

RAPORT DE ACTIVITATE

2021

| | |
|---------------------------|---------|
| TEATRUL METROPOLIS | |
| INTRARE / IESIRE | Nr. 573 |
| Ziua 14 Luna 03 Anul 2022 | |



Str. Mihai Eminescu nr. 89, București, Sector 2

Tel/Fax: 021.210.51.92;

office@teatrulmetropolis.ro

www.teatrulmetropolis.ro

 [teatrulmetropolis](https://www.facebook.com/teatrulmetropolis)  [teatrul_metropolis](https://www.instagram.com/teatrul_metropolis)  [teatrulmetropolis](https://www.tiktok.com/teatrulmetropolis)  [TeatrulMetropolisOficial](https://www.youtube.com/TeatrulMetropolisOficial)

PRIMĂRIA MUNICIPIULUI BUCUREȘTI
DIRECȚIA CULTURĂ, ÎNVĂȚĂMANT,
TURISM

15 MAR. 2022

INTRARE / IESIRE NR. 1735

George Ivașcu

PRIMĂRIA MUNICIPIULUI
TEATRUL
TINERETULUI
METROPOLIS
1
BUCUREȘTI

Prezentul raport de activitate a fost elaborat pentru evaluarea managementului de către Primarul General, reprezentant al Municipiului București, denumit în continuare *Autoritatea*, ordonator principal de credite pentru Teatrul Tineretului „Metropolis”, 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 **01.01.2021-31.12.2021**.

Teatrul Tineretului „Metropolis” este instituția publică de cultură de interes local a Municipiului București, persoană juridică de drept public, finanțată din subvenții de la bugetul local, conform prevederilor Legii administrației publice locale nr. 215/2001, cu modificările și completările ulterioare.

Totodată, teatrul are obligația de a aplica normele, regulamentele și metodologiile elaborate, potrivit legii, în domeniul culturii și patrimoniului național, de către administrația publică centrală, respectiv Ministerul Culturii.

Teatrul Tineretului „Metropolis” a continuat, în anul 2021, direcția trasată de demersul strategic pe care l-a formulat în mandatul curent, jucând atât la sediu, cât și în mediul online, producțiile proprii, dar și producții ale companiilor ori ale teatrelor partenere, adaptându-și activitatea în conformitate cu noile restricții impuse. Activitățile teatrului s-au desfășurat în conformitate cu amendamentele hotărârilor de Guvern privind prelungirea stărilor de alertă pe teritoriul României și în conformitate cu Ordinul Ministrului Culturii nr. 3245/1805/2020 privind măsurile pentru prevenirea contaminării cu noul coronavirus SARS-CoV-2 și pentru asigurarea desfășurării activităților în condiții de siguranță sanitară în domeniul culturii, cu modificările și completările ulterioare, instituția adaptându-și activitatea în conformitate cu restricțiile impuse.



Georgiana

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

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

Precizez încă de la început că toate statisticile de consum cultural din ultimii ani – cel puțin studiile și cercetările făcute de Institutul Național pentru Cercetare și Formare Culturală al Ministerului Culturii – arată, cel puțin în marile orașe, o creștere a publicului iubitor de teatru și o ofertă culturală insuficientă. Oferta culturală a Bucureștiului este susținută atât de instituțiile culturale publice, unele aflate în administrarea Municipality, precum Teatrul Odeon, Teatrul Municipal „Lucia Sturdza Bulandra”, Teatrul „C.I.Nottara”, Teatrul de Comedie, Teatrul Tineretului „Metropolis”, Teatrul de Revistă „Constantin Tănase”, Teatrul Mic, Teatrul „Stela Popescu”, Teatrul Dramaturgilor Români, Teatrul „Masca”, Teatrul Evreiesc de Stat, Teatrul de Animație „Țândărică”, Teatrul Ion Creangă, Teatrul „Excelsior”, Circul Metropolitan București, Opera Comică pentru Copii, cât și de dinamica mișcare a artiștilor și asociațiilor culturale independente.

Sălile de spectacol tradiționale nu sunt însă suficiente, motiv pentru care au apărut producătorii independenți, companiile și piesele jucate în spații neconvenționale, precum Unteatru, Café Godot, Teatrul Elisabeta etc., dar și festivalurile dedicate teatrului neconvențional, precum Undercloud, Bucharest Fringe, Maratonul Teatrului Independent etc.

Teatrul Tineretului „Metropolis” funcționează **ca primul și cel mai important teatru de proiect** și își generează succesul, în primul rând, datorită regizorului și echipei sale, datorită diversității ofertei de spectacol **în care tinerii artiști – peste 600 de creatori**, în cei aproape 15 ani – au avut șansa de a performa pe scenele instituției noastre.

Potrivit strategiei sale de dezvoltare instituțională, Teatrul Tineretului „Metropolis” a susținut, încă de la înființare, parteneriatele cu artiști independenți, reprezentanțe și entități culturale private și publice, instituții, organizații, grupuri informale și institute culturale, ca modalitate eficientă de a-și face cunoscută oferta culturală valoroasă, **fiind singura rampă (consistentă!) de lansare pentru tânăra generație de creatori profesioniști din domeniul artelor spectacolului.**

Menționez faptul că doar în anul 2021, Teatrul Tineretului „Metropolis” a găzduit, pe scenele sale, un număr de 32 de reprezentații ale Universității Naționale de Artă Teatrală și Cinematografică „I.L.Caragiale”, ca urmare a parteneriatului instituțional pe care teatrul îl are cu aceasta din urmă.

Teatrul Tineretului „Metropolis” este un partener care promovează în permanență un dialog cultural cu celelalte instituții publice de cultură, cât și cu companii independente, pentru a aduce diversitate și un real beneficiu comunității cărora i se adresează, contribuind astfel, în cei aproape 15 ani de activitate, la crearea educarea și formarea noii generații de spectatori.



Geopolitica

Parteneriate instituționale în anul 2021

- Parteneriat cu Universitatea Națională de Artă Teatrală și Cinematografică „I.L.Caragiale”, în vederea susținerii examenelor de Licență și Master – în total, un număr de 32 de spectacole ale Secției de Actorie, Regie și Coregrafie, susținute pe scenele teatrului, dintre care menționăm doar câteva: „Hoții”, „Transport de femei”, „Și totuși... Shakespeare”, „Rinocerii”, „Portugalia”, „Pe jos”, „Autobahn”, „Oaspetele de piatră”, „4/For/Four Shakespeare”, „Jocul lui Marte”, „Singular”, „Neo-kitsch”, „Pandemica”, „Prezențe... de hârtie”, „Banchet la final de omenire”, „Unchiul Vania”, „Sindromul Rodomonte”, „Lecții despre iubire și creier”.
- Parteneriat cu Teatrul Național „Ion Luca Caragiale”, în vederea susținerii spectacolului „Efectul razelor gamma asupra crăițelor lunatice”.
- Parteneriat cu Fundația „Calea Griviței”, în vederea susținerii online a spectacolului „Împreună G53”.
- Parteneriat cu Weltanschauung (Dream Boutique), în vederea realizării proiectului „Călăreții de fluturi” – spectacol independent, depus spre finanțare AFCN.
- Parteneriat cu Asociația Tangent, în vederea realizării proiectelor „Pot” și „SALT” – spectacole independente, depuse spre finanțare AFCN.
- Parteneriat cu Asociația Acting, în vederea susținerii spectacolelor „Brainstorm” și „Bad Jews” – spectacole independente, depuse spre finanțare AFCN.
- Colaborare cu Centrul Cultural „Mihai Eminescu”, în vederea susținerii unui concert al „Cameratei Regale”.

Tot în anul 2021, Teatrul Tineretului „Metropolis” a avut alte 8 parteneriate instituționale în vederea difuzării online a unor producții proprii, precum:

- „Peretele” – cu 15.000 de vizualizări;
- „Domnul Ibrahim și florile din Coran” – cu 3.850 de vizualizări;
- „7 dintr-o lovitură” – cu 2.500 de vizualizări;
- „Două liniițe” – cu 2.400 de vizualizări.

precum și parteneriate privind difuzarea unor spectacole ce aparțin unor entități private, cum ar fi:

- „Masculin - Feminin” – cu 5.820 de vizualizări;
- „Marea iubire a lui Sebastian” – cu 1.500 de vizualizări;
- „Jocul de-a adevărul” – cu 2.500 de vizualizări;
- Workshop FIST (Festivalul Internațional al Școlilor de Teatru) – cu un impact de 14.900 de persoane.



Georgiana

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

| Puncte tari | Puncte slabe |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Brand consolidat atât la nivel local, cât și la nivel național, bucurându-se de notorietate sporită; • Instituție publică de cultură deschisă către tineri, contribuind la lansarea tinerelor talente; • Ofertă culturală bogată, cuprinzând inclusiv producții de Licență și Master aparținând UNATC, fiind vorba despre spectacole găzduite pe o scenă profesionistă de teatru; • Accesul gratuit al tinerilor spectatori la spectacolele susținute de studenți – formarea noii generații de spectatori, care crește odată cu tinerii creatori de teatru; • Instituție publică de cultură care a implementat în premieră cât mai multe metode moderne pentru atragerea publicului tânăr, respectiv pentru facilitarea accesului la cultură și pentru vânzarea unui număr cât mai mare de bilete la spectacole: aplicație pentru dispozitive mobile, newsletter transmis pe platforma WhatsApp, realizarea unui site cu o interfață prietenoasă, propria platformă media etc.; • Săli moderne, amenajate la standarde europene, dotări scenotehnice de ultimă generație; • Tarif unic al tichetului de acces, mai mic, în comparație cu alte instituții publice de cultură din București, în scopul încurajării accesului unui public cât mai larg, de toate vârstele și din toate categoriile sociale; • Prezență puternică în mediul online, ca urmare a unei strategii media corespunzătoare și a unei comunicări eficiente; • Strategii de marketing gândite în scopul satisfacerii nevoilor publicului spectator, adaptate noilor cerințe de siguranță sanitară, dar și cererii publicului tânăr; • Existența unui public fidel; • Poziționare în inelul central al orașului; • Infrastructură bună; | <ul style="list-style-type: none"> • Diminuarea interacțiunii directe între spectator și creator, din cauza restricțiilor impuse de SARS-CoV-2; • Un număr redus al reprezentării producțiilor în sala de spectacole, ca urmare a stării de alertă continue din anul 2021, conform HG nr. 3/2021, HG nr. 35/2021, HG nr. 293/2021, HG nr. 432/2021, HG nr. 531/2021, HG nr. 636/2021, HG nr. 730/2021, HG nr. 826/2021, HG nr. 932/2021, HG nr. 1.090/2021, HG nr. 1.183/2021, și a ordinelor 686/202, 721/2021, 851/2021, 1184/2021, 1379/2021, 2225/2021 și 2285/2021. • Inexistența unei parcuri proprii, la care se adaugă lipsa locurilor de parcare în zona în care este amplasat teatrul; • Lipsa proiectelor interculturale; • Lipsa unui sistem de traducere a spectacolelor în limba engleză, pentru atragerea unui public străin; • Lipsa personalului specializat în realizarea de proiecte europene; |



Georgiana

| | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Calitatea premierelor și a spectacolelor; • Colaborări cu creatori independenți (regizori, actori, muzicieni) la cel mai înalt nivel; • Personal calificat și stabil; • Unicul teatru de pe raza sectorului 2. | |
| <p>Oportunități</p> | <p>Amenințări</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • Interesul sporit al colaboratorilor independenți de a lucra cu Teatrul Tineretului „Metropolis”; • Interesul tinerilor pentru unele programe dedicate acestora; • Dezvoltarea de proiecte cultural-artistice de impact, în parteneriat cu instituții publice sau entități private; • Continuarea parteneriatelor inițiate până în prezent, respectiv atragerea unor noi parteneri din domeniul privat; • Interesul regizorilor importanți, atât români, cât și străini; • Posibilitatea organizării de evenimente culturale; • Parteneriate cu alți operatori culturali; • Imagine foarte bună în rândul mass-media, cât și al criticilor de specialitate. | <ul style="list-style-type: none"> • La fel ca în 2020, dimensiunea esențială a teatrului a fost diminuată semnificativ, și în anul 2021, prin micșorarea interacțiunii directe între spectator și creator, din cauza restricțiilor impuse de pandemia de Covid-19, cu excepția perioadelor de relaxare permise de lege; • Aprobarea unui buget mult mai redus în raport cu necesitățile instituției; • Modificări repetate ale legislației în domeniu; • Zona concurențială, reprezentată de divertismentul comod (televiziune, internet) fără valoare artistică; • Promovarea unor alte instituții de divertisment, fără valoare artistică; • Nivel scăzut de educație culturală. |

3. evoluția imaginii existente și măsuri luate pentru îmbunătățirea acesteia;

În cei aproape 15 ani de activitate, Teatrul Tineretului „Metropolis” și-a clădit, stagiune de stagiune, un portofoliu de spectacole care face, de acum, parte din istoria teatrului românesc și a patrimoniului imaterial național.

A adus pe scenă nume ale unor personalități remarcabile, alături de tineri care și-au făcut debutul pe scena de la „Metropolis”, mulți dintre ei fiind, astăzi, deja artiști consacrați.

Evidențiez acest fapt, împreună cu alte două inițiative care până în acest moment se arată a fi singulare, unice, în oferta de evenimente artistice de rang național, și anume crearea platformei Ziarul „Metropolis” și implementarea proiectului „Aleea Celebrităților”.

