

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



RAPORT DE ACTIVITATE TEATRUL MASCA

IUNIE 2016 – DECEMBRIE 2016

**MANAGER
ANCA FLOREA**

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

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

Viața culturală bucureșteană din a doua jumătate a anului trecut a fost dominată, după părerea noastră, pe de o parte, de **elaborarea Strategiei Culturale a Municipiului București** și, pe de altă parte, de susținerea candidaturii Capitalei la titlul de Capitală Europeană 2020.

În acest sens putem afirma că evenimentele culturale din București din această a doua jumătate a anului au fost la un nivel foarte ridicat, au acoperit toate zonele artistice și efectiv, pe ansamblu, putem discuta despre aceasta perioadă ca una caracterizată de o efervescență a culturii bucureștene.

Din perspectiva noastră, colaborarea cu ARCUB, instituția mandatată să se ocupe de Strategia Culturală, a decurs într-o manieră absolut fericită, în condițiile în care am fost solicitați, noi cel puțin, să dăm un sprijin consistent la alcătuirea acestui document. Masca a participat la mai multe întâlniri, la unele am avut și obiecții așa cum era și normal, având în vedere că nu toate grupurile de lucru referitoare la teatru ne cunoașteau foarte bine activitatea artistică, la altele am oferit soluții pertinente care se regăsesc în forma finală. Am contribuit cu precădere la una dintre direcțiile strategice care vizează **relatia dezechilibrată dintre centru și periferie** și ne-am adus aportul consistent, spunem noi, la **inventarierea spațiilor culturale din cartierele bucureștene** (și a celor posibil de exploatat cu aceasta destinație), acolo unde Masca joacă de 27 de ani. Faptul că teatrul nostru își are sediul într-un cartier îndepărtat de centrul orașului și că la experiența noastră de „acasă” se adaugă cea din „deplasare” ne-au recomandat ca parteneri serioși în depistarea problemelor comunităților aflate la periferia Capitalei (*periferie fiind termenul generic pentru cartierele ex-centrice*).

Tot în sensul celor prezentate mai sus, întâlnirile managerilor de instituții publice de cultură, coordonate de Direcția de Cultură, Sport, Turism din cadrul P.M.B., având ca temă tot elaborarea Strategiei a dus la o mai mare coeziune între instituțiile pe care aceștia le reprezentau. Putem susține fără a greși, că dincolo de analiza și de propunerile făcute cu aceste ocazii, întâlnirile au determinat o mai bună cunoaștere reciprocă și în consecință, o mai bună coordonare între evenimentele organizate de fiecare instituție în parte, precum și o colaborare mai susținută între actanții culturali din București.

Din punctul nostru de vedere o continuare a acestor întâlniri ar fi avantajoasă pentru fiecare instituție culturală bucureșteană, dar și pentru viața artistică a Capitalei.

O altă colaborare demnă de amintit pentru anul 2016, a fost cea cu **Muzeul Municipiului București**. **Parteneriatul** între instituțiile noastre a avut mai multe

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



coordonate și va continua și în 2017. Amintim în ordine cronologică mai întâi colaborarea noastră la „Noaptea Muzeelor”, cu spectacole susținute de Masca la Palatul Șuțu, la Muzeul Theodor Aman și la Casa Filipescu-Cesianu. A urmat apoi la scurt timp evenimentul de deschidere al Festivalului Internațional de Statui Vivante, ediția a 6-a, eveniment intitulat „Noaptea Statuilor Vivante” care a avut loc în grădina Casei Filipescu-Cesianu, de pe Calea Victoriei. Această din urmă întâmplare culturală se va permanentiza în baza aceluiași protocol, ambele instituții fiind partenere și la proiectul Festivalul Internațional de Statui Vivante, ediția a 7-a, 30 mai – 5 iunie, 2017. Programului nostru cultural i s-au mai alăturat ARCUB-ul, care ne-a susținut prin promovarea și mediatizarea evenimentelor de pe parcursul celor 5 zile, UNITER-ul care ne-a acordat o finanțare pentru acest proiect, precum și Direcțiile de Cultură ale Primăriilor sectoarelor 3 și 6, Revista de teatru Yorick și Bloggerii bucureșteni prin Cooperativa 2.0.

