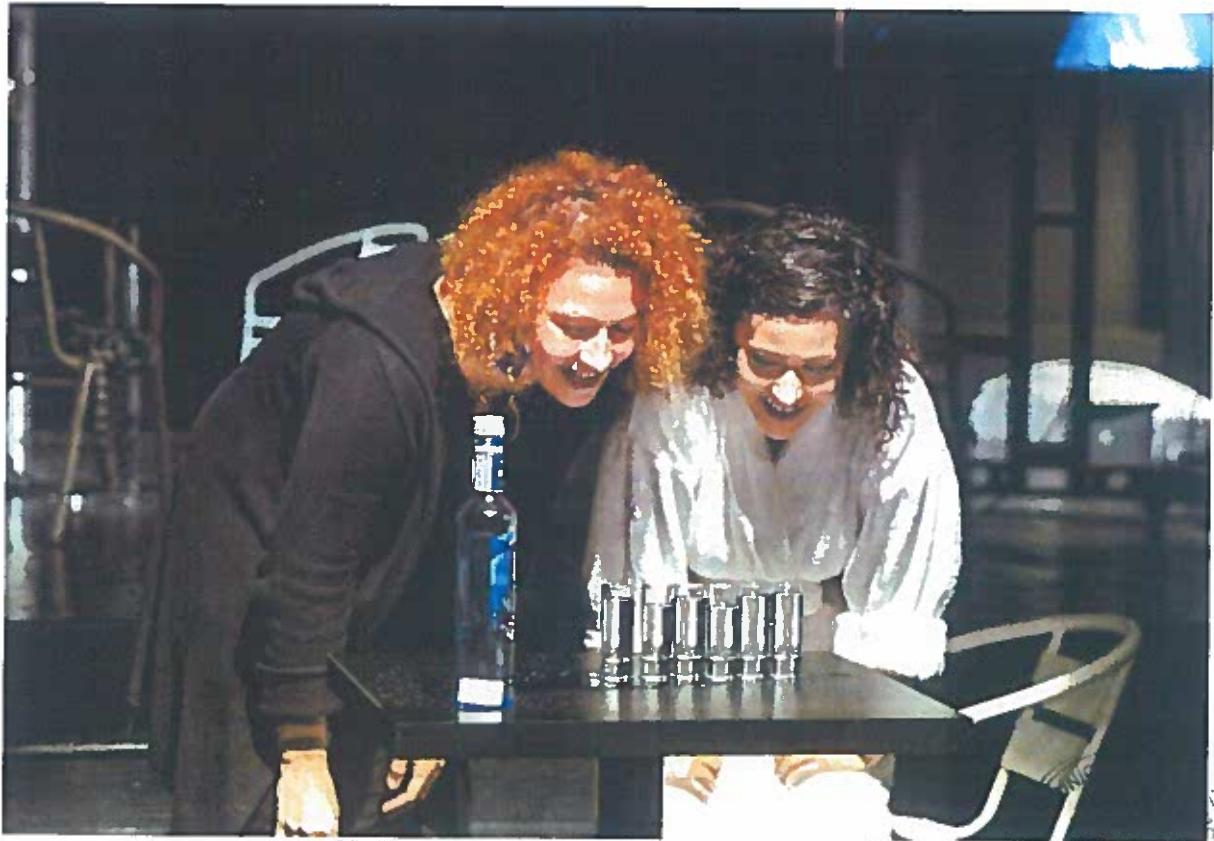


acad. prof.univ.dr. Răzvan Theodorescu, președintele comisiei de evaluare a proiectelor dedicate Centenarului  
la premiera recitalului **Sunt suflet în sufletul neamului meu**

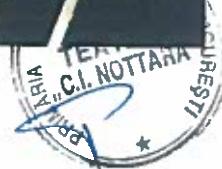




*Praf de stele* de Norm Foster, regia: Lucian Sabados



*Căsătoria*, după N.V. Gogol, regia: Piotr Șereșevski  
(producție experimentală realizată în urma Laboratorului de Teatru DENS)