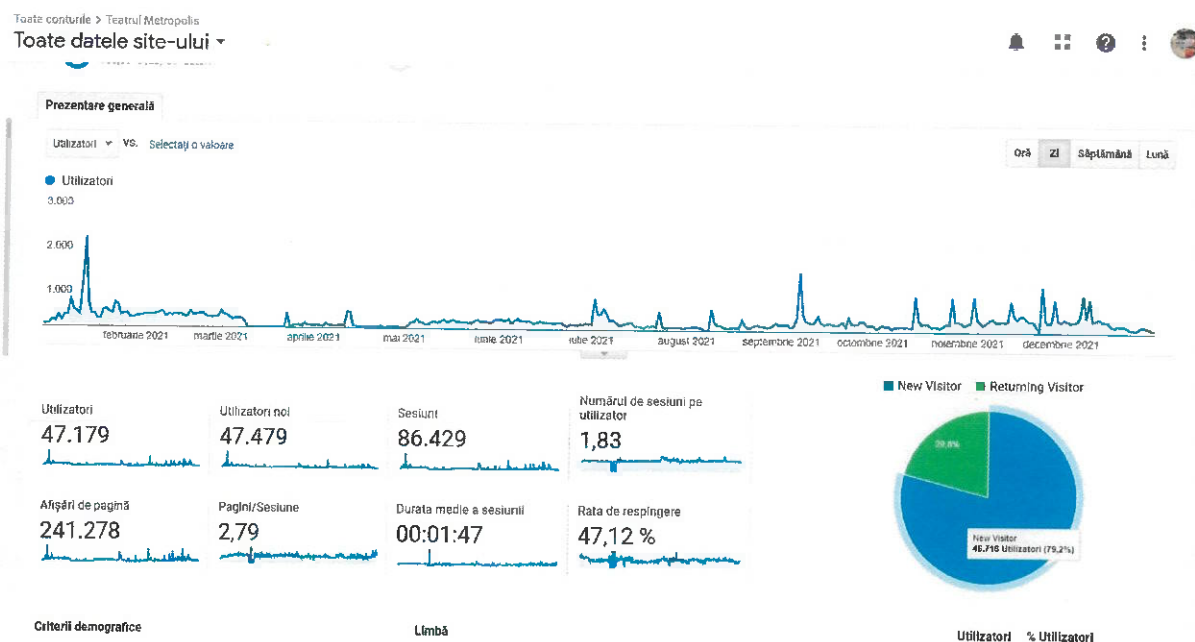
Toate aceste demersuri au consacrat un brand și au creat o imagine puternică prin evenimente de succes, premii și apariții în presă, dar, mai ales, au format un public fidel, un public tânăr, care a fost martor al lansării și consacării tinerilor artiști independenți.

În anul 2021, Teatrul Tineretului „Metropolis” a avut în portofoliu un număr de 30 de producții. Având în vedere situația obiectivă creată de coronavirusul SARS-CoV-2 și sub amendamentul Hotărârilor de Guvern privind prelungirea stărilor de alertă și restricționarea accesului spectatorilor în sălile de spectacol, precum și în contextul măsurilor care au afectat direct desfășurarea unui spectacol de teatru (spectacole fără pauză, acces în sala de spectacol până la ora 21:00 etc.), Teatrul Tineretului „Metropolis” a adus în fața publicului un număr de 5 premiere și 8 titluri de reluări.

În anul 2021, Teatrul Tineretului „Metropolis” a continuat folosirea platformei de mesagerie WhatsApp în vederea transmiterii newsletter-ului către publicul abonat. În prezent, baza de date cuprinde peste 3.460 de abonați, aceștia primind, săptămânal, câte trei sau mai multe newslettere, care au vizat informarea publicului cu privire la spectacolele instituției și a altor activități de interes.

Teatrul și-a desfășurat, și în 2021, activitatea atât în mediul online, cât și prin reprezentații la sediu, fiind prezent pe rețelele de socializare și pe platforma cotidianului cultural Ziarul „Metropolis”- www.ziarulmetropolis.ro.

Pe pagina oficială www.teatrulmetropolis.ro, am înregistrat un număr de **47.179** utilizatori unici, cu **241.278** de accesări doar pentru a verifica activitatea teatrului.

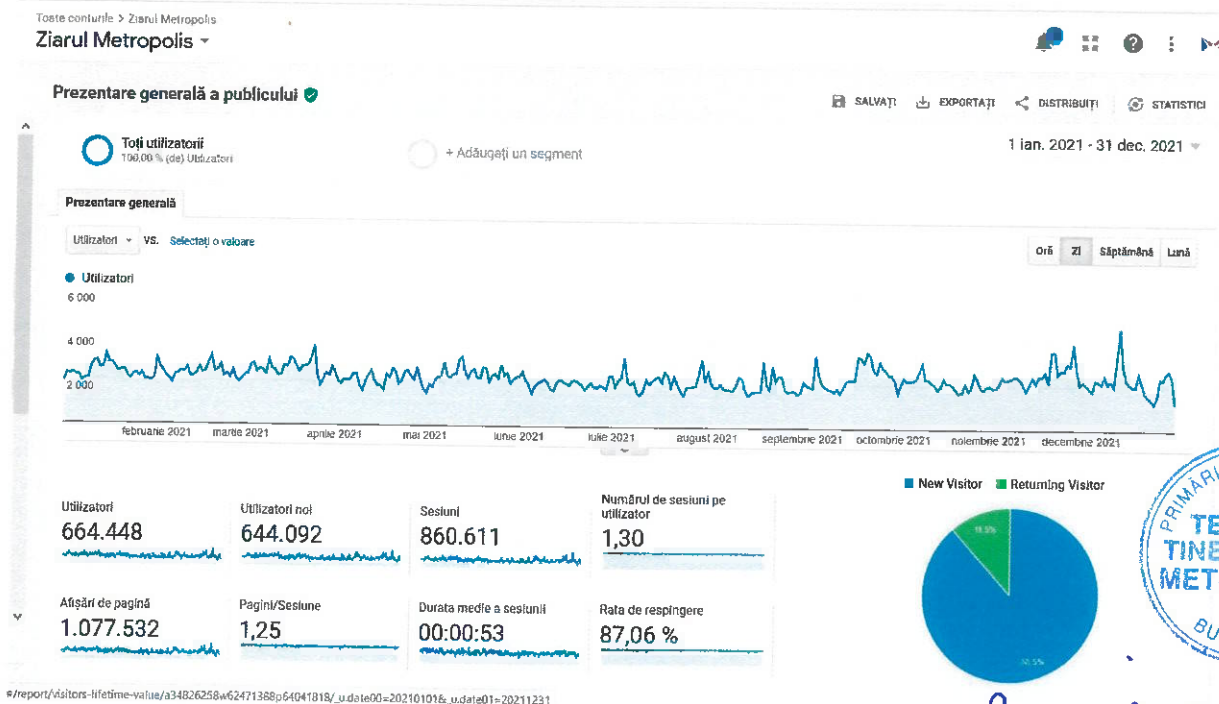


Georgina Șerban

În 2021, postările Teatrul Tineretului „Metropolis” realizate pe pagina oficială de Facebook (fb/teatrulmetropolis) au avut un impact de **1.305.648** de persoane, înregistrând o creștere cu 2,9% față de anul anterior, ceea ce a întărit ideea că s-a schimbat comportamentul publicului spectator, astfel că Social Media si-a menținut poziția dobândită în perioada stării de urgență. Pe rețeaua Instagram, activitatea Teatrului Tineretului „Metropolis” a avut un impact de 19.192 de persoane.

| 1 | Date | Daily Page Engaged Users | Weekly Page Engaged Users | Daily Total Reach | Weekly Total Reach | Daily Organic Reach |
|-----|----------|--|---|--|---|--|
| 2 | | Daily: The number of people who engaged with your Page. Engagement includes any click or story created. (Unique Users) | Weekly: The number of people who engaged with your Page. Engagement includes any click or story created. (Unique Users) | Daily: The number of people who had any content from your Page or about your Page enter their screen. This includes posts, check-ins, ads, social information from people who interact with your Page and more. (Unique Users) | Weekly: The number of people who had any content from your Page or about your Page enter their screen. This includes posts, check-ins, ads, social information from people who interact with your Page and more. (Unique Users) | Daily: Organic Reach people who had any content from your Page or about your Page enter their screen through unpaid distribution. This includes posts, stories, check-ins, social information from people who interact with your Page and more. (Unique Users) |
| 3 | 1/1/21 | 6 | 137 | 255 | 5176 | 254 |
| 4 | 1/2/21 | 5 | 137 | 368 | 5234 | 367 |
| 5 | 1/3/21 | 8 | 141 | 250 | 5193 | 246 |
| 6 | 1/4/21 | 470 | 517 | 8549 | 10178 | 8549 |
| 7 | 1/5/21 | 305 | 753 | 4357 | 11957 | 4357 |
| 347 | 12/23/21 | 253 | 1593 | 2723 | 11155 | 2715 |
| 348 | 12/24/21 | 61 | 1617 | 977 | 11165 | 974 |
| 349 | 12/25/21 | 79 | 1673 | 875 | 11211 | 872 |
| 350 | 12/26/21 | 29 | 1628 | 870 | 10825 | 867 |
| 351 | 12/27/21 | 20 | 1360 | 599 | 10083 | 597 |
| 352 | 12/28/21 | 18 | 1185 | 454 | 8909 | 451 |
| 353 | 12/29/21 | 28 | 485 | 420 | 6413 | 417 |
| 354 | 12/30/21 | 117 | 343 | 813 | 4626 | 813 |
| 355 | | | | | | |
| 356 | | 56,139 | 335,121 | 1,305,648 | 6,669,059 | 1,303,743 |
| 357 | | | | | | |
| 358 | | | | | | |
| 359 | | | | | | |
| 360 | | | | | | |

De asemenea, comunicarea cu publicul a fost realizată și prin intermediul Ziarului „Metropolis”, ce a avut un număr de 664.448 de utilizatori unici pe site-ul oficial www.ziarulmetropolis.ro, cu 1.077.532 afișări ale paginilor cu informații culturale.



Toate aceste informații sunt extrase din sistemele de măsurare a audienței online Google Analytics și Facebook Analytics.

Teatrul Tineretului „Metropolis” a continuat implementarea strategiilor moderne pentru atragerea publicului tânăr, respectiv pentru facilitarea accesului la cultură și pentru vânzarea unui număr cât mai mare de bilete online la spectacole, inclusiv prin aplicația pentru dispozitive mobile și prin intermediul newsletter-ului transmis pe platforma WhatsApp la peste 3.100 de persoane.

În decursul anilor, s-a putut observa o creștere a numărului de conturi achiziții bilete: **de la 39.756 (anul 2017), 40.182 (anul 2018), 41.512 (anul 2019), 44.148 (anul 2020) la 44.585 (anul 2021).**

Pe perioada desfășurării reprezentațiilor la sediu, în incinta teatrului au funcționat video wall-uri și monitoare prezente în foaiere, la parter și etaj.

Analizele realizate folosind tehnologia aferentă sistemelor de măsurare a audienței online – Google Analytics și Facebook Analytics – au ajutat la identificarea profilului beneficiarului (buyer persona) Teatrului Tineretului „Metropolis”. Măsurând astfel câteva dintre coordonatele ce definesc actualul cumpărător, putem identifica mai ușor nevoile acestuia, venind în întâmpinarea așteptărilor sale.

Oferta de spectacole – bazată pe dramaturgia modernă, cu precădere contemporană, viziunea insolită a unor regizori de marcă, prezența tinerilor creatori independenți, pe scena de la „Metropolis” – anticipează nevoia omului modern, cu apetență pentru actul cultural, respectiv teatral, a publicului informat, cultivat și dornic de autodepășire.

Interesul instituției este acela de a veni înspre acest public, dar, în egală măsură, de a aduce noua generație de publicuri înspre teatru. Noile provocări ale tehnologiei digitale sunt o preocupare constantă a echipei manageriale, atentă la procesul rapid de transformare și implementare a noilor aplicații digitale, respectiv a unui mod de comunicare eficient, actual.

Teatrul Tineretului „Metropolis” utilizează și implementează periodic cele mai noi forme de testare a publicului spectator. Informațiile livrate de programele informaționale legate la canalele de comunicare ale instituției oferă informații cu o acuratețe de 99,99%, fiind recunoscute la nivel internațional.

Acestea sunt livrate de sistemele de analiză și de măsurare a audienței online, ale două mari brand-uri de pe piața informatică, existente în acest moment – Google Analytics și Facebook Analytics.

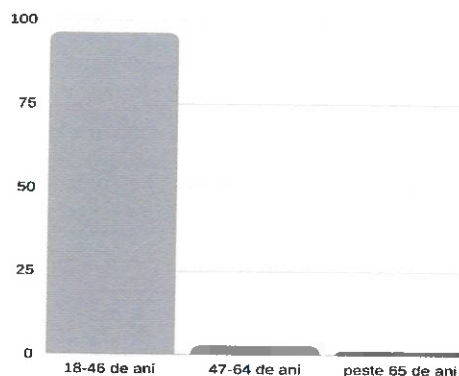
La o statistică sumară, peste 65% din spectatori sunt tineri sub 35 de ani, în timp ce doar 35% aveau vârste de peste 35 de ani.

Segmentul de public al Teatrului Tineretului „Metropolis” este împărțit astfel: 18-46 de ani – 96,19%, 47-64 de ani – 2,7% și peste 65 de ani – 1,11%.



A handwritten signature in blue ink, appearing to read "I. Gheorghiu".

Concret, față de anii anteriori, segmentul de public 35-64 de ani a înregistrat o creștere cu 10%.



4. Măsuri pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari:

- Promovarea unei oferte culturale de calitate, în acord cu cererea și indicele de consum cultural reieșit din studii de specialitate, sondaje de opinie online, măsurători de specialitate în mediul online privind publicul țintă;
- Organizarea de evenimente socio-educative online și offline, orientate spre alte categorii de public decât cele dedicate: pentru atingerea altor segmente de public, teatrul dezvoltă programul Social redenumit „**Teatru pentru comunitate**”, cu o activă componentă de *Corporate Social Responsibility*, cu valori formative, incluzive și de dezvoltare de public, adresându-se categoriilor defavorizate, vârstnicilor și elevilor;
- Extragerea informațiilor din Google Analytics și Facebook Analytics cu privire la calitatea ofertei culturale promovate de teatru.

5. grupurile-țintă ale activităților instituției;

Teatrul Tineretului „Metropolis” este continuu interesat de atragerea unui public tânăr, activ, angajat, cu studii superioare și cu venituri peste medie. Acest lucru este posibil prin transmiterea mesajelor corecte pentru atragerea acestei categorii de public, prin canalele media de comunicare accesate de acest public.