www.tvr.ro/festivalul-de-statui-vivante-incepe-cu-noaptea-statuiilor-la-casa-filipe

TVR VĂ RECOMANDĂ

Arhivă

Festivalul de Statui Vivante începe cu Noaptea Statuilor la Casa Filipescu-Cesianu

TVR.RO | Luni, 13 iunie 2016

Share 1 Tweet 0 Email 0

Joi, 16 iunie, începând cu ora 20.00, Teatrul Masca va da startul celei de-a șasea ediții a Festivalului Internațional de Statui Vivante, eveniment la care TVR este partener.



În a doua parte a anului, Masca a încheiat parteneriate cu Institutele Culturale Române din Londra, Berlin și cu direcțiile culturale ale Ambasadelor României la Londra, Berlin și Sofia, teatrul nostru fiind invitat de 2 ori la Londra și câte o dată la Berlin și Sofia cu spectacolul ZIDUL, realizat în parteneriat cu ARCUB. Prima

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



deplasare a teatrului la Londra, în cadrul evenimentului Night of Festivals, a propus publicului o întâlnire provocatoare cu statuile vivante promovate de noi. Spunem provocatoare dată fiind prejudecata existentă ce asocia acest tip de spectacol cu încercările amatoricești ale celor care utilizează acest tip de personaje pentru câștiguri materiale. Impactul a fost unul major, cu feed-back instant din partea publicului captivat de propunerea noastră, cu recenzii favorabile în presa britanică (*London Live, BBC Radio London, The Telegraph*, etc.), dar mai ales cu propuneri de colaborări pentru următorii ani.



În lumina celor de mai sus, considerăm că și pe viitor este posibilă o colaborare între noi și ceilalți actanți culturali din București, Teatrul Masca având un profil aparte, unic în peisajul teatral bucureștean și prin întreaga noastră activitate completăm (nu concurăm!) celelalte instituții teatrale bucureștene.

A.2. Analiza SWOT

Puncte forte (Strengths)

- o specificul bine definit al teatrului, acesta ajungând să se identifice cu teatrul nonverbal și teatrul de stradă;
- o coerența programului estetic dată de faptul că cei doi fondatori ai teatrului lucrează și creează programe și în prezent în cadrul instituției, MIHAI MĂLAIMARE fiind singurul specialist din România în teatrul de stradă;
- o transformarea recentă a instituției din teatru de repertoriu în teatru de proiecte ceea ce permite lărgirea trupei de actori cu absolvenți ai facultăților de teatru care găsesc la Masca un mediu prietenos și motivant;
- o deschiderea din ce în ce mai accentuată către colaboratorii tineri prin numeroasele casting-uri, open call-uri și proiecte de internship pe care Masca le organizează;
- o Masca este recunoscută în rândul actorilor tineri ca o școală care suplinește carențele de pregătire în domeniul artei actorului pe care le oferă facultățile de teatru și asta o face foarte atractivă;
- o alegerile repertoriale foarte variate, incluzând întregul spectru al teatrului non-verbal și al celui de stradă, reprezentațiile adresându-se mai multor categorii de public (spectacole pe înțelesul publicului divers);
- o Teatrul Masca este singurul teatru din România care a dezvoltat spectacole de statui vivante, creând adevărate evenimente centrate pe această tehnică teatrală;
- o o mare mobilitate a trupei și a spectacolelor: capacitatea de a juca în absolut orice spațiu neconvențional;
- o Masca este în continuare singurul ofertant *constant* de teatru în aer liber, cu reprezentații susținute în întreg Bucureștiul;
- o o imagine bună în rândul publicului, creată în 26 de ani, mai ales prin proiectele artistice desfășurate în aer liber;
- o un sediu nou cu o scenă care poate fi transformată după necesități în scenă italiană, elisabetană sau *en-ronde*;
- o un amfiteatru în aer liber, posibil de folosit în proiecte artistice – (a fost realizat un Studiu de fezabilitate pentru acoperirea amfiteatrului, depus în luna ianuarie la Comisia Tehnico-Economică din cadrul