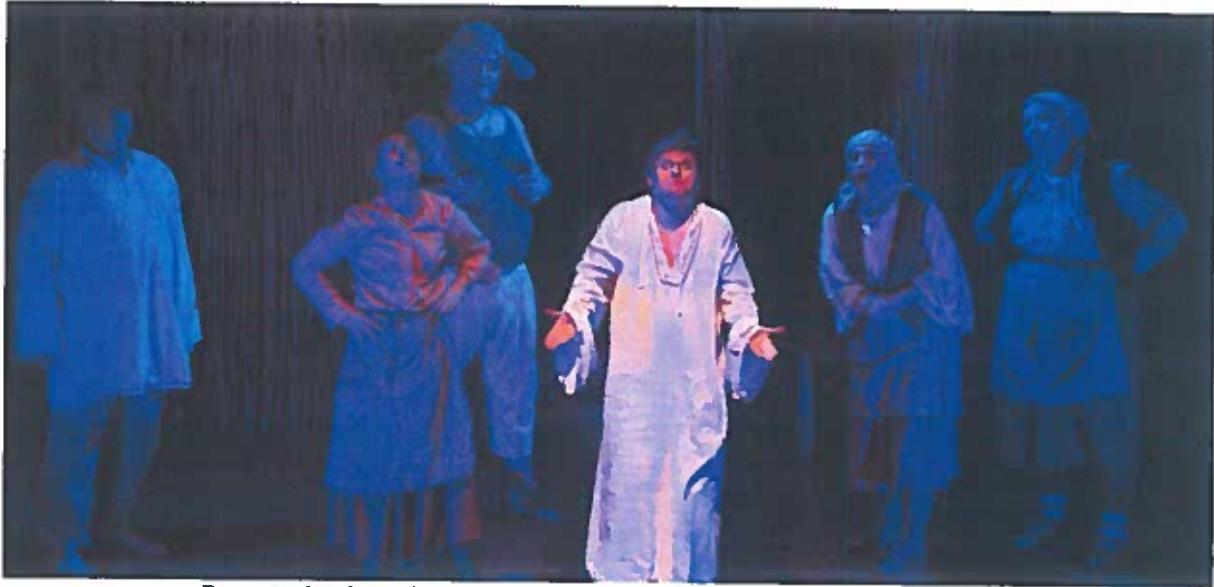




*Thallanda* de Dimitris Kechaidis și Eleni Chaviara, regia: Alexandru Jitea



*În cădere liberă* de Oleg Bogaev, regia: Alexandru Maftei

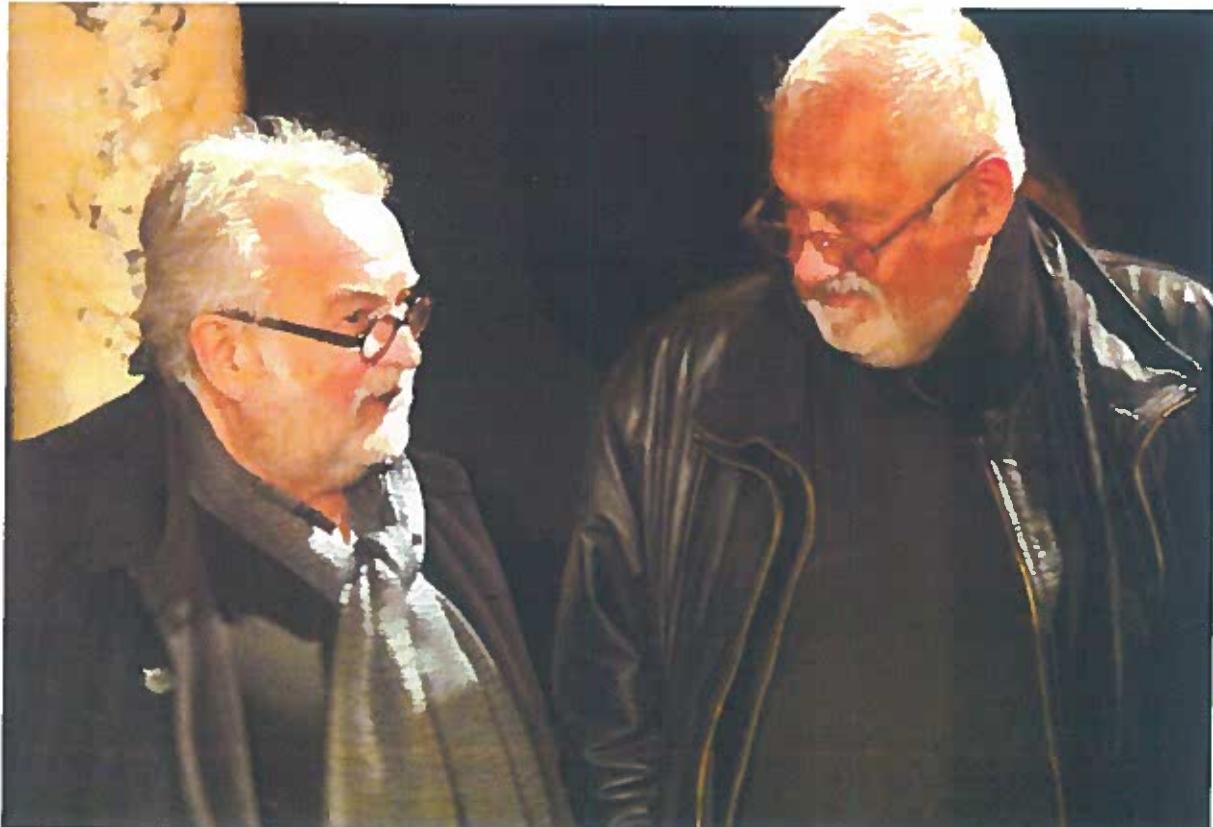