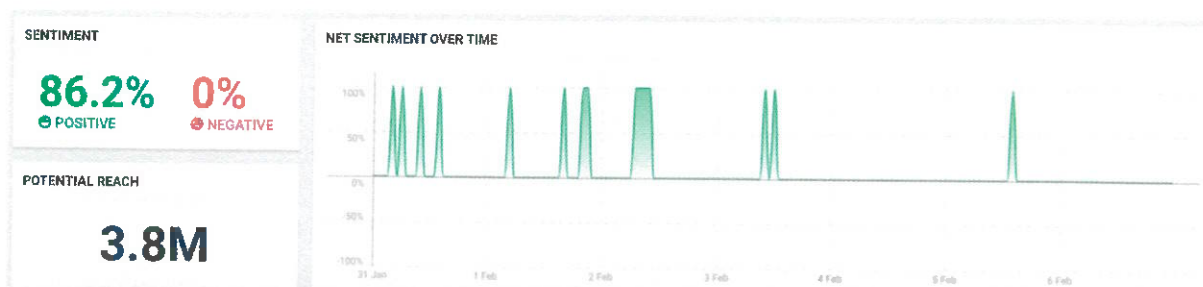
Succesul Teatrului Tineretului „Metropolis” rezidă prin poziționarea sa solidă pe piață, prin corecta, dar și prin buna definire și cunoaștere a publicului țintă.

Strategiile pe termen lung, propuse încă de la înființarea teatrului, au fost respectate și atinse, precum:

- crearea și menținerea unui public țintă fidel, de calitate, care să reprezinte corect targetul teatrului; fidelizarea permanentă prin instrumente adecvate și actuale de comunicare publică și prin oferte de calitate, acordate cu cele de dimensiune europeană;

- atragerea publicului tânăr prin oferte culturale de dezvoltare și educație pentru cultură, în acord cu tendințele de consum naționale și europene.

Toate aceste demersuri întreprinse de Teatrul Tineretului „Metropolis” au oferit un sentiment pozitiv publicului spectator, așa cum reiese din aplicația internațională de monitorizare a sentimentelor publicului țintă cu privire la Teatrul Tineretului „Metropolis”.



*conform Talkwalker.com

Strategiile pe termen scurt ale teatrului sunt construite ca o completare a strategiilor pe termen lung și mediu (având la bază conceptul internațional de management „Just in time”), pentru dezvoltarea corectă din punct de vedere al marketingului, prin atingerea obiectivelor instituționale, concept pe care teatrul îl utilizează.

Opiniile publicului au determinat o continuă dezvoltare a strategiilor de marketing, rezultatul fiind un public satisfăcut de oferta culturală a Teatrului Tineretului „Metropolis”, în paralel cu o cerere tot mai mare din partea acestuia, chiar dacă acest context pandemic ne-a obligat să restricționăm activitatea și să micșorăm numărul de locuri în sala de spectacol, fapt ce a menținut sloganul „Un teatru deschis, cu casa închisă” (2011).

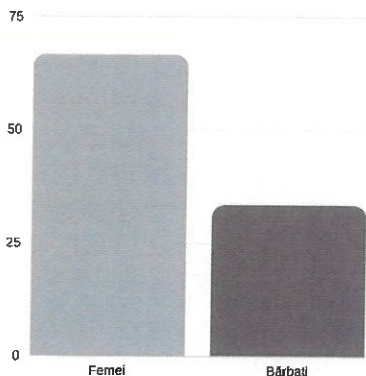
Structura grupurilor țintă:

Din datele de statistică extrase și din cele două motoare de analiză, am putut urmări evoluția publicului spectator.

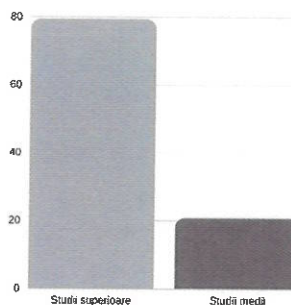
Se constată o prezență dominantă a publicului tânăr:

Segmentul de vârstă : **18-46 de ani – 96,19%**, 47-64 de ani – 2,7% și peste 65 de ani – 1,11%.

Raportul dintre spectatorii femei și bărbați arată o ușoară pondere spre femei, respectiv 66,6% din totalul spectatorilor, dar observăm o creștere de 1% față de anul 2020.



Publicul țintă se situează în categoria persoanelor cu studii superioare finalizate sau în curs de finalizare (79,28%), precum și a persoanelor cu studii medii (20,72%).



Structura publicului a cunoscut modificări în ultimul an: segmentul de public 35-54 de ani a crescut față de 2011 cu 10%, iar segmentul de peste 65 de ani a înregistrat o scădere cu 0,60% față de 2020.

6. profilul beneficiarului actual;

În conformitate cu structura publicului, au fost luate măsuri de atragere a segmentelor reprezentative, respectiv de atragere a unui public tânăr, activ, vorbitor de limbă română, locuitor în mediul urban, angajat al unei companii mari sau nu, pe o funcție de conducere sau execuție, cu studii superioare sau în curs de finalizare, stare civilă irelevantă și cu venituri peste 3.000 lei/lună. În urma analizelor, s-a constatat că publicul este predominant feminin (66,6%).

Printr-o bună politică de marketing, publicitate și PR, prin calitatea spectacolelor și a evenimentelor culturale oferite, dar și printr-o bună acoperire comunicațională în mediul online, teatrul speră să atragă cât mai multe persoane care fac parte din acest segment de public, așa cum a reușit în 2021, crescând ponderea spectatorilor de sex feminin cu 1% față de 2020.

Succesul Teatrului Tineretului „Metropolis” și specificitatea sa dată de programele și proiectele de calitate, dar și de poziționarea pe piață prin branding și prezențele outdoor, au fost asigurate de o bună definire și cunoaștere a publicului țintă.

Definit ca un teatru intim, cu două săli cu o capacitate de 150 de locuri (sala „Olga Tudorache”), respectiv 100 de locuri (sala „Centenar”), teatrul dispune de un repertoriu structurat în stagiuni teatrale, cu producții noi (premiere) și producții în

reluare, acoperind o paletă largă de oferte culturale de calitate, pentru toate gusturile dramaturgice, cu programe alternative, complexe și provocatoare, în funcție de profilul spectatorului fidel teatrului.

Structura publicului se poate reprezenta astfel:

- **nucleul consumatorilor – 96,19% tineri între 18-46 de ani**, care folosesc noile tehnologii și care vin la Teatrul Tineretului „Metropolis” pentru renumele actorilor independenți, pentru talentul actorilor tineri, pentru calitatea repertoriului și ineditul spectacolelor;
- **publicul potențial – 2,7% persoane între 47-64 de ani** – public care merge mai rar la teatru din cauza lipsei de timp, majoritar feminin, activ (până în 50 de ani), căsătorit, educat, cu venit redus, care vine pentru repertoriu și ineditul spectacolelor – și 1,21% persoane peste 65 de ani – public căsătorit, educat, cu venit redus, care merge rar la teatru.

Factorii care au menținut procentul ridicat al nucleului consumatorilor:

1. calitatea programelor culturale și a evenimentelor artistice propuse

✓ ofertă bogată și variată, chiar și în condiții pandemice, nu numai de la o stagiune la alta, dar și în ceea ce privește echipa artistică a fiecărui spectacol în parte;

✓ titluri sonore ale patrimoniului național și universal, clasic și modern, de dramaturgie;

✓ „Aleea Celebrităților” – inițiativa unică în peisajul cultural românesc;

✓ o comunicare facilă și adecvată vârstei lor, cu angajații teatrului, pentru diversele situații apărute. Rata de răspundere la un mesaj scris este foarte ridicată. În medie, răspunsul este transmis în maximum 1 h 05 min pentru Facebook Messenger sau alte platforme de social media și 7 minute prin direct mailing.

2. formatul inedit de teatru de proiecte, articulat pe repertoriu, și gradul de unicitate în privința ambientului, arhitecturii și confortului în sala de spectacole;

3. prezența tinerilor artiști și creatori, care au deja o imagine reflectată de media, inclusiv în TV și cinematografie, cât și a studenților merituoși ai facultăților de arta spectacolului;

4. comunicarea continuă și coerentă, prin mijloace adecvate nucleului consumatorilor, facilitarea accesului la teatru printr-un dialog permanent cu publicul și mass-media, informarea periodică a acestora prin mijloace online: newsletter transmis pe platforma WhatsApp, Ziarul „Metropolis”, rezervare online, Facebook, Instagram etc.; valorificarea și cultivarea resurselor umane ce vin în contact cu publicul, printr-o atitudine deschisă și primitoare.

Beneficiarul Teatrului Tineretului „Metropolis” este un public tânăr, cu studii superioare finalizate, stabil din punct de vedere socio-economic, având venituri medii spre mari.



George Luca

B) Evoluția profesională a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia:

1. *adecvarea activității profesionale a instituției la politicile culturale la nivel național și la strategia culturală a autorității;*

Conform prevederilor O.G. nr. 21/2007 *privind instituțiile publice de spectacole și concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic*, cu modificările și completările ulterioare, aprobată prin Legea nr. 353/2007, misiunea Teatrului Tineretului „Metropolis” este legată de contribuția adusă la dezvoltarea culturală a comunității, prin realizarea și prezentarea unor producții teatrale moderne, diverse și valoroase, dar și a unor activități culturale de anvergură, care să reflecte tendințele actuale în arta teatrală, prin stimularea tinerilor creatori, asigurând astfel o prezență constantă a instituției în circuitul cultural local, național, european și internațional.

Oferta culturală propusă de Teatrul Tineretului „Metropolis” a răspuns, în anul 2021, mai multor realități cu care ne-am confruntat în anul anterior.

Pe de o parte, vorbim despre *obiectivele, strategia și politicile culturale ale autorităților locale*, pe de altă parte, teatrul a venit în întâmpinarea nevoilor culturale și de formare ale beneficiarilor, cu tendințele acestora de consum. În anul 2021, am acordat, o dată în plus, interes și atenție **tinerilor creatori independenți**, astfel încât, 4 din cele 5 **premiere** ale teatrului au fost ale unor spectacole de debut pentru o bună parte dintre ei.

Urmărind obiectivele specifice ale teatrului, prin diversitatea programelor propuse, conducerea și-a propus să răspundă, în anul 2021, unor nevoi culturale apărute spontan, cu o componentă directă de sprijinire a segmentului independent (2 dintre premierele teatrului venind în **sprijinului companiilor independente precum Asociați culturală Acting Up**), respectiv cu o componentă educațională, prin sprijinirea accesului publicului la reprezentațiile celor 32 de producții de Licență și Master ale UNATC, 2 producții fiind, mai apoi, preluate de teatru.

Teatrul Tineretului „Metropolis” a fost preocupat continuu de varietate și calitate, având o permanentă preocupare pentru atragerea de noi segmente de public (**liceeni, tineri, studenți**), subliniind încă o dată implicarea în formarea unei generații de spectatori care s-a educat odată cu lansarea și consacrarea tinerilor creatori prezenți pe scena de la „Metropolis”.

Buna poziționare a brandului „Metropolis”, eforturile ziarului de a promova și mediatiza tânăra generație de artiști, calitatea ofertei de spectacole, imaginea reflectată în media, dar și de public, parteneriatele cu entități culturale independente și numărul tot mai mare de colaboratori, cu precădere independenți, au creat așteptări ale publicului și au dus la atingerea scopului și a obiectivelor propuse de instituție, încă de la înființare.

Pe de altă parte, dialogul permanent cu publicul – prin site-ul interactiv al teatrului, newsletter-ul trimis pe platforma WhatsApp și comunicările realizate pe platformele de socializare – a demonstrat că oferta culturală a teatrului vine constant în întâmpinarea așteptărilor beneficiarilor/public și media.

2. orientarea activității profesionale către beneficiari;

Deși anii 2020 și 2021 au diminuat interacțiunea directă cu publicul spectator, din cauza pandemiei de Covid-19, Teatrul Tineretului „Metropolis” a depus toate eforturile pentru a păstra relația cu beneficiarii săi, folosindu-se de instrumentul de comunicare online, prin intermediul rețelelor de socializare, cât și prin platforma online www.ziarulmetropolis.ro.

Restricțiile impuse ne-au determinat să fim prezenți și în mediul online, prin difuzarea live streaming a 8 evenimente, ceea ce a însumat un număr de peste 30.000 de vizualizări.

Precizez faptul că teatrul urmărește îndeaproape misiunea și obiectivele stipulate în statutul său, și anume valorificarea optimă a potențialului artistic al tinerilor actori, regizori, scenografi (**minim 60% producții în care să fie implicați tineri sub 35 de ani**), precum și continuarea tradiției artistice a mișcării teatrale naționale, exploatarea consecventă a fondului de dramaturgie națională și universală, clasică și contemporană, sprijinind proiectele independente, ceea ce îi asigură o dinamicitate și o flexibilitate pe piața ofertelor culturale. Cu atât mai mult, în acest an, sensibil marcat de efectele pandemiei, Teatrul Tineretului „Metropolis” și-a asumat susținerea unor premiere în care sunt prezenți, în proporție de sută la sută, tineri sub 35 de ani, fără un loc de muncă stabil, marea majoritate la debut pe o scenă profesionistă de teatru. **Menționăm aici 4 din cele 5 premiere: „Transport de femei”, „Portugalia”, „Brainstorm” și „Bad Jews”.**

Pentru Teatrului Tineretului „Metropolis”, feedback-ul primit din partea publicului spectator rămâne o constantă. Ca atare, teatrul a continuat și intensificat acțiunile privind cunoașterea categoriilor de beneficiari, a preferințelor acestora, cât și a disponibilității timpului liber și a resurselor financiare.

Urmărind constant feedback-ul publicului, atât prin intermediul metodelor de sondaj privind satisfacția publicului (prin Google Analytics și Facebook Analytics), cât și prin aplicarea strategiilor de marketing desfășurate în interiorul instituției, Teatrul Tineretului „Metropolis” a reușit să contureze, pentru fiecare categorie de public, parametri de consum legați de disponibilitatea de timp și cea financiară, precum și de tendințele viitoare de consum cultural. În anul 2021, s-a putut observa un interes sporit al tinerei generații de publicuri, atât în direcția accesării rețelelor sociale, cât și în cea privind participarea directă în calitate de public spectator.