- PMB pentru aprobarea indicatorilor tehnico-economici aferenți acestui obiectiv de investiții);
- o posesia unei scene mobile;
 - o o bună imagine în mediul online datorată folosirii în ultimii 10 ani a platformelor de socializare, precum și a blogurilor și a altor instrumente social-media;
 - o poziționarea sediului într-un cartier foarte populat, Militari, cu un numeros public potențial;
 - o prețul scăzut la bilete pentru spectacolele de interior, cu respectarea prevederilor Legii educației de acordare a unei reduceri pentru studenți și elevi;
 - o derularea de proiecte dedicate comunității din jurul sediului;
 - o derularea de proiecte dedicate tinerilor și copiilor, de tipul educației prin cultură.

Puncte slabe (Weakness) – *am pus în evidența aici și ceea ce am făcut pentru a remedia aceste puncte slabe, vizavi de ceea ce apărea în proiectul de management*

- poziționarea în afara centrului cultural al Capitalei;
- accesul dificil al publicului din alte cartiere la spectacolele de la sediu în timpul săptămânii;
- o anumită categorie de critici ignoră/ minimizează importanța teatrului de stradă sau a celui non verbal – *Apariția publicației teoretice despre teatrul stradal, "Caietele Masca", cu un editor cunoscut în lumea teatrală românească ca formator de opinie; primele două numere vor fi lansate în 13 martie 2017 la Cărturești; apariția constantă a Caietelor, precum și articolele conținute vor conduce la remediarea acestui neajuns;*
- existența unei percepții eronate la nivelul publicului între spectacolele de exterior și cele de interior, ceea ce diminuează publicul la spectacolele de indoor; - *Am cooptat în colectiv oameni tineri specialiști în management cultural, promovare și strategii culturale, înființând un Birou de comunicare și marketing, precum și un Compartiment de cercetare, menite a îmbunătăți comunicarea cu diversele tipuri de public;*
- numărul redus al actorilor angajați – *Transformarea în teatru de proiect a determinat înlăturarea acestui punct slab.*
- lipsa acută a unui corp tehnic de scenă, în special a tehnicienilor de sunet și de lumini – *am efectuat cursuri de perfecționare la locul de muncă prin oferirea de stagii de practică;*
- dificultate, în ultima perioadă, în obținerea aprobărilor pentru spațiile de spectacole în aer liber, datorată birocrăției crescânde – *rămâne în continuare ca o problemă, dar conlucrarea cu Direcția de cultură, sport, turism din cadrul PMB și cu consilierii pe probleme culturale ai Primarului General determină încet, încet schimbări favorabile;*
- lipsa unui spațiu amenajat în care să funcționeze un bar pentru spectatori;

- precaritatea parcului auto având drept consecință îngreunarea activităților în aer liber care reprezintă o proporție de 80% din totalul programelor noastre – *această problemă a fost în mare măsură remediată, bugetul de anul trecut la investiții și la reparații ducând la o rezolvare favorabilă.*
 - o lipsa unui depozit pentru decoruri, recuzită și costume – *(a fost realizat un Studiu de fezabilitate pentru realizarea unui depozit, în depus în ianuarie la Comisia Tehnico-Economică din cadrul PMB pentru aprobarea indicatorilor tehnico-economici aferenți acestui obiectiv de investiții);*
- deficiența de personal a compartimentului de comunicare și promovare, a celor de resurse umane și de contabilitate – *prin aprobarea noii organigrame și a noului ROF, suntem acum în situația de a organiza în luna februarie și martie concursul pentru ocuparea unor posturi vacante;*
- lipsa unui sistem generos de afișaj stradal – *am căutat alte metode de afișaj (în interiorul clădirilor, în lifturi în clădiri de birouri, afișaj out-of-home media, afișaj în stații de metrou și RATB, etc.)*

Oportunități (Opportunities)