*Despre oltenei, cu dragoste*, după Marin Sorescu, regia: Constantin Fugașin  
(în turneu la Chișinău)



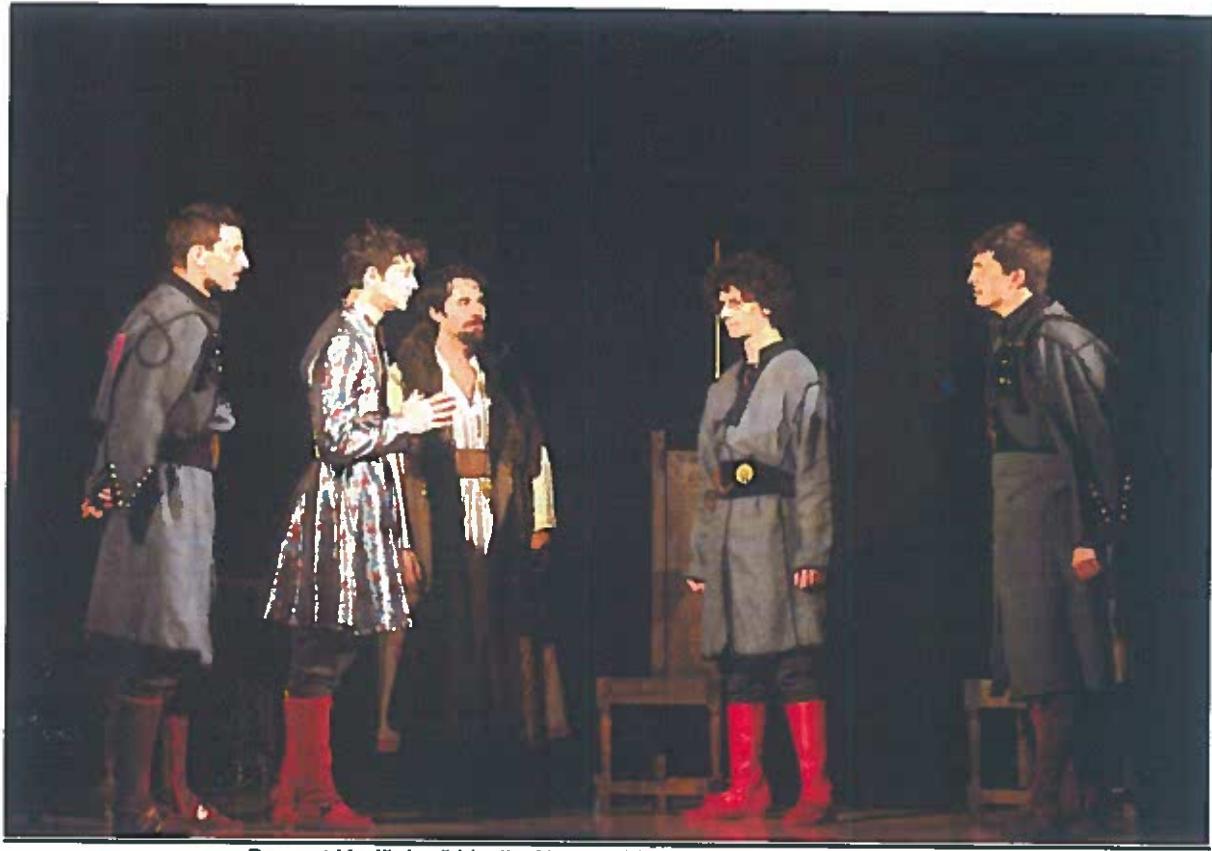
*Treptele Unirii, Despot Vodă, Vlaicu Vodă*, regia: Alexandru Magzareanu  
(în turneu la Cahul și Bălți)