Pentru a avea permanent un feedback al publicului, dar și pentru fidelizarea acestuia, Teatrul Tineretului „Metropolis” folosește în continuare **sistemul personalizat de vânzare a biletelor, utilizând cu precădere vânzarea online**, ca urmare a măsurilor impuse în perioada stării de alertă și, doar în cazuri excepționale, vânzarea B2C la Casa de bilete a Teatrului Tineretului „Metropolis” .

Printre facilitățile de bază ale acestei platforme se află: sistemul de management al clienților, politici de securitate și management al conturilor, **sistemul de management al biletelor vândute, raportare diferențiată, cu posibilitate de grupare multi-nivel, implementare de sistem bazat pe identificare automată cu coduri de bare etc.** Instrumentele de sondare a publicului au fost și sunt produsele online, precum newsletter-ul trimis pe platforma WhatsApp și site-ul propriu.

Activități profesionale orientate către publicul larg și grupul țintă:

- ✓ **Deși anul 2021 a limitat** accesul publicului în sala de spectacol, instituția a continuat activitățile profesionale orientate către public, integrând în portofoliul său artiști independenți și spectacole create de trupe independente și tineri aflați la debut;
- ✓ **Exploatarea ofertei culturale în mediul online**, cât și la sediul instituției, cu activități specifice teatrului;
- ✓ Diversificarea ofertei culturale prin participarea mai largă a unei categorii de public tânăr și foarte tânăr la spectacole;
- ✓ Exploatarea consecventă a fondului de dramaturgie națională și universală, clasică și contemporană;
- ✓ **Stimularea inovației și creativității**, prin prezentarea spectacolelor de Licență și Master aparținând UNATC, accesibile publicului larg dar și prin prezentarea unor premiere susținute de artiști foarte tineri;
- ✓ Diversificarea ofertei culturale prin programe ample care să atragă noi categorii de public, în vederea creșterii indicatorilor de consum cultural;
- ✓ Promovarea creației teatrale la nivel local și național.

Activități profesionale dedicate tinerilor artiști (actori, regizori, scenografi etc.):

- ✓ Valorificarea optimă a potențialului artistic al tinerilor actori, regizori, scenografi (**minim 60% producții cu tineri sub 35 de ani**);
- ✓ Realizarea de producții/programe proprii cu **tineri artiști colaboratori**, angajați în condițiile legii;
- ✓ Valorizarea creației teatrale contemporane în context european și internațional;
- ✓ **Identificarea și lansarea de noi talente** pentru arta spectacolului din România.

3. analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse

Principalele direcții de acțiune ale instituției, în anul 2021, pot fi sintetizate astfel:

1. **Acordarea unei priorități majore segmentului de artiști independenți** – tineri și foarte tineri – prin lansarea a 4 (din cele 5) premiere ale teatrului, ce vin în sprijinul proiectelor independente, ceea ce îi asigură instituției o dinamicitate și o flexibilitate pe piața ofertelor culturale;

Trebuie subliniat faptul că o astfel de alegere repertorială a sensibilizat mult segmentul de public tânăr și foarte tânăr, contribuind astfel la definirea, educarea și formarea unui gust estetic al tinerei generații de publicuri.

Menționăm faptul că cele 4 premiere se subsumează programului „Metropolis Edu-CulT/MET Educație prin Teatru”.

2. Valorificarea repertoriului existent de spectacole, prin **reluare a 8 titluri din anii anteriori.**

Teatrul a continuat colaborarea cu actorii, regizorii, scenograful și coregraful conectați la limbajul artistic contemporan, având ca scop instaurarea și cultivarea unui climat artistic superior, obiectivul principal fiind promovarea creației interpretative românești, inclusiv prin încurajarea tinerelor talente din România. Ținând cont de condițiile impuse de situația pandemică la nivel mondial, s-a constatat, în continuare, nevoia și interesul de promovare a artei românești în lume, în vederea menținerii unei imagini pozitive a artelor spectacolului în rândul iubitorilor de teatru.

De asemenea, anul 2021 a făcut posibilă lansarea unei premiere ce se încadrează în programul „Excelența în teatru”, prin prezentarea spectacolului „O casă de păpuși - partea a doua”, în care nume consacrate ale scenei românești de teatru sunt prezente: Oana Pellea, Vlad Ivanov și Victoria Cociăș, alături de mai tânăra actriță Catinca Nistor.

3. Continuarea parteneriatului cu instituții de învățământ de stat și private, de specialitate, respectiv crearea unor parteneriate cu instituții și organizații de profil, independente;

- ca urmare a situației create de coronavirusul SARS-CoV-19, în vederea evitării unei supra-aglomerări la sediul UNATC, Teatrul Tineretului „Metropolis” – în calitate sa de **rampă de lansare** a tinerei generații de artiști – a avut posibilitatea de a susține, pe scenele sale, un număr de **32 de reprezentații** cu examenele de Licență și Master, în conformitate cu parteneriatul încheiat cu Universitatea Națională de Artă Teatrală și Cinematografică „I.L. Caragiale”, în acest fel evidențiindu-se programele „MET – Cultură și educație prin teatru” și „Teatru pentru comunitate”. Accesul la aceste spectacole a fost gratuit, în limita locurilor disponibile.

De asemenea, în acest context, s-a putut observa un interes crescut nu doar al tinerei generații de spectatori în formare, ci și o participare masivă a publicului fidel al teatrului, format din categorii sociale și de vârstă foarte diferite.

4. Continuarea demersurilor de comunicare în mediul online, prin rețelele de socializare Facebook și Instagram, prin **platforma Ziarului „Metropolis” (programul „Artistul Metropolitan”)** și prin intermediul platformei WhatsApp, vizând dezvoltarea continuă a unei relații strânse între public și Teatrul Tineretului „Metropolis”.
5. Buna gestionare a resurselor umane și financiare, în vederea atingerii obiectivelor propuse.

Direcțiile propuse pentru mandatul 2020 – 2023, prin Programul „Excelența în teatru”, Programul „Metropolis Edu-CuIT”/M.E.T. Educație prin Teatru” și Programul „Artistul Metropolitan”, au o amprentă specifică instituției, ele fiind atinse în anul 2021, chiar în condiții neprielnice teatrului.

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

c.1.măsuri de organizare internă;

| Reglementări interne | Măsuri |
|---|--|
| Regulamentul de Organizare și Funcționare | <p>ROF-ul Teatrului Tineretului „Metropolis”, aprobat prin H.C.G.M.B. nr. 379/24.11.2016, reprezintă documentul integrat al actului administrativ emis de către autoritatea administrației publice locale, în conformitate cu care instituția își desfășoară activitatea.</p> <p>Totodata, în ROF se reglementează faptul că Teatrul Tineretului „Metropolis” este o instituție de spectacole care se încadrează în categoria expres delimitată de art. 7 din O.G. nr. 21/2007, aprobată prin Legea 353/2007 - alte tipuri de instituții de spectacole.</p> <p>În anul 2021, nu s-au operat niciun fel de modificări în ROF.</p> |
| Regulamentul intern | <p>Printr-o analiză de ansamblu, <i>Regulamentul intern</i> reprezintă acea reglementare prin care se concretizează modul de desfășurare a activităților, reprezentând, în fapt, o prelungire a prevederilor Regulamentului de Organizare și Funcționare, punându-se accentul pe modul în care se realizează angajarea personalului, precum și pe: drepturile și obligațiile acestuia în raport cu cele ale angajatorului, intervalul de timp în care sarcinile de serviciu sunt aduse la îndeplinire, prerogativa sancționatorie a angajatorului în caz de abateri de la regulile de disciplină a muncii etc.</p> |
| Fișa de post | <p>În decursul anului 2021, au fost reactualizate fișele de post pentru funcțiile de Casier, Secretar PR, Regizor tehnic și Muncitor calificat (cu atribuții de șofer).</p> |
| Evaluarea personalului | <p>În conformitate cu prevederile legale, s-a făcut evaluarea profesională a tuturor salariaților, prin întocmirea de fișe individuale, aferente activității desfășurate în anul 2020.</p> |
| Decizii ale Managerului/Directorului | <p>În mod generic, aceste decizii au privit: încetarea și suspendarea raporturilor de muncă, stabilirea unor comisii pentru diferite activități îndeplinite pentru buna funcționare a instituției, alte reglementări interne etc.</p> <p>În anul 2021, au fost redactate 23 de decizii ale managerului privind aspecte esențiale ce țin de activitatea curentă în cadrul organizației.</p> |

Controlul intern managerial

Teatrul Tineretului „Metropolis” a asigurat implementarea și aplicabilitatea standardelor de control intern managerial, în conformitate cu prevederile Ordinului nr. 600/2018 privind aprobarea Codului controlului intern managerial al entităților publice.

Având în vedere impactul produs de starea pandemică asupra instituțiilor de spectacole, principalele obiective ce țin de Controlul Intern Managerial s-au limitat la continuitatea activității artistice, a celei administrative, cât și în vederea respectării măsurilor sanitare de siguranță impuse de lege, pe perioada stării de alertă. Acest fapt a condus la regândirea sistemului de control managerial. Activitatea de control intern a fost influențată de măsurile luate: distanțare fizică, limitarea deplasărilor, reorganizarea timpului de muncă prin decalarea programului de lucru, evitarea și limitarea întâlnirilor și a accesului în instituție.

În acest context, Teatrul Tineretului „Metropolis”, prin intermediul Comisiei de monitorizare a sistemului de control intern managerial, respectiv sub supravegherea conducerii instituției, a procedat la adaptarea mecanismelor de autocontrol pentru a permite asigurarea implementării standardelor specifice sistemului de control intern managerial.

În susținerea aplicabilității la nivelul Teatrului Tineretului „Metropolis” a unui sistem de control intern managerial care permite asigurarea rezonabilă că fondurile publice gestionate în scopul îndeplinirii obiectivelor generale și specifice au fost utilizate în condiții de legalitate, regularitate, eficacitate, eficiență și economicitate, menționez următoarele aspecte relevante:

i. Stabilirea unor prevederi concrete privind modalitatea de derulare a activităților de către Comisia de monitorizare și indicarea expresă a obligațiilor pe care trebuie să le îndeplinească, inclusiv din perspectiva coordonării de către Președintele Comisiei de monitorizare a sistemului de control intern managerial a procesului de management al riscului, în contextul pandemiei actuale;

ii. Aplicarea Programului de dezvoltare a sistemului de control intern managerial, care cuprinde obiective și acțiuni care corespund planurilor și măsurilor aplicate de către structurile din cadrul instituției pentru aducerea la îndeplinire a obiectivelor specifice, mai ales pentru asigurarea continuității activității și asigurarea protecției angajaților.

În susținerea eficacității sistemului de control intern managerial, aplicabil la nivelul Teatrului Tineretului „Metropolis”, consider relevante următoarele elemente:

i. Acordarea unei atenții deosebite procedurilor documentate, în sensul consolidării, dezvoltării, creării și eventual modificării, revizuirii acestora, astfel încât să fie asigurat un control intern managerial aplicat celor cinci elemente interdependente ale controlului intern managerial, respectiv:

- a) mediul de control;
- b) performanțele și managementul riscului;
- c) activități de control;
- d) informarea și comunicarea;
- e) evaluare și audit.

ii. Adaptarea sistemului de control intern managerial în vederea realizării obiectivelor actuale, prin raportare și la Programul minimal, parte a strategiei managementului.

În acest sens, prin intermediul Comisiei de monitorizare a sistemului de control intern managerial s-a asigurat coordonarea, îndrumarea metodologică și monitorizarea sistemului de control intern managerial pentru respectarea cerințelor constând, în principal, în următoarele:

a) Adaptarea sistemului de control intern managerial la dimensiunile, complexitatea și mediul specific de lucru

| | |
|--|--|
| | <p>în contextul măsurilor sanitare de siguranță existente pe parcursul anului 2021;</p> <p>b) Prin intermediul sistemului de control intern managerial s-a urmărit, în permanență, dezvoltarea tuturor activităților/operațiunilor derulate în cadrul instituției;</p> <p>c) Asigurarea atingerii obiectivelor specifice ale Teatrului Tineretului „Metropolis”, in condițiile actuale;</p> <p>d) Aplicabilitatea regulilor minimale de management, încadrate în standardele de control intern managerial;</p> <p>e) Asigurarea unui cost inferior aplicării sistemului de control intern managerial în raport de beneficiile determinate.</p> <p>iii. Aplicarea standardelor de control intern managerial în cadrul instrumentelor specifice sistemului de control intern managerial, regulamente, decizii, documente interne, documente specifice, proceduri formalizate constând în proceduri de sistem și proceduri operaționale, precum și în elaborarea și aplicarea Programului de dezvoltare a sistemului de control intern managerial.</p> <p>iv. Întocmirea procesului de autoevaluare a sistemului de control intern managerial, prin raportarea la standardele aplicabile și la specificul, măsurile, acțiunile și rezultatele aferente sistemului de control intern managerial al Teatrului Tineretului „Metropolis”.</p> |
| <p>Sistemul de management al calității</p> | <p>Teatrul Tineretului „Metropolis” a obținut Recertificarea Sistemului de Management al Calității, conform standardului de referință SR EN ISO 9001:2015, în urma vizitei de audit, efectuată de organismul de certificare AMG INITIUM CERT, în perioada 14 – 15.07.2021, care s-a finalizat fără neconformități.</p> <p>Angajamentul managementului privind dezvoltarea și îmbunătățirea Sistemului de Management al Calității.</p> |



George Ionescu

conform SR EN ISO 9001:2015, este definit în **Declarația Directorului General privind politica în domeniul calității, ediția 2/2 din 13.01.2020.**

Managerul acționează proactiv pentru îmbunătățirea Sistemului de Management al Calității și satisfacerea cerințelor publicului instituției. Declarația Managerului privind politica în domeniul calității este adecvată scopului Instituției – Teatrul Tineretului „Metropolis” – și corespunde naturii activităților desfășurate incluzând un angajament de îmbunătățire continuă. Politica este adusă la cunoștința personalului organizației. Politica este pusă la dispoziția angajaților și a publicului. Sunt stabilite Obiective pentru sistemul de management și procesele identificate, printr-un Program de Management. Obiectivele sunt măsurabile și în concordanță cu declarația de politică. Pentru toate funcțiile se stabilesc responsabilități, termene limită și resurse în vederea realizării obiectivelor. Obiectivele sunt cunoscute de către personal prin instruire.