- spectacolele non verbale reprezintă unul dintre atuurile cele mai importante deoarece, fiind singurul teatru din România care are astfel de producții și poate reprezenta România în turnee internaționale;
- implicarea în proiecte ale altor instituții culturale (muzee, galerii, chiar teatre etc.) sau ale ONG-urilor în evenimente artistice sau în proiecte dedicate educației culturale sau artei comunitare;
- crearea de proiecte artistice pentru oraș în toate zonele acestuia;
- posibilitatea atragerii de noi spectatori prin stimularea prezenței la spectacolele de la sediu a studenților de la Politehnică, aflați în proximitate;
- integrarea teatrului în oferta de turism cultural bucureștean pentru străini (prin spectacolele fără cuvinte);
- apariția unei generații care a avut și are ocazia să vadă teatru de stradă sau teatru non verbal în excursiile din marile orașe din UE și care a dobândit capacitatea de a valoriza mai bine spectacolele de la Masca;
- datorită profilului unic în România prin stilul de teatru oferit publicului, există posibilitatea de a concura cu succes pentru finanțări culturale.

Amenințări (Threats)

- tendința europeană de creștere a numărului „non consumatorilor” de teatru în ultimii ani, trend observat și în România;
- diminuarea în ultimii ani a timpului liber al posibililor consumatori culturali;

- atracția exercitată asupra publicului tânăr de diverse acțiuni ce se desfășoară în oraș sau de alte tipuri de evenimente culturale în afara celor teatrale, conform tendinței observate și în Uniunea Europeană;
- atracția facebook-ului și a rețelilor de socializare care “mănâncă” efectiv, în cantitate considerabilă, timpul liber al publicului, preponderent al celui tânăr, dar nu numai;
- resursele financiare reduse alocate pentru petrecerea timpului liber la nivelul potențialilor consumatori culturali;
- creșterea ofertei de produse tv de divertisment cu “pretenții culturale” discutabile (concursurile de aptitudini artistice, reality show-uri etc.);
- concurența cinematografelor din mall-uri cu oferte noi săptămânal, acest ritm de apariție al noutăților fiind imposibil de realizat în teatre;

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

Teatrul Masca se poziționează pe o coordonată de modernitate în ceea ce privește organizarea, inovarea și expresivitatea artistică.

Masca a devenit în acești 26 de ani de la înființare un brand recunoscut nu numai în capitală, dar și în România. Profilul declarat încă de la început, de gest, pantomimă și expresie corporală, a venit să completeze oferta teatrală, iar modul în care Masca și-a susținut programele, cu precădere în stradă, în cartierele marginase sau în stațiile de metrou a însemnat o noutate absolută pentru bucureșteni.

Acestor aspecte care l-au făcut extrem de cunoscut li s-au adăugat desigur performanțele trupei de actori care uimesc prin varietatea mijloacelor de expresie folosite, dar și prin capacitatea extraordinară de a interacționa cu publicul. Odată cu noul sediu și cu începerea stagiunilor indoor, Masca și-a întărit imaginea de *un altfel de teatru*, prin producții artistice inedite, șocând prin lipsa textului. Pe măsură ce a trecut timpul, spectacolele nonverbale ale teatrului și-au găsit locul cuvenit în preferințele publicului.

Teatrul Masca a intrat, odata cu numirea unui nou manager, într-o alta etapă, una de reorganizare și de consolidare a renumelui câștigat în primii 26 de ani de la înființare.

Unul dintre primele lucruri pe care era firesc să le facem, așa cum ne-am propus în proiectul de management, a fost **derularea unei cercetări profesionale asupra mediului cultural-teatral** în care instituția noastră își desfășoară activitatea, insistând cu precădere, asupra **Evaluării notorietății Teatrului Masca în peisajul teatrelor din capitală și a Radiografiei imaginii Brandului Masca în percepția consumatorilor de teatru din București.**

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



În septembrie 2016, în urma unui studiu de piață a institutelor de cercetare, am optat pentru Institutul Român pentru Evaluare și Strategie (IRES) ca realizator al acestei cercetări aprofundate. În esență, **studiul comandat ne-a confirmat** opțiunea de a ne centra **activitatea de spectacole în următorii ani pe reprezentațiile outdoor**, în toate cartierele bucureștene, cu precădere în cartierele marginașe lipsite de alternative culturale.