George Banu și Silviu Purcărete la Ambasada României din Paris,  
la *Treptele Unini*, regia: Alexandru Magzareanu





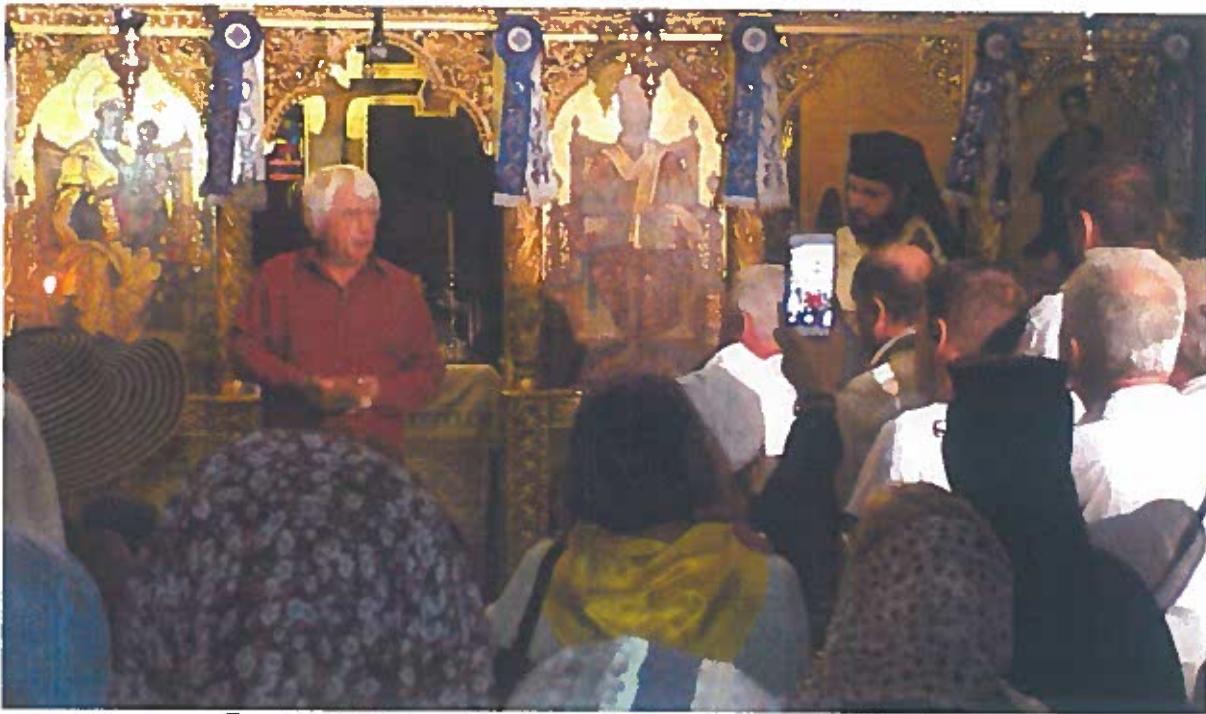
*Despot Vodă* după Vasile Alecsandri, regia: Alexandru Mâzgăreanu  
(la Casa de Cultură din Voluntari)



Public la *Despot Vodă* după Vasile Alecsandri, regia: Alexandru Mâzgăreanu  
(la Voluntari)



R

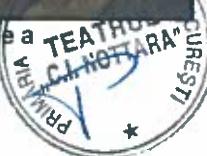


*Treptele Unirii*, scenariul: Emil Boroghină, regia: Alexandru Mâzgăreanu  
(la Ierusalim)

### Festivalul Internațional de Teatru FEST(in) pe Bulevard, ediția a VI-a



Emil Boroghină, Marinela Tepus și Tomnița Florescu deschid cea de-a VI-a ediție a Festivalului Internațional de Teatru Fest(in) pe Bulevard – secțiuni de tradiție





Emil Boroghină și Andreea Marin la conferința de presă care lansează Fest(in) pe Bulevard



Mult zgomot pentru nimic, regia: Diana Lupescu  
(Festivalul Internațional de Teatru Planeta Shakespeare, Craiova)