Prin organigrama sunt definite clar responsabilitățile și autoritățile în cadrul instituției. Responsabilitățile și autoritățile identificate sunt documentate în decizii, proceduri, instrucțiuni de lucru, în fișele postului și sunt comunicate prin semnarea de către ambele părți implicate.

Comunicarea internă este eficientă, rapidă, asigurând, între angajații implicați, un transfer complet și nedistorsionat de informații relevante, pentru a asigura o funcționare corectă a sistemului de management.

Sistemul de Management al Calității Recertificat, conform SR EN ISO 9001:2015, în cadrul Instituției – Teatrul Tineretului „Metropolis” – , a fost documentat într-un **Manual al sistemului de management, cod MSMC, ediția 2/2 / 13.01.2020**, și în proceduri documentate.

Organizația a identificat procesele sistemului de management (activitățile principale) și interacțiunea acestor procese.

Pentru fiecare proces au fost asigurate resursele necesare și a fost numit câte un responsabil de proces (Șef birou), coordonat de Manager.

Documentele elaborate ale sistemului (Manual; Proceduri) au fost verificate conform procedurii **Controlul informațiilor documentate, cod PS.04 / Ed.2/rev.2/ 13.01.2020**, și aprobate de către Manager

RSMC (Responsabil cu Sistemul de Management al Calității) este persoana responsabilă pentru revizuirea și actualizarea documentației. Toate documentele se difuzează în conformitate cu *Lista de difuzare/retragere*, iar în acest document se regăsesc și revizuirile, lista fiind atașată fiecărui document disponibil.

Fiecare parte componentă a structurii organizaționale asigură controlul înregistrărilor Sistemului de Management al Calității, aferente zonei de responsabilitate, prin aplicarea prevederilor procedurii. Termenele de păstrare pentru fiecare tip de înregistrare respectă prevederile legale și pe cele stabilite în procedură. Documentele primite din exterior – prin poștă, fax și e-mail – trebuie înregistrate în „Registrul de intrări-ieșiri”, în care li se alocă un număr de înregistrare și se indică data, sursa, tipul/indicativul/codul/numarul (după caz).

A fost revizuită procedura privind **Analiza efectuată de management PS.07/2020** (Sedința Managementului organizată anual). Prin Analiza de management se stabilesc acțiuni și resurse legate de îmbunătățirea sistemului de management și a proceselor sale, pentru creșterea calității serviciilor legate de cerințele clientului (de exemplu, certificarea sistemului de management, instruirea personalului cu privire la o mai bună analiză a satisfacerii cerințelor clienților etc.).

A fost stabilit, prin proceduri, modul cum se planifică procesul de organizare spectacole, cine propune, cine întocmește și cine aprobă această planificare, care sunt documentele care rezultă în urma planificării și care este circuitul acestora.

A fost documentată, prin Instrucțiuni de lucru, fiecare activitate identificată în zona de organizare spectacole. Instituția asigură, prin metode corespunzătoare (verificări independente, analiza datelor, indicatori de performanță ai proceselor), monitorizarea proceselor Sistemului de Management.

Activitățile/procesele care nu respectă criteriile de calitate stabilite sunt considerate produse neconforme și sunt înregistrate în *Raport de neconformitate și acțiuni corective*, conform procedurii **Neconformități și acțiuni corective PS.05/2020**.

În perioada analizată s-au implementat și cerințele privind managementul riscului – riscuri legate de procese sau clienți – și s-a luat în calcul contextul în care evoluează instituția, cu o deschidere spre părțile

| | |
|----------------|---|
| | <p>interesate pertinente în cadrul zonei sistemului de management.</p> <p>Din punct de vedere al Sistemului de Management al Calității, TEATRULUI TINERETULUI „METROPOLIS”, prin personalul de specialitate, își propune, pentru perioada 2022 – 2023, să ofere soluții optime, de calitate, în acord cu dorințele clienților săi (spectatorii), astfel încât să nu existe riscuri care pot afecta conformitatea cu cerințele spectatorilor, cu cerințele legale/reglementate sau performanțele Sistemului de Management al Calității.</p> <p>Managementul TEATRULUI TINERETULUI „METROPOLIS” acționează în direcția îmbunătățirii continue a eficacității și eficienței proceselor SMC, prin asigurarea adecvării permanente a politicii în domeniul calității și a obiectivelor calității, prin luarea în considerare, în cadrul analizei efectuate de management, a rezultatelor verificărilor, a analizei datelor și a acțiunilor corective.</p> <p>Managementul TEATRULUI TINERETULUI „METROPOLIS” va asigura toate resursele necesare desfășurării activității instituției, în cele mai bune condiții.</p> <p>TEATRULUI TINERETULUI „METROPOLIS” va asigura menținerea Recertificării pentru Sistemul de Management al Calității, în conformitate cu standardul SR EN ISO 9001:2015, implementat în cadrul instituției.</p> |
| Auditul intern | În cadrul entității nu există Compartiment de Audit Intern, dar această activitate se realizează de către Primăria Municipiului București, prin departamentul de specialitate. |

c.2. propuneri privind modificarea reglementărilor interne;

În anul 2021, nu au existat modificări ale Statului de funcții al Teatrului Tineretului „Metropolis”.

c.3. sinteza activității organismelor colegiale de conducere;

Funcționarea **Consiliului Administrativ** și a **Consiliului Artistic**, organisme de conducere pe cele două paliere de activitate ale instituției, respectiv artistic

administrativ, s-a realizat, în anul precedent, îndeplinind următoarele atribuții statuate prin Regulamentul de Organizare și Funcționare, care prevăd:

Consiliul Administrativ:

- dezbate problemele privitoare la conducerea tuturor sectoarelor instituției care aduc la îndeplinire proiectele culturale și activitățile artistice prevăzute în repertoriu;
- dezbate execuția bugetului de venituri și cheltuieli, în raport cu prioritățile de moment și cele de perspectivă, asumate de instituție;
- dezbate problematica legală cu privire la derularea unor investiții, necesitatea unor dotări specifice și aprovizionarea cu materiale necesare activității administrative și desfășurării spectacolelor etc.;
- dezbate problemele organizatorice din activitatea funcțională curentă;
- analizează și aprobă utilizarea pentru necesitățile instituției a cotelor (stabilite în condițiile legii) din veniturile proprii rezultate din exploatarea unor bunuri aflate în administrarea teatrului, sume gestionate în regim extrabugetar;
- dezbate alte probleme ce se impun a fi rezolvate în realizarea obiectului de activitate al instituției;
- analizează și propune spre aprobare Consiliului General al Municipiului București costul biletelor și nivelul tarifelor practicate de instituție, în urma analizei prețului pieței, ținând cont, în același timp, de misiunea de educație prin cultură și de accesul cât mai larg la actul cultural-artistic pentru toate categoriile sociale;
- dezbate propunerile privind structura organizatorică (organigrama) și structura funcțiilor utilizate de instituție (statul de funcții), alte probleme legate de activitatea de resurse umane;
- analizează și aprobă, după caz, pentru personalul artistic de specialitate angajat, încheierea de contracte (conform prevederilor legale privind dreptul de autor și drepturile conexe) sau cumulul de funcții în alte instituții;
- analizează și aprobă, după caz, pentru personalul artistic de specialitate, încheierea de contracte (conform prevederilor legale privind dreptul de autor și drepturile conexe) sau cumulul de funcții pentru persoanele din afara instituției;
- analizează, în acord cu prevederile contractului de management al managerului, proiectele de hotărâri elaborate de conducerea executivă (avizate, după caz, de Consiliul Artistic) îndeplinindu-și rolul deliberativ prin aprobarea sau, după caz, restituirea lor, însoțite de observații și propuneri motivate, în vederea modificării;
- sunt supuse spre aprobare în mod obligatoriu:
 - a) rolurile din cadrul noilor producții artistice, distribuite fără selecție;
 - b) păstrarea sau scoaterea unor producții artistice din repertoriu;
 - c) deciziile de punere în scenă;
 - d) valorile aprecierilor activității anterioare.
- aprobă cuantumul indemnizațiilor de conducere specifice, prevăzute de lege pentru personalul artistic și tehnic de specialitate, la propunerea șefilor de compartimente/ coordonatori/consultanți, după caz, cu luarea în considerare a performanțelor personalului coordonat;
- aprobă acordarea sporurilor, majorărilor și stimulentele prevăzute de lege pentru personalul de specialitate, în limitele bugetului aprobat.

Consiliul Administrativ analizează și aprobă deciziile în conformitate cu procedurile prevăzute în prezentul regulament și/sau cu procedurile interne proprii, elaborate la nivelul instituției.

Dezbaterile Consiliului Administrativ se concretizează în decizii și/sau procese-verbale de ședință, conținând propuneri și concluzii care se adoptă cu respectarea legislației în vigoare.

Consiliul Administrativ este obligat să invite reprezentanții sindicatului sau reprezentantul salariaților din instituție să participe la ședințele sale în care se dezbate probleme din sfera de interes a sindicatului (ori care privesc salariații), cu respectarea condițiilor prevăzute de lege. Participarea se face cu statut de observator cu drept de opinie, dar fără drept de vot.

Specialiștii din cadrul instituției, invitați la dezbateri (în funcție de ordinea de zi), au statut de observator cu drept de opinie, dar fără drept de vot. Consiliul Administrativ se întrunește trimestrial sau ori de câte ori este nevoie, la propunerea managerului. Membrii Consiliului Administrativ se convoacă în mod obligatoriu de către managerul instituției, prin intermediul personalului desemnat de acesta (secretarului Consiliului Administrativ), cu minimum 24 ore înainte de data desfășurării ședinței. Hotărârile se aprobă cu majoritatea voturilor. Dezbaterile, concluziile și hotărârile Consiliului Administrativ se consemnează în cadrul proceselor-verbale întocmite de secretarul Consiliului. Activitatea Consiliului Administrativ este nereturnată.

În concluzie, Consiliul Administrativ este organul deliberativ care, prin hotărârile pe care le adoptă, în toate domeniile esențiale din activitatea instituției, mai sus enumerate, realizează conducerea operativă a instituției.

Sedințe ale Consiliului Administrativ

În anul 2021, Consiliul Administrativ s-a întrunit în ședințe cu caracter ordinar, în următoarele date: 11.01; 18.04; 29.07; 12.10.

Consiliul Artistic

Consiliu Artistic este un organism colegial cu rol consultativ, constituit prin decizie a managerului și are în componență 5 membri.

Principalele atribuții ale Consiliului Artistic sunt:

- dezbaterea proiectelor culturale, a activităților artistice din domeniul de activitate specific;
- formularea de propuneri pentru repertoriul propriu al teatrului, pentru fiecare stagiune;
- dezbaterea, la nevoie, a unor aspecte legate de regia artistică și tehnică a unor spectacole de teatru;
- dezbaterea problemelor legate de stimularea și exprimarea valorii spiritualității naționale, promovarea unor prestații artistice de valoare, afirmarea creativității și talentului pe principiul libertății de creație, al primordialității valorii;
- dezbaterea altor probleme de ordin artistic, respectiv din activitatea de specialitate ce se impun a fi rezolvate;

- o analiza de proiecte de hotărâri elaborate de conducerea executivă de evaluare, pe care le înaintează, după avizare, Consiliului Administrativ, pentru analiză și aprobare;
- o avizează noile piese de teatru ce se constituie în premierele instituției.

Consiliul Artistic analizează și avizează proiectele de hotărâri în conformitate cu procedurile prevăzute în prezentul regulament și/sau cu procedurile interne proprii, elaborate la nivelul instituției.

Lucrările Consiliului Artistic se concretizează în concluzii sau propuneri, cu respectarea legislației în vigoare, care se adoptă în prezența a cel puțin două treimi din membri, cu votul majorității simple.

Consiliul Artistic se întrunește ori de câte ori este nevoie, la propunerea managerului.

Activitatea Consiliului Artistic este neremunerată.

Concluzionând, Consiliul Artistic reprezintă organul colegial care asistă și consiliază managerul în privința repertoriului abordat, a stabilirii fiecărui proiect cultural în parte și a oricărui aspect de ordin artistic ce trebuie reglementat în activitatea instituției.

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

Fluctuații de personal

| Anul | luna | Număr salariați | Observații |
|------|------------|--------------------|--|
| 2021 | respectiv: | 71 posturi în stat | toate încetările raporturilor de muncă au privit funcțiile de execuție |
| | ianuarie | 67 | 1 încetare (deces) |
| | februarie | 66 | - |
| | martie | 66 | - |
| | aprilie | 66 | - |
| | mai | 66 | 1 suspendare (concediu creștere copil) |
| | iunie | 66 | - |
| | iulie | 66 | - |
| | august | 66 | 1 încetare (expirare durata contract) |
| | septembrie | 65 | - |
| | octombrie | 65 | - |
| | noiembrie | 65 | - |

| | | | |
|--|-----------|----|---|
| | decembrie | 65 | - |
|--|-----------|----|---|

| | | |
|---|---|--|
| Numărul de concursuri organizate | 0 | |
| Fluctuația la nivelul funcțiilor de conducere | 0 | |
| Cursuri formare/perfecționare | 0 | - |
| Motivare/sanționare | 0 | În anul 2021 nu au fost aplicate sancțiuni disciplinare. |

c.5. Măsuri luate pentru gestionarea patrimoniului instituției, îmbunătățiri/refuncționalizări ale spațiilor:

- Lucrări reparații generale în cadrul subsolului.