Propunerea noastră din proiectul de management ca Masca să își defășoare 80% din activitatea artistică în aer liber, restul de 20% dintre programele și proiectele noastre urmând să aibă loc în interior, prin reprezentații de stil (acele reprezentații care ne definesc unicitatea în peiajul teatral românesc, spectacole fără cuvinte, centrate pe expresivitatea corporală a actorilor), **au fost confirmate ca intenție viabilă de rezultatele cercetării întreprinse în toamna lui 2016.**

Intuind acest atu fenomenal pe care îl are Masca prin capacitatea sa de a susține programe și proiecte în stradă, imediat ce a început mandatul noului manager, **pentru a prezerva și îmbunătăți imaginea teatrului am crescut ponderea evenimentelor outdoor**, am propus **o stagiune continuă în aer liber** în perioada mai - octombrie, organizând activitatea teatrului astfel încât **concediile au fost mutate în luna decembrie 2016 și în luna ianuarie din 2017.**

Considerăm că în ceea ce privește acest aspect al imaginii provenite din calitatea programelor artistice, teatrul a trecut într-o nouă etapă, prezentând **o stagiune în aer liber mult mai diversă, mai incitantă** (cu o noutate, un spectacol în mișcare/spectacol paradă cu mașinării teatrale, „*Trecuta vreme a dragonilor*”), o stagiune **mai bogată și mai densă ca în anii precedenți**. Masca a ieșit în stradă cu nu mai puțin de **8 premiere**.

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
 Telefon: 021.430.50.69
 Fax: 021.430.51.56
 E-mail: office@masca.ro
 www.masca.ro



Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
 Telefon: 021.430.50.69
 Fax: 021.430.51.56
 E-mail: office@masca.ro
 www.masca.ro



Actul artistic adus în stradă, mai aproape de oameni, reușește să transmită mult mai bine plăcerea jocului, bucuria de a dăru și de a primi emoție, dorința și menirea artistului de a face artă din devotament pentru meseria sa, dincolo de toate impedimentele și greutățile de ordin material. Masca a deschis nu numai drumul teatrului de stradă în România, dar a trezit și dorința altora de a dezvolta programe artistice în spații cât mai diverse venind în întâmpinarea publicului. „Teatrul este viață”, spunea regizorul Peter Brook. Iar viața reală este în stradă, acolo unde Teatrul Masca performează și își redefinesc continuu originea și expresia artistică.

Aflați în plină reorganizare, așa cum vom menționa în capitolul C, prin trecerea de la un teatru de repertoriu la un teatru de proiecte, am propus înființarea unui birou

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



de comunicare și marketing, precum și a unui compartiment de cercetare, aflate ambele sub conducerea unui director adjunct însărcinat cu implementarea proiectelor cultural-artistice, lucru care s-a realizat la finalul lui 2016 prin aprobarea noului Regulament de organizare și funcționare și a noii organigramei.

Până când se vor face noile angajări și re poziționarea oamenilor pe noile posturi, cu noile atribuții am optat pentru colaborări cu specialiști recunoscuți în teatrul românesc și, totodată pentru cooptarea unor oameni tineri, specializați în comunicare și în artele vizuale (inclusiv teatru), pentru a creiona și implementa împreună o nouă strategie de comunicare și promovare, în conformitate cu recomandările studiului realizat de IRES. Schimbările în comunicare vor fi mai evidente în cea de-a doua jumătate a anului 2017.

Într-o epocă dominată de imaginea de tip vizual, toate aceste materiale trebuie să arate impecabil, să transmită un mesaj penetrant și să se distingă clar din masa enormă de tipărituri (de dimensiuni mari sau mici) de pe piața românească *outdoor*, unde teatrul intră într-o concurență acerbă și inevitabilă cu resursele enorme alocate promovării de către marile branduri economice.

În acest sens, am acordat o atenție mai mare calității materialelor de promovare: bannere, roll-up-uri, afișe, flyere, caiete program ale spectacolelor, etc., dar și prin machetele pentru publicitatea outdoor sau neconvențională (în interiorul clădirilor, în lifturi în clădiri de birouri, afișaj out-of-home media, afișaj în stații de metrou și RATB, etc.) Am avut în vedere atât calitatea artistică în sine, cât și pe aceea a suportului propriu-zis. Am apelat și la colaboratori graficieni, în condițiile în care până acum toate materialele erau realizate doar de noi.