Othello remix, SUA, Planeta Shakespeare – Invitat de onoare



Romeo și Julieta, Coreea de Sud, Planeta Shakespeare - Invitat de onoare





Spectacol din cadrul secțiunii MultiArt EXIT



*Comedia erorilor*, după Shakespeare, regia: Bosardi Laszlo  
(Teatrul de Nord din Satu Mare, secțiunea *Bulevardul comediei*)

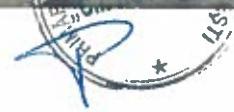


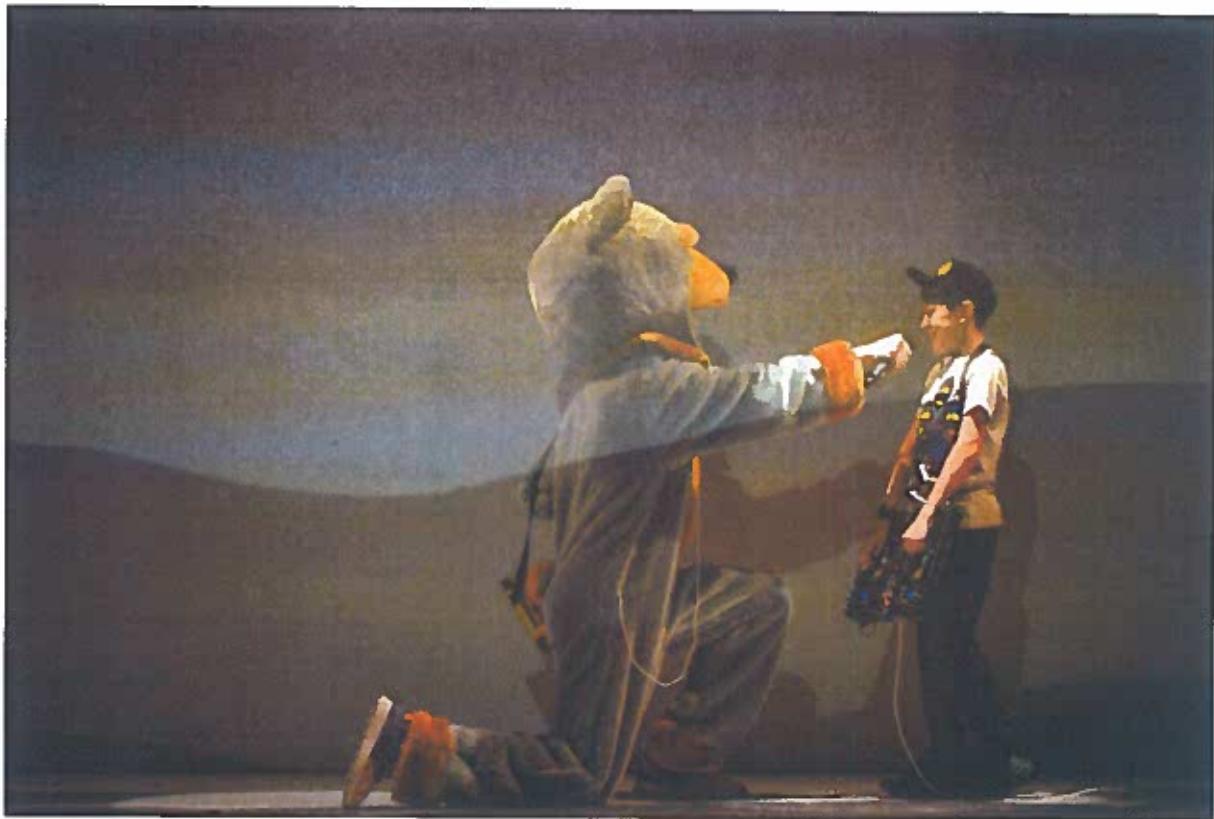


Trecătorul spectator, scenariul și regia: Mihai Lungeanu ( eveniment stradal Fest(in) 2018)



Trecătorul spectator, eveniment stradal





*Visând glasuri*, conceptul și regia: Nicoleta Lefter (Teatrul Gong Sibiu, secțiunea Criza comunicării)



*Zbor* de Olga Muhina, regia: Vazkresia Vihrova  
(Teatrul Dramatic si de Păpuși din Vrața, Bulgaria, secțiunea Invitați speciali)