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

| An | Entitate în control | Scop | Constatări/măsuri |
|------|---|---|---|
| 2021 | Curtea de Conturi a României – Camera de Conturi București (control efectuat în anul 2020) | Misiunea de audit financiar asupra situațiilor financiare întocmite la data de 31.12.2019 | În anul 2021, măsura privind „Evaluarea, înregistrarea în evidența contabilă a terenului în suprafață de 2.760 mp, situat în București, Str. Leonida nr. 9, Sector 2, aflat în administrarea entității, precum și înscrierea în cartea funciară, conform prevederilor legale” a fost îndeplinită în totalitate. |

D. Evoluția situației economico-financiare a instituției

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

| Denumirea indicatorilor | BUGET TOTAL 2021 (lei) | Încasări realizate 2021 (lei) |
|--|---------------------------------|-------------------------------------|
| TOTAL VENITURI | 9.917.000 | 8.158.165 |
| Subvenții pentru instituții publice | 9.017.000 | 7.667.000 |
| Venituri proprii, din care: | 900.000 | 491.165 |
| Venituri proprii din vânzarea de bilete | 450.000 | 69.440 |
| Alte venituri din prestări servicii și alte activități | 450.000 | 421.725 |

| Denumirea indicatorilor | BUGET TOTAL 2021 (lei) | Plăți efectuate 2021 (lei) |
|---------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| TOTAL CHELTUIELI | 9.917.000 | 8.158.165 |
| Cheltuieli de personal | 4.927.000 | 4.747.242 |
| Bunuri și servicii, din care: | 4.990.000 | 3.410.923 |
| Alte cheltuieli cu bunuri și servicii | 4.200.000 | 3.218.534 |
| Cheltuieli cu proiectele culturale | 90.000 | 0 |
| Cheltuieli cu colaboratorii | 700.000 | 192.389 |
| Cheltuieli de capital | 0 | 0 |

| Indicatori financiar-economici în anul 2021 | Rezultate |
|---|-----------|
| Realizarea veniturilor proprii în comparație cu veniturile prevăzute în Bugetul de venituri și cheltuieli aprobat | 54,57% |
| Procentul destinat pentru plata colaboratorilor implicați în proiectele culturale din total cheltuieli cu spectacolele | 100% |
| Procentul de autofinanțare al proiectelor culturale (producției pieselor de teatru) | 0% |
| Ponderea cheltuielilor de personal în totalul cheltuielilor | 58,19% |
| Ponderea cheltuielilor de capital în totalul cheltuielilor | 0% |

În anul 2007, Teatrul Tineretului „Metropolis” a avut încasări din venituri proprii în valoare de 101.200 lei. În 2019, valoarea veniturilor proprii a atins suma de 1.458.918 lei. Astfel, se constată o creștere procentuală de 1.441,62%.

În urma activității desfășurate, în ultimii ani, veniturile înregistrate, conform execuției bugetare anuale de venituri și cheltuieli, au crescut gradual de la an la an, până în anul 2019, respectându-se, astfel, cerințele perioadelor anterioare de management. Spre exemplu:

În anul 2016: 1.033.mii lei;

În anul 2017: 1.065 mii lei (cu 3% mai mari față de 2016);

În anul 2018: 1.084 mii lei (cu 1,78% mai mari față de 2017);

În anul 2019: 1.459 mii lei (cu 35% mai mari față de 2018).

În anul 2021, la fel ca în anul 2020, lipsa finanțării și imposibilitatea desfășurării activității de bază a instituției, din cauza pandemiei de Covid-19, au dus la imposibilitatea realizării obiectivelor propuse în proiectul de management, atât la capitolul venituri, cât și la capitolul cheltuieli, cheltuielile cu producțiile fiind 0.

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

În mod normal, Teatrul Tineretului „Metropolis” își desfășoară activitatea artistică în cele două săli de spectacole, aflate în incinta imobilului din Strada Mihai Eminescu nr. 89, având capacități de 150 locuri (Sala „Olga Tudorache”) și de 100 de locuri (Sala „Centenar”), dar, în anul 2021, cu toate măsurile impuse prin Hotărârile de Guvern privind distanțarea socială, capacitatea sălilor a fost, în medie, de 50 locuri (Sala „Olga Tudorache”) și de 30 de locuri (Sala „Centenar”).

| Nr. Crt. | Indicatori de performanță | Perioada evaluată |
|----------|---|----------------------|
| 1. | Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri – cheltuieli de capital)/ nr. de beneficiari | 145,41 |
| 2. | Fonduri nerambursabile atrase (lei) | 0 |
| 3.1. | Număr de premiere | 5 |
| 3.2. | Număr de refaceri | 8 |
| 3.3. | Număr de coproducții | 4 |
| 3.4. | Număr de spectacole în regim de protocol | 0 |
| 4. | Număr de apariții media (fără comunicate de presă) | 1007 |
| 5. | Număr de beneficiari neplătitori | 53.934 |
| 6. | Număr de beneficiari plătitori | 2.170 |
| 7. | Număr de spectacole/expoziții: | 96 |
| 8. | Număr de proiecte/acțiuni culturale | 28 |
| 9. | Venituri proprii din activitatea de bază | 69.440 |
| 10. | Venituri proprii din alte activități | 421.725 |
| 11. | Număr de participări la festivaluri, gale, concursuri etc. | 1 |
| 12. | Indice de ocupare a sălii la sediu, în condițiile impuse de lege (%) | 100% din 50% posibil |

*Numărul de beneficiari neplătitori ai Teatrului Tineretului „Metropolis” se împarte în 3 categorii: spectatori care beneficiază de acces gratuit, intrând în grupe de persoane care, conform legislației în vigoare, pot participa la desfășurarea spectacolelor în mod gratuit (exp. persoane cu dizabilități, presă etc.), spectatori care au participat la spectacolele cu acces gratuit, dar și spectatori online

PREMIERĂ „O CASĂ DE PĂPUȘI - PARTEA A DOUA”

| PERSONAL PARTICIPANT PREMIERĂ | (Nr.) |
|--|----------------|
| Angajați proprii (detaliat pe specialități) | 11 |
| - regizor tehnic | 1 |
| - operator lumini | 2 |
| - operator sunet | 1 |
| - mașinist | 4 |
| - cabinieră | 2 |
| - recuziter | 1 |
| Colaboratori (detaliat pe specialități) | 10 |
| - regizor artistic | 1 |
| - scenograf decor, costume | 1 |
| - asistent scenograf decor, costume | 1 |
| - traducator text | 1 |
| - machior | 1 |
| - hair stylist | 1 |
| - artiști interpreți | 4 |
| BUGET PREMIERĂ | (lei) |
| TOTAL cheltuieli (Costuri de producție + Cheltuieli de reprezentare + Alte tipuri de cheltuieli) | 265.117 |
| Costuri de producție, din care: | 200.597 |
| Costume | 24.014 |
| Decor | 46.291 |
| Recuzită, accesorii | 14.327 |
| Materiale de producție diverse | - |
| Prestări servicii | - |
| Onorarii artiști creatori (Lg. 8/1996) (regizor artistic, scenograf, asistent scenograf, traducator) | 105.886 |
| Taxe și impozite | - |
| Alte tipuri de cheltuieli producție (detaliat) | |
| - drepturi de autor text | 9.279 |
| - concept afiș | 800 |
| Cheltuieli de reprezentare, din care: | 64.520 |
| Onorarii artiști interpreți (Lg.8/1996) (actori colaboratori) | 64.490 |
| Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în sală | - |
| Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în aer liber | - |
| Diverse materiale necesare (recuzită consumabilă/reprezentatie) | 30 |
| Taxe și impozite | - |
| Alte tipuri de cheltuieli de reprezentare (detaliat) | |
| Alte tipuri de cheltuieli, din care: | |



George Ionescu

| PREMIERĂ „BRAINSTORM” | |
|--|---------------|
| PERSONAL PARTICIPANT PREMIERĂ | (Nr.) |
| Angajați proprii (detaliat pe specialități) | 11 |
| - regizor tehnic | 1 |
| - operator lumini | 2 |
| - operator sunet | 1 |
| - mașinist | 4 |
| - cabinieră | 2 |
| - recuziter | 1 |
| Colaboratori (detaliat pe specialități) | 19 |
| - regizor artistic | 1 |
| - scenograf decor, costume | 1 |
| - coregraf | 1 |
| - adaptare text | 1 |
| - ilustrație muzicală | 1 |
| - light design | 1 |
| - artiști interpreți | 13 |
| BUGET PREMIERĂ | (lei) |
| TOTAL cheltuieli (Costuri de producție + Cheltuieli de reprezentare + Alte tipuri de cheltuieli) | 61.055 |
| Costuri de producție, din care: | 57.917 |
| Costume | - |
| Decor | - |
| Recuzită, accesorii | - |
| Materiale de producție diverse | - |
| Prestări servicii | - |
| Onorarii artiști creatori (Lg. 8/1996) (regizor artistic, scenograf, asistent scenograf, traducator) | 57.917 |
| Taxe și impozite | - |
| Alte tipuri de cheltuieli producție (detaliat) | - |
| Cheltuieli de reprezentare, din care: | 3.138 |
| Onorarii artiști interpreți (Lg.8/1996) (actori colaboratori/reprezentatie) | 3.138 |
| Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în sală | - |
| Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în aer liber | - |
| Diverse materiale necesare (recuzită consumabila/reprezentatie) | - |
| Taxe și impozite | - |
| Alte tipuri de cheltuieli de reprezentare (detaliat) | - |
| Alte tipuri de cheltuieli, din care: | - |
| | |
| | |

| PREMIERĂ „BAD JEWS” | |
|--|---------------|
| PERSONAL PARTICIPANT PREMIERĂ | (Nr.) |
| Angajați proprii (detaliat pe specialități) | 11 |
| - regizor tehnic | 1 |
| - operator lumini | 2 |
| - operator sunet | 1 |
| - mașinist | 4 |
| - cabinieră | 2 |
| - recuziter | 1 |
| Colaboratori (detaliat pe specialități) | 7 |
| - regizor artistic, scenograf drcor, costume | 1 |
| - traducator text | 1 |
| - light design | 1 |
| - artiști interpreți | 4 |
| BUGET PREMIERĂ | (lei) |
| TOTAL cheltuieli (Costuri de producție + Cheltuieli de reprezentare + Alte tipuri de cheltuieli) | 43.230 |
| Costuri de producție, din care: | 42.121 |
| Costume | - |
| Decor | - |
| Recuzită, accesorii | - |
| Materiale de producție diverse | - |
| Prestări servicii | - |
| Onorarii artiști creatori (Lg. 8/1996) (regizor artistic, scenograf, asistent scenograf, traducator) | 42.121 |
| Taxe și impozite | - |
| Alte tipuri de cheltuieli producție (detaliat) | - |
| Cheltuieli de reprezentare, din care: | 1.109 |
| Onorarii artiști interpreți (Lg.8/1996) (actori colaboratori/reprezentatie) | 1.064 |
| Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în sală | - |
| Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în aer liber | - |
| Diverse materiale necesare (recuzită consumabilă/reprezentatie) | 45 |
| Taxe și impozite | - |
| Alte tipuri de cheltuieli de reprezentare (detaliat) | - |
| Alte tipuri de cheltuieli, din care: | - |

| PREMIERĂ „PORTUGALIA” | |
|--|--------------|
| PERSONAL PARTICIPANT PREMIERĂ | (Nr.) |
| Angajați proprii (detaliat pe specialități) | 11 |
| - regizor tehnic | 1 |
| - operator lumini | 2 |
| - operator sunet | 2 |

| | |
|--|---------------|
| - mașinist | 4 |
| - cabinieră | 2 |
| - recuziter | 1 |
| Colaboratori (detaliat pe specialități) | 14 |
| - artiști interpreți | 14 |
| BUGET PREMIERĂ | (lei) |
| TOTAL cheltuieli (Costuri de producție + Cheltuieli de reprezentare + Alte tipuri de cheltuieli) | 11.619 |
| Costuri de producție, din care: | 8.819 |
| Costume | - |
| Decor | - |
| Recuzită, accesorii | - |
| Materiale de producție diverse | - |
| Prestări servicii | - |
| Onorarii artiști creatori (Lg. 8/1996) (regizor artistic, scenograf, asistent scenograf, traducator) | - |
| Taxe și impozite | - |
| Alte tipuri de cheltuieli producție (detaliat) | - |
| -drepturi de autor text | 8.819 |
| Cheltuieli de reprezentare, din care: | 2.800 |
| Onorarii artiști interpreți (Lg.8/1996) (actori colaboratori/reprezentatie) | 2.660 |
| Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în sală | - |
| Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în aer liber | - |
| Diverse materiale necesare (recuzita consumabilă/reprezentatie) | 140 |
| Taxe și impozite | - |
| Alte tipuri de cheltuieli de reprezentare (detaliat) | - |
| Alte tipuri de cheltuieli, din care: | - |

| PREMIERĂ „TRANSPORT DE FEMEI” | |
|--|--------------|
| PERSONAL PARTICIPANT PREMIERĂ | (Nr.) |
| Angajați proprii (detaliat pe specialități) | 11 |
| - regizor tehnic | 1 |
| - operator lumini | 2 |
| - operator sunet | 1 |
| - mașinist | 4 |
| - cabinieră | 2 |
| - recuziter | 1 |
| Colaboratori (detaliat pe specialități) | 12 |
| - artiști interpreți | 12 |
| BUGET PREMIERĂ | (lei) |

| | | |
|--|--|--------------|
| TOTAL cheltuieli (Costuri de producție + Cheltuieli de reprezentare + Alte tipuri de cheltuieli) | | 4.022 |
| Costuri de producție, din care: | | 800 |
| | Costume | - |
| | Decor | - |
| | Recuzită, accesorii | - |
| | Materiale de producție diverse | - |
| | Prestări servicii | - |
| | Onorarii artiști creatori (Lg. 8/1996) (regizor artistic, scenograf, asistent scenograf, traducator) | - |
| | Taxe și impozite | - |
| | Alte tipuri de cheltuieli producție (detaliat) | |
| | -concept afiș | 800 |
| Cheltuieli de reprezentare, din care: | | 3.222 |
| | Onorarii artiști interpreți (Lg.8/1996) (actori colaboratori/reprezentatie) | 3.192 |
| | Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în sală | - |
| | Prestări servicii aferente susținerii de spectacole în aer liber | - |
| | Diverse materiale necesare (recuzită consumabilă/reprezentatie) | 30 |
| | Taxe și impozite | - |
| | Alte tipuri de cheltuieli de reprezentare (detaliat) | - |
| Alte tipuri de cheltuieli, din care: | | - |
| | | |
| | | |

Precizez că valorile bugetelor celor 5 premiere mai sus menționate nu se regăsesc în execuția anului 2021, ci s-au constituit ca datorii care urmează a fi plătite în anul 2022, cauza fiind nevirarea de către Primăria Municipiului București a subvenției necesare acestor plăți, aceasta fiind aprobată în bugetul anului 2021.