Urmărind ideea de îmbunătățire a imaginii instituției am comandat, în urma cercetării din toamna lui 2016, un **Manual de identitate vizuală**.



IRIS Client: Teatrul Masca

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



Cuprins

DESPRE MANUALUL DE IDENTITATE VIZUALĂ	5
TEATRUL MASCA - TEATRUL ROMÂNIEI DEMOCRATICE	6
TEATRUL MASCA - VALORI ȘI VIZUNE ARTISTICĂ	7
TEATRUL MASCA - POZIȚIONAREA BRANDULUI	8
TEATRUL MASCA - IDENTITATEA DE BRAND	9
• LOGO, SLOCAN	10
• ELEMENTE CROMATICE	12
• ELEMENTE TIPOGRAFICE	13
REGULI DE UTILIZARE A IDENTITĂȚII VIZUALE	17
DECLINĂRI PRACTICE ALE IDENTITĂȚII VIZUALE. EXEMPLE.	21

Teatrul MASCA - Manual de Identitate Vizuală IRES 3

Acest manual face parte din proiectul re poziționării identitare a Teatrului Masca și a fost realizat, pe de o parte, pe baza informațiilor relevante extrase din procesul de cercetare calitativă realizat de Institutul Român pentru Evaluare și Strategie – IRES privind evaluarea imaginii instituției, dar și pe baza nevoilor interne de re poziționare. Manualul de identitate vizuală are rolul de a defini identitatea vizuală a brandului și modul de utilizare a acesteia, dar și fundația strategică a brandului și direcția de dezvoltare. Totodată acesta conține un set de reguli, recomandări și exemple de folosire a noii identități vizuale care au rolul de a menține coerența strategică și vizuală a brandului pentru următorii ani.

Identitatea de brand a fost construită ținând cont de misiunea pe care Teatrul MASCA și-a asumat-o pentru dezvoltarea în următorii ani, în contextul cultural actual din București și România. Strategia de dezvoltare a MASCA urmărește consolidarea imaginii teatrului în rândul publicului consumator de teatru din București și vizează totodată identificarea de noi categorii de consumatori de cultură și promovarea actului artistic în rândul tinerilor și a elevilor. **Noua identitate a Teatrului MASCA** se constituie într-un refresh vizual asupra actului artistic promovat.

În acest sens a fost necesară modificarea logo-ului teatrului. Construcția logo-ului a avut la bază asocierea dintre Teatrul MASCA și statuile vivante – unul dintre elementele artistice fundamentale ale expresiei artistice a instituției teatrale. În același timp, în elaborarea acestuia, IRES a ținut cont de faptul că Masca se exprimă în spații multiple: indoor sau outdoor, convenționale sau neconvenționale.

Logo-ul în sine are forma de dreptunghi, această formă având rolul de a transmite spațialitatea care permite desfășurarea actului artistic. Dar această formă nu este una închisă, definită, mai mult, înglobează în interiorul ei, alte forme în care se realizează performance-uri. Spațialitatea multiplă a expresiei artistice este sugerată în logo de cele 4 pătrate care au în mijlocul lor o reprezentare a unui corp

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



uman, reprezentând de fapt artiștii care performează pe "scenele" Masca. Fiecare dintre cele 4 corpuri umane este reprezentată într-o anumită postură care transmite dinamism și este costumată diferit, dorind să sugereze faptul că acestea reprezintă actori care îmbracă diferite posturi și reprezentări artistice. În ansamblul logo-ului, numele Masca este poziționat în partea stânga jos a construcției, nefiind încorsetat de linii sau de alte forme, tocmai pentru a transmite libertatea și descătușarea pe care creația teatrală o transmite în general, dar și pentru a sugera faptul că **Masca se exprimă din punct de vedere artistic în locuri neîngrădite, în stradă, în spații neconvenționale.**

Expresia verbală esențială a identității Masca (Sloganul Masca) prin care brandul acestei teatru se poziționează în raport cu concurența și care reprezintă cea mai concisă formă de expresie a poziționării strategice a instituției teatrale este: **Un altfel de teatru.** Sloganul transmite promisiunea artistică pe care teatrul o face fiecărui spectator și comunității din care face parte.