Visătorul, după Ian McEwan, regia: Ada Milea, Teatrul Tineretului, Piatra Neamț (secțiunea Criza comunicării)

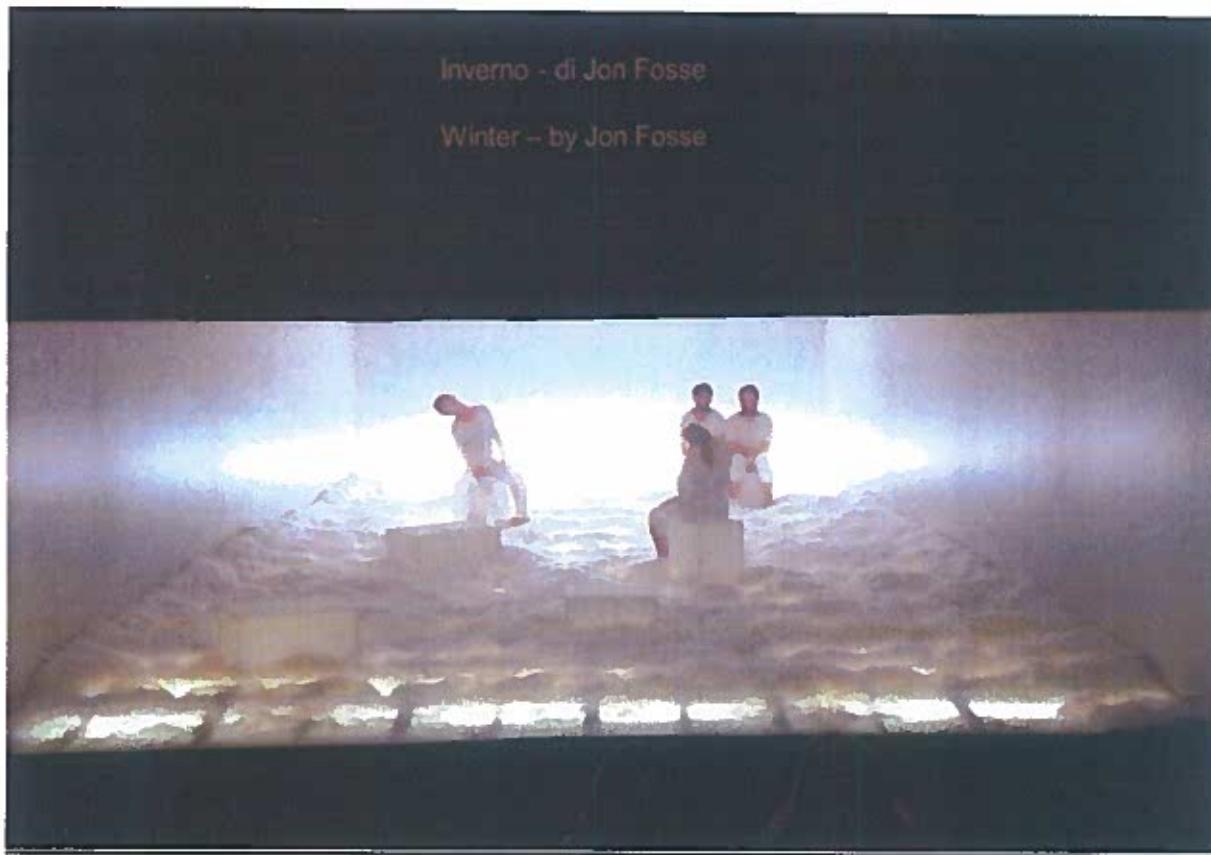


Gala de închidere a Fest(in) pe Bulevard 2018



**Turnee în străinătate**

(altele decât cele din cadrul proiectului 100 de ani împreună. Centenarul Marii Uniri)



Iarna la ediția a XXV-a a Festivalului Fabbrica Europa, organizat de Fundația Fabbrica Europa, în parteneriat cu Comuna Florența.

4 mai-10 iunie 2018, la Florența (Italia); în colaborare cu Institutul Cultural Român.

3 reprezentații: 4, 5, 6 mai, pe o scenă inedită, amplasată în Stazione Leopolda, Gara Leopolda;





Conferința de presă Laboratorul de Teatru DENS



Public Laboratorul de Teatru DENS (foaier)





Public Laboratorul de Teatru DENS (Sala George Constantin)



scenă de spectacol *Fiul cel Mare* de Aleksandr Vampilov, regia Elena Nevezina