Georgelinos



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

1. viziune:

Teatrul Tineretului „Metropolis” este o instituție modernă, a cărei rațiune constă în realizarea de oferte culturale de calitate, cu tineri și pentru tineri, angajând astfel un important segment de public tânăr în procesul cultural. Astfel, putem vorbi despre un **teatru reprezentativ al metropolei creative și conective, dezvoltându-se ca brand exponențial al culturii contemporane românești de astăzi.**

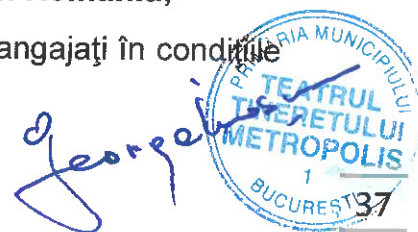
2. misiune:

Conform prevederilor O.G. nr. 21/2007 privind instituțiile publice de spectacole și concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic, cu modificările și completările ulterioare, aprobată prin Legea nr. 353/2007, Teatrul Tineretului „Metropolis” este persoană juridică de drept public, care realizează și prezintă producții artistice, funcționând ca instituție de spectacole încadrată la categoria „alte tipuri de instituții de spectacole” (având în vedere faptul că, deși desfășoară preponderent activitate în calitate de **teatru de proiecte, dispune și de un colectiv restrâns de actori), a cărei misiune este legată de contribuția adusă la dezvoltarea culturală a comunității, prin realizarea și prezentarea unor producții teatrale moderne, diverse și valoroase, dar și a unor activități culturale de anvergură, care să reflecte tendințele actuale în arta teatrală, prin **stimularea tinerilor creatori**, asigurând astfel o prezență constantă a instituției în circuitul cultural local, național, european și internațional. În perioada de raportare, această misiune a fost îndeplinită prin consolidarea imaginii și a notorietății teatrului în cadrul peisajului cultural bucureștean, prin calitatea spectacolelor și a evenimentelor propuse publicului, prin promovarea tinerilor artiști care își datorează o bună parte a portofoliului lor artistic unor importante creații realizate pe scena teatrului, prin calitatea parteneriatelor instituționale și media, care au asigurat o bună vizibilitate a teatrului, **contribuind la lărgirea segmentelor de public și la consolidarea celor care alcătuiesc nucleul fidel al teatrului.****

3. obiective (generale și specifice)

Obiectivele instituției pentru perioada de management 2020 - 2023 au în vedere continuarea valorificării rezultatelor obținute în perioadele de management anterioare, cât și îmbunătățirea și aducerea de noi obiective în vederea menținerii unei activități consistente, atât la nivelul ofertei de acțiuni culturale, cât și la nivelul receptării acesteia, a menținerii interesului publicului deja fidelizat și a sensibilizării noilor generații de public tânăr:

- **Valorificarea optimă a potențialului artistic al tinerilor actori, regizori, scenografi (minim 60% producții cu tineri sub 35 de ani) și identificarea, respectiv lansarea de noi talente pentru arta spectacolului din România;**
- Realizarea de producții/programe proprii, folosind colaboratori angajați în condițiile legii;



- **Aducerea în prim-plan a personalităților marcante ale scenei teatrale românești;**
- Continuarea tradiției artistice a mișcării teatrale naționale, prin exploatarea consecventă a fondului de dramaturgie națională și universală, clasică și contemporană;
- Stimularea inovației și creativității, prin evenimente dedicate tinerilor, în funcție de nevoile, dinamica și dezideratele de dezvoltare socio-culturală ale acestora, în acord cu dimensiunile și standardele europene ale ofertei culturale, în contextul impactului noilor tehnologii de informare și comunicare în artă și cultură;
- Facilitarea accesului grupurilor defavorizate cultural, prin crearea de spectacole și evenimente de succes, prin găzduirea unor manifestări în Sala „Gloria” din cartierul Titan, precum și prin programele dedicate altor categorii de public, în beneficiul comunității, inclusiv prin proiectele de la sediu;
- Interconectarea diferiților actori culturali în susținerea, promovarea sau chiar în procesul de parteneriate și colaborări cu entități private sau publice;
- Identificarea și sensibilizarea generațiilor de public tânăr în formare, prin programe educaționale și formative;
- Consolidarea imaginii instituționale, **Teatrul Metropolei „Conective”** ocupând un loc bine definit în peisajul teatral al Bucureștiului, cu elemente de profundă originalitate și modernitate; accentuarea profilului propriu, în acord cu statutul de teatru bucureștean profund conectat la realitatea culturală, în conformitate cu planul de management; implementarea unor structuri europene de organizare, funcționare, mediatizare și marketing al spectacolelor, în vederea atingerii obiectivelor generale ale Strategiei, respectiv de creare a unui „ecosistem cultural”;
- **Racordarea la standardele europene privind dotările, echipamentele instituției și de hosting, prin calitatea serviciilor culturale oferite și a celor adiacente (reparații teatru, vânzare bilete, promovare, marketing).**

4. strategie culturală, pentru întreaga perioadă de management;

Acțiunile întreprinse în vederea punerii în aplicare a obiectivelor, în conformitate cu misiunea și viziunea instituției, vor urma planul de management propus pentru următoarea perioadă, respectiv 2020-2023.

În acest sens, strategiile propuse pe termen lung și pe termen scurt vor urmări în continuare:

- Crearea și menținerea unui public țintă fidel, reprezentativ pentru oferta de spectacole și evenimente ale teatrului;
- Fidelizarea permanentă a publicului, prin instrumente adecvate, la zi, oferite de noile tehnologii ale comunicării media;
- Atragerea unui public tânăr, prin oferte culturale de dezvoltare și educație, în acord cu tendințele de consum național și internațional;
- Crearea unui repertoriu atractiv, construit în jurul dramaturgiei moderne și contemporane;

- Proiectele substanțiale prezentate de teatru, în acord cu cele de dimensiune europeană și internațională;
- Atragerea unui număr semnificativ de regizori, a căror operă a fost selectată și premiată la cele mai importante festivaluri de teatru din București și din țară;
- Prezența unui număr important de tineri creatori în proiectele teatrului, descoperirea și lansarea acestora, Teatrul Tineretului „Metropolis” fiind, de acum, una dintre cele mai valoroase platforme de lansare;
- Organizarea constantă a unor evenimente, fie că vorbim despre cele realizate în jurul unor spectacole sau despre evenimentele specifice instituției, precum proiectul „Aleea Celebrităților”, Galele Teatrului „Metropolis”, aniversările unor artiști emblemă ai teatrului românesc ori premiile oferite celor mai valoroși tineri creatori;
- În privința proiectelor care au conținut educațional:
 - crearea unei rețele internaționale de teatru de tineret, prin care instituția își propune participarea anuală, în sistem rotativ, la un maraton cultural;
 - crearea unui sistem autodidact de cursuri profesionale, susținute și din fonduri europene, dar și prin parteneriate cu instituții naționale și internaționale de cultură;
 - crearea unui sistem de cursuri culturale/teatrale pentru publicul foarte tânăr, în scopul educării și formării de viitori actori.
- Informarea constantă a publicului prin platforma Ziarului „Metropolis”, abordând o tematică culturală diversă.

Important de menționat este faptul că Teatrul Tineretului „Metropolis” va continua să propună un repertoriu ce va răspunde nevoilor culturale ale tinerilor, fiind vorba despre un public tânăr informat și educat. Prin oferta de teatru contemporan, ce pune accent pe noile expresii artistice inter și transdisciplinare, aportul noilor tehnologii de informare și comunicare va fi unul esențial și imperios necesar, într-o lume a digitalizării continue.

5. strategie și plan de marketing;

- **După aproape 15 ani în care și-a conturat un nume cu o notorietate sporită, Teatrul Tineretului „Metropolis” are capacitatea de a angrena și entitățile private, prin parteneriate culturale, în menținerea și dezvoltarea peisajului cultural românesc. Vom continua toată activitatea depusă și susținută activ în ultimii 15 ani de la lansarea Teatrului Tineretului „Metropolis”.**
- **Dacă, în anii anteriori, Teatrul Tineretului „Metropolis” își propunea să devină Teatrul Metropolei „Creative”, încercând astfel să introducă cele mai variate metode de digitalizare a serviciilor și a comunicării în spațiul public, în perioada următoare, Teatrul Tineretului „Metropolis” își propune să fie Teatrul Metropolei „Conective”, care să se poată adapta noilor cerințe și trenduri impuse atât de tehnologie, cât și de perioada pandemică.**
- **Astfel, în următoarea perioadă, Teatrul Tineretului „Metropolis” urmărește să realizeze teatru online-live, pentru promovarea activității artistice a instituției, propunându-și o reamintire a Teatrului TV inițial, pentru o „conectare” inclusiv cu rezidenții români stabiliți în străinătate, prin care dorim să facilităm accesul la piesele de teatru autohtone, prin sisteme de ultimă generație.**

- Teatrul Tineretului „Metropolis” a continuat, în 2021, să încurajeze performanțele studenților, viitori actori, din cadrul Universității Naționale de Artă Teatrală și Cinematografică „I.L.Caragiale”, conform protocolului celor două instituții, prin promovarea intensă a spectacolelor de absolvire, de Licență, respectiv de Master.
- **De asemenea, au fost continuate strategia și planul de marketing, prin legătura permanentă cu publicul spectator, prin promovarea artiștilor colaboratori ai teatrului și a fiecărei producții în parte, precum și prin facilitarea accesului la spectacol, activitatea desfășurându-se atât în cele două săli de sediu, cât și în mediul online, cu toate măsurile de protecție prevăzute de lege, pe toată perioada anului 2021, acesta fiind un an al stărilor de alertă, pe toata durata sa.**

6. programe propuse pentru întreaga perioadă de management;

Urmărind, încă de la începutul înființării sale, **conceptul de diversitate culturală**, în scopul promovării valorilor culturale teatrale și a celor artistice, Teatrul Tineretului „Metropolis” și-a clădit un set de programe și proiecte, ce răspund mecanismelor de garantare a libertății de expresie, încurajând astfel dezvoltarea capacității de creație și a capacității critice a tuturor participanților în acest proces. Programele și proiectele Teatrului Tineretului „Metropolis” au fost articulate în concordanță cu strategia și cu obiectivele instituției, răspunzând astfel așteptărilor publicului, contribuind la ceea ce, în mod generic, numim valoare adăugată a calității vieții. **Făcând o analiză a programelor și a proiectelor anterioare și luând în considerare gradul de ocupare a sălilor, respectiv de 100% (cel puțin în ultima perioadă de mandat)**, Teatrul Tineretului „Metropolis” propune, pentru următoarea perioadă de management, **un număr de 3 programe** – sinteză a programelor anterioare –, cu impact pe termen mediu și lung, în vederea păstrării unui public deja fidelizat al acestei instituții și a sensibilizării unui număr crescând în rândul unui public tânăr, fiind vorba despre o generație în formare, cu apetență crescută pentru actul artistic.

Programe și proiecte propuse pentru perioada 2020-2023

1. Programul „Excelența în teatru”

- „*Mari actori*”
 - vizează îmbunătățirea ofertei de spectacole, prin colaborarea cu actori consacrați ai scenei românești.
- „*Mari regizori*”
 - proiectul își propune îmbunătățirea ofertei de spectacole, prin colaborarea cu regizori de prestigiu din România.
- „*Patrimoniul dramaturgic*”
 - urmărește valorificarea unor texte majore aparținând literaturii dramatice românești/universale;



Georgelinos

- obiectivul constă în creșterea gradului de interes al publicului, prin valorificarea creațiilor actorilor și regizorilor români și străini, a căror operă are dimensiune și/sau ecou internațional.

2. Programul „Metropolis Edu-Cult” sau Programul „M.E.T. Educație prin Teatru”

- „Stagiari și Antreprenoriat în teatru”
- **proiectul se axează asupra debutului tinerilor absolvenți, urmărindu-se realizarea unei platforme de lansare a tinerilor creatori**, încurajarea și promovarea producțiilor profesionale realizate de tineri absolvenți, actori, regizori, scenografi, coreografi etc., dar și încurajarea și promovarea proiectelor independente găzduite de Teatrul Tineretului „Metropolis”, precum și susținerea inițiativei tinerilor artiști independenți;
- **un alt obiectiv important vizează atragerea unui public tânăr și foarte tânăr**, un public în formare, prin prezentarea unor spectacole realizate în parteneriat cu universitățile de artă din țară sau care accesează fenomenul artistic, atât în domeniul independent, cât și în cel instituționalizat.
- „Cultură și educație prin teatru”
- proiectul acordă o atenție sporită promovării contextelor educaționale și formative contemporane, racordate la realitățile culturale românești, vizând, totodată, și crearea de conexiuni între generații, valori, competențe și performanțe;
- programe, proiecte/parteneriate cu instituții de învățământ/educație;
- educarea și familiarizarea unui public preadolescent și adolescent cu fenomenul cultural teatral.
- „Teatru pentru Comunitate”
- se adresează altor categorii de persoane/cetățeni;
- dimensiune socială, prin proiecte dedicate vârstei „seniorilor”;
- **accesul gratuit prin oferirea de locuri sau chiar spectacole categoriilor defavorizate**;
- spectacole oferite în beneficiul comunității;
- încurajarea voluntariatului, prin campanii de promovare a voluntariatului în București.