Teatrul Masca este o prezență constantă, atât în articolele de presă (statisticile arată că numărul de apariții este comparabil cu cel al unor instituții de marcă), cât și în mediul online (comunități de bloggeri, rețele de socializare etc.).

Referindu-ne la prezența (și imaginea) Masca în *online*, trebuie remarcat faptul că, teatrul, instituție tânără, s-a adaptat mai ușor/mai rapid noilor mijloace de promovare: dincolo de tinerețea în sine, recursul la o promovare de acest tip a fost cu siguranță determinat și de faptul că mijloacele tradiționale nu erau suficiente pentru a *impune un sediu nou* - cum este cel din Militari, situat departe de centrul cultural al orașului, dar și *un stil nou* cum este cel al spectacolelor de interior, diferit de cel al spectacolelor de stradă, și, în consecință, *și un spectator* avizat pentru acest stil.

© www.cityfemme.com/2016/11/23/nastasia-ziua-bloggerilor-la-teatrul-masca-si-o-altfel

„Nastasia”, Ziua Bloggerilor la Teatrul Masca si o altfel de seara in oras

© November 23, 2016 Admin Diverse Evenimente

[f](#)
[t](#)
[p](#)
[G+](#)
[✉](#)



Recunosc, nu merg des la teatru. Nu atat de des precum mi-as dori. Dar si cand ajung...

« Nastasia » este despre dragoste, ambitia de a-ti depasi conditia, intrigi si pasiuni.

Ziua Bloggerilor organizata de **Teatrul Masca** a fost fix deducul acela de care aveam nevoie sa-mi amintesc ca de multe emotii putem transmite fara sa folosim cuvinte. Piesa „Nastasia” pe care am avut ocazia sa o vad in avanspreiera luni seara a fost ocazia perfecta sa ma transpun intr-o altfel de lume, o lume de mahala din Bucuresti interbelic.

Intrarea in atmosfera specifica a avut loc inca de dinainte de a pasi in sala, pentru ca un taraf autentic (taraful de la Sarpele Rosu, daca am inteles bine) cu tambal, vioara si acordeon a avut grija sa ne faca primirea inca din sala de asteptare.

Bucurestiul interbelic vazut intr-o crasma de mahala, in care oameni simpli isi pun viata pe tava,

© claudiuciobanu.eu/2016/11/22/ziua-bloggerilor-la-teatrul-masca/



Author **Claudio**

Ziua Bloggerilor la Teatrul Masca cu piesa Nastasia

Îmi aduc aminte de **prima ediție** a Zilei Bloggerilor la **Teatrul Masca**, în martie 2011, atunci când am reușit alături de prietenii din DreamTeam să umplem sala din bulevardul Uverturii - am văzut piesa „Sluga la doi stăpâni”, o comedie de Carlo Goldoni - și să punem bazele unei prietenii de durată cu oamenii sufletiști de la Masca.

Si cam tot de atunci, de fiecare data când ajung la Teatrul Masca, mă simt ca acasă. E și aproape de mine și am fost primit de fiecare dată cu mult drag. Si amintesc câteva dintre proiectele desfășurate la Teatrul Masca - unele dintre ele la care am și ajutat la organizare - din 2010, de când îl cunosc și până acum: spectacole cu Dance World, trupa de dans in care dancează Ana mea și evenimentele anuale Târgul de Jucării și Iepurașul Masca. Nu mai pun la socoteală nenumăratele piese de teatru văzute, multe dintre ele în avangardism...



leri, la cea de-a 5-a ediție a Zilei Bloggerilor la Teatrul Masca, am văzut în avanpremieră piesa **NASTASIA**, după G.M. Zamfirescu, un spectacol, așa cum este anunțat. Ia care vei râde și vei plânge alături de niște actori pe care credeai că-i cunoști dar care te vor surprinde încă o dată! **NASTASIA**, un spectacol de și cu Mihai Mălămar!