3. Programul „Artistul Metropolitan”

- „Aleea Celebrităților”
- urmează modelul celebrului Bulevard „Walk of Fame” din Los Angeles, acest proiect al Teatrului Tineretului „Metropolis” propunându-și celebrarea actorilor teatrului și filmului românesc.
- Ziarul „Metropolis”
- publicație online de cultură și artă, cu impact la nivel național și internațional.
- Gala Teatrului „Metropolis”
- proiectul își propune să omagieze personalități marcante ale scenei teatrale românești, modele profesionale și umane pentru generațiile tinere de artiști, și să promoveze valori ale culturii contemporane.



Georgechis

Pentru anul 2022, Teatrul Tineretului „Metropolis” și-a propus realizarea următoarelor proiecte, conform Proiectului de Management 2020-2023, care a fost evaluat și aprobat în anul 2019.

2022

Programul „Exelența în teatru”

- „*Mari actori*” – „Cântarea cea cheală” de Eugen Ionescu, regia: Felix Alexa
- „*Mari regizori*” – „Glengarry Glen Rose” de David Mamet, regia: David Mamet
- „*Patrimoniul dramaturgic*” – „Povestea târfelor mele triste” de Gabriel Garcia Marquez, regia: Dragoș Galgoșiu

Programul „Metropolis Edu-CuLT”/ „M.E.T.”

- „*Stagiari și Anteprenoriat în teatru*” – „Muscă, paie și bătaie” de Lia Bugnar, regia: Lia Bugnar
- „*Cultură și educație prin teatru*” – Parteneriate cu UNATC
- „*Teatru pentru Comunitate*” – Proiecte oferite în sprijinul comunității „STRĂZI DESCHISE”

Programul „Artistul Metropolitan”

- *Ziarul „Metropolis”* – Publicația online a Teatrului Tineretului Metropolis
- „*Aleea Celebrităților*” – Oferirea stelelor pe Walk of Fame-ul Românesc
- *Gala Teatrului „Metropolis”* – Spectacol de gala pentru Aniversarea a 15 ani de existență

7. proiecte din cadrul programelor

În anul 2021, Teatrul Tineretului „Metropolis” a realizat și susținut prin intermediul celor 3 programe fundamentale care au menirea să sprijine tinerii creatori – „Exelența în teatru”, „Metropolis Edu-CuLT”/ „M.E.T.” și „Artistul Metropolitan” – următoarele proiecte: „O casă de păpuși - partea a doua”, „Transport de femei”, „Portugalia”, „Brainstorm”, „Bad Jews”, „Hoții”, „Și totuși... Shakespeare”, „Rinocerii”, „Pe jos”, „Autobahn”, „Oaspetele de piatră”, „4/For/Four Shakespeare”, „Jocul lui Marte”, „Singular”, „Neo-kitsch”, „Pandemica”, „Prezențe... de hârtie”, „Banchet la final de omenire”, „Unchiul Vania”, „Sindromul Rodomonte”, „Lecții despre iubire și creier” și cotidianul online Ziarul „Metropolis”.

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

Teatrul Tineretului „Metropolis” își dorește să exploateze potențialul spațiilor sale, atât în scopuri cultural-artistice, cât și în scopuri cultural-educative, apelând inclusiv la fonduri europene.

Proiectele propuse pentru următoarea perioadă vizează:

- **Crearea unei rețele internaționale de teatru de tineret, prin care Teatrul Tineretului „Metropolis” își propune participarea anuală, în sistem rotativ, la un**

maraton cultural desfășurat pe parcursul a 7 zile, prin care să se conecteze artiștii autohtoni cu publicul țării/orașului gazdă, costurile desfășurării acestor acțiuni culturale fiind suportate atât din subvenție, cât și din fonduri europene;

- **Crearea unui sistem autodidact de cursuri profesionale, susținute** și din fonduri europene, dar și prin parteneriate cu instituții de cultură naționale și internaționale. Prin acest proiect se urmărește furnizarea unui sprijin pentru competențe în artele spectacolului din România, în vederea dezvoltării pieței muncii și a resurselor umane în artele spectacolului, în domeniile artistic, tehnic și administrativ, în acest moment existând un deficit de personal abilitat și competent, care să lucreze în mediul artistic cultural;
- Crearea unui sistem de cursuri culturale pentru publicul foarte tânăr, în scopul educării și formării de viitori actori. Activitățile urmează a fi desfășurate în incinta Teatrului Tineretului „Metropolis”, săptămânal, incluzând, pe parcursul unui an, realizarea unui spectacol artistic profesionist.

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

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

| Denumirea indicatorilor | BUGET TOTAL NECESAR 2022 (lei) | BUGET TOTAL APROBAT 2022 (lei) |
|--|--|--|
| TOTAL VENITURI | 17.280.000 | 9.874.000 |
| Subvenții pentru instituții publice | 16.380.000 | 8.915.000 |
| Venituri proprii, din care: | 900.000 | 959.000 |
| Venituri proprii din vânzarea de bilete | 800.000 | 100.000 |
| Alte venituri din prestări servicii și alte activități | 100.000 | 859.000 |

| Denumirea indicatorilor | BUGET TOTAL NECESAR 2022 (lei) | BUGET TOTAL APROBAT 2022 (lei) |
|---------------------------------------|--|--|
| TOTAL CHELTUIELI | 17.280.000 | 9.874.000 |
| Cheltuieli de personal | 5.328.000 | 5.043.000 |
| Bunuri și servicii, din care: | 11.795.000 | 4.831.000 |
| Alte cheltuieli cu bunuri și servicii | 5.485.000 | 3.801.000 |
| Cheltuieli cu proiectele culturale | 1.797.000 | 80.000 |
| Cheltuieli cu colaboratorii | 4.513.000 | 950.000 |
| Cheltuieli de capital | 157.000 | 0 |

2. Numărul de beneficiari estimați pentru următoarea perioadă de management;

| Perioada | Nr. de proiecte proprii | Nr. de beneficiari | | Venituri Propuse (din vânzarea de bilete)- (lei) | |
|-----------|-------------------------|--------------------|----------|---|----------|
| | | Estimat* | Realizat | Estimat | Realizat |
| Anul 2022 | 6 | 70.000 | - | 100.000 | - |

3. Analiza programului minimal realizat

Dintre cele 22 proiectele care aparțin celor 3 programe fundamentale ale Teatrului Tineretului „Metropolis” – „Excelența în teatru”, „Metropolis Edu-Cult”/ „M.E.T.” și „Artistul Metropolitan” – care au menirea să susțină tineri creatori, amintim: „O casă de păpuși - partea a doua”, „Transport de femei”, „Portugalia”, „Brainstorm”, „Bad Jews”, „Hoții”, „Și totuși... Shakespeare”, „Rinocerii”, „Pe jos”, „Autobahn”, „Oaspetele de piatră”, „4/For/Four Shakespeare”, „Jocul lui Marte”, „Singular”, „Neokitsch”, „Pandemica”, „Prezențe... de hârtie”, „Banchet la final de omenire”, „Unchiul Vania”, „Sindromul Rodomonte”, „Lecții despre iubire și creier” și cotidianul online Ziarul „Metropolis”.

Din bugetul prevăzut pentru aceste proiecte, în valoare de 435.000 lei, suma cheltuită, în anul 2021, a fost de 146.069, diferența regăsindu-se în datoriile care urmează a fi cheltuite în anul 2022.

Georgelinas



Bad Jews



Georgelinos

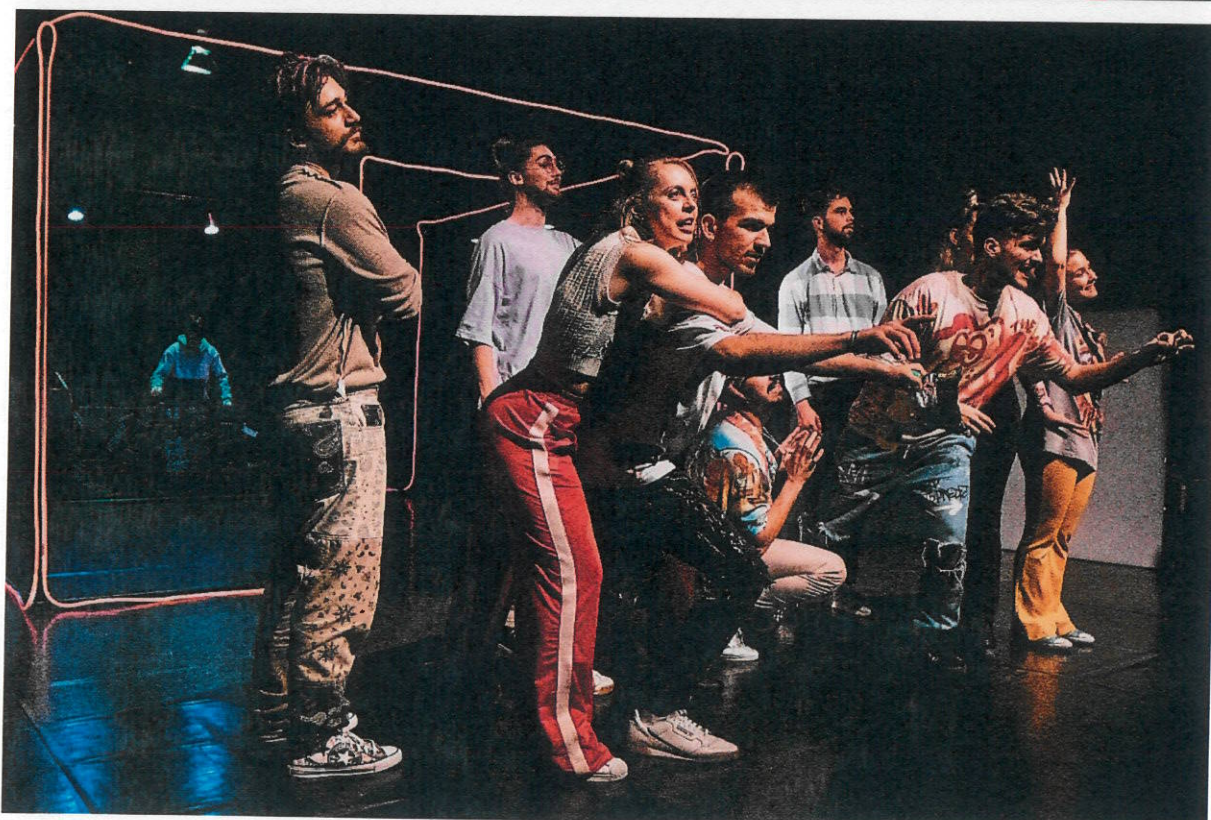
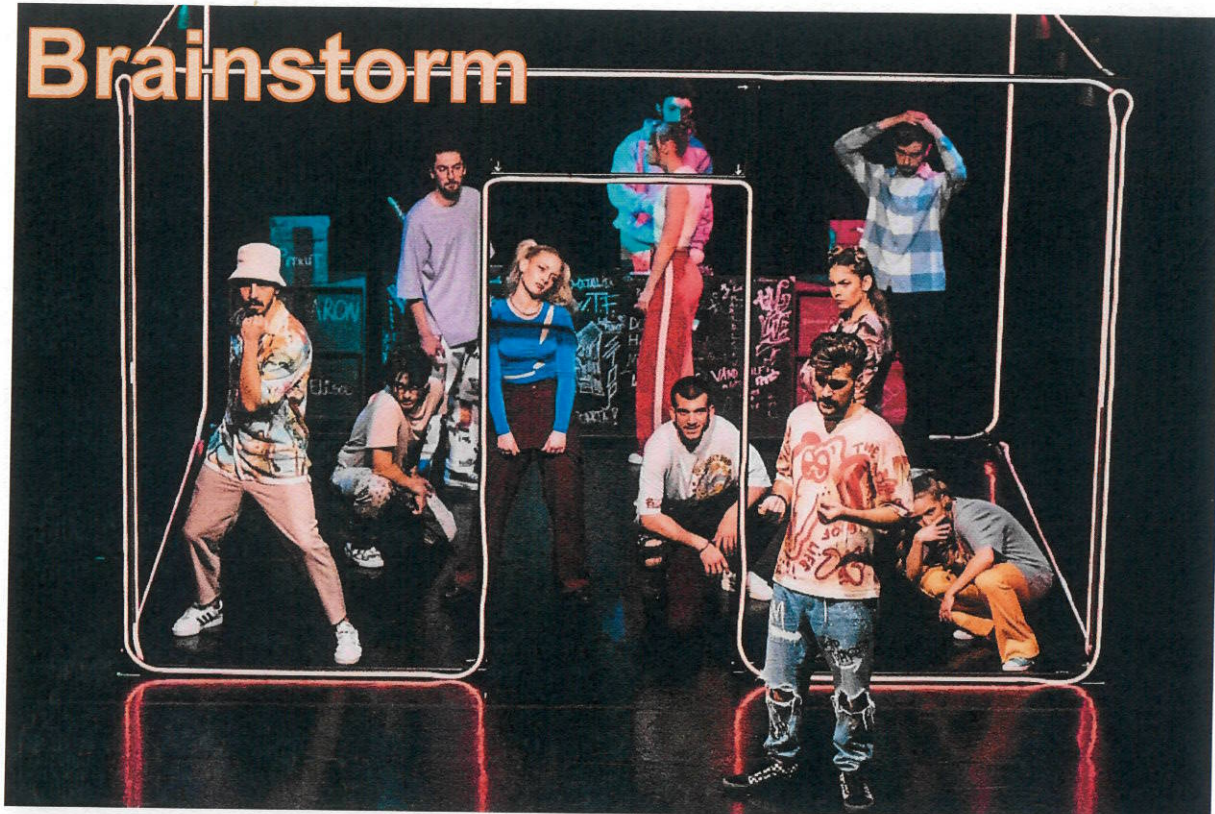




Georgelinas



Brainstorm



Transport de femei



O casă de păpuși-parte a doua





Georgelina Sam