Da, chiar așa a fost. Am văzut multe piese la Masca și am crezut că știu de ce sunt în stare actorii conduși de Mihai Mălămare. Numai că m-am înșelat. Iar, A fost diferit și de data asta. Dar nu vreau să vă zic mai mult. Vă zic doar că o să-l vedeți pe Maestrul Mihai Mălămare într-o postură inedită. Ați! Ați!

Biletele au fost deja scoase la vânzare și se pot achiziționa ONLINE, de pe www.masca.ro.

Distribuire

Cristina Panait - Nastasia
Eugen Fetescu - Vulpașin
Robert Polană - Luca
Alina Crăiță - Safta
Maria Panainte - Paraschiva
Laura Dumitrescu - Vecina
Valentin Mihalache - Sotul vecinei

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



① lessassys.blogspot.ro/2016/11/ziua-bloggerilor-la-teatrul-masca.html

101, 18 noiembrie 2016

Ziua Bloggerilor la Teatrul Masca

Teatrul Masca organizează luni, 21 noiembrie, ora 19.00, a 14-a ediție a Zilei Bloggerilor. Cu această ocazie, bloggerii parteneri vor avea ocazia să vadă în premieră (înaintea publicului) spectacolul **Nastasia**, o tragi-comedie după operele lui G.M. Zamfirescu.



Nastasia aduce în prim-plan o poveste emoționantă, desprinsă din ciudata, fragila și caleidoscopică lume a mahalalei bucureștene- **locul în care visele mor înainte de a se naște!**

Nastasia și Luca, victime ale mediului în care s-au născut, cu speranța de a scăpa din mahalaua în care trăiesc prin iubire și muncă, vor fi prinse într-un joc al intrigilor, ce va ține publicul cu răsuflarea tăiată până la căderea cortinei!

Se va împăca Nastasia cu soarta? Cum se vor alinia aștele spre neașteptatul și teribilul final?

Toate acestea le puteți afla sâmbătă, 26 noiembrie. Biletele online pot fi achiziționate începând cu 3 noiembrie, iar casa de bilete se va deschide pe 16 noiembrie.



Dacă ești blogger, iubesti teatrul și arta, te poți înscrie să participi la avan-premieră la adresa dadaflorentina@gmail.com, persoană de contact Florentina Dada. **Invitația este de două persoane**, așa că puteți face fericit pe cineva drag!



pelateatru.blogspot.ro

Mihaila Petre

Visualizări profil meu complet

Arhivă blog

- 2016 (3)
- noiembrie (2)
- ZIUA BLOGGERILOR - TEATRUL MASCA - NASTASIA**
- noiembrie
- 2015 (1)
- 2014 (2)
- 2013 (1)
- 2012 (1)

F64

Cristina Bazavan

Blogul Cristinei Bazavan
Către fete: Ocazia 2017 va fi prin intermediul de pe Instagram de unde va fi postată
Așa! 27 de minute

Silvia Biris

Blogger

ZIUA BLOGGERILOR - TEATRUL MASCA - NASTASIA - REGIA MIHAI MALAIMARE

Ce în felul acesta s-a organizat la Teatrul Masca "Ziua Bloggerilor" și recunoșc că e o atmosferă tare frumoasă, le mai întâlnim cu oameni dragi, mai discuti despre teatru și despre celelalte lucruri în viață.

Am ajuns la Teatrul Masca și ne gândeam unde să ne ducăm pentru a putea vizualiza mai bine când voi fi fotografică deosebită în ambele părți și așa lucrurile deosebite în lumea noastră, ceea ce a surprins noi care facem aceste lucruri erau chiar actorii din distribuție acompaniați de teatru de la Capela Roua, și fetele susținute de către Mihaila Petre.

① razvanmotei.ro/tag/nastasia/

Secure https://kooperativa.tv/kooperativa-2-0-la-ziua-bloggerilor-organizata-de-teatrul-masca

Prima Pagină > Emisiuni TV > Kooperativa 2.0 La Ziua Bloggerilor Organizată De Teatrul Masca



Kooperativa 2.0 la Ziua Bloggerilor organizată de Teatrul Masca

22 NOIEMBRIE 2016 RĂZVAN IUSTIN MOȚEI NICIUN COMENTARIU

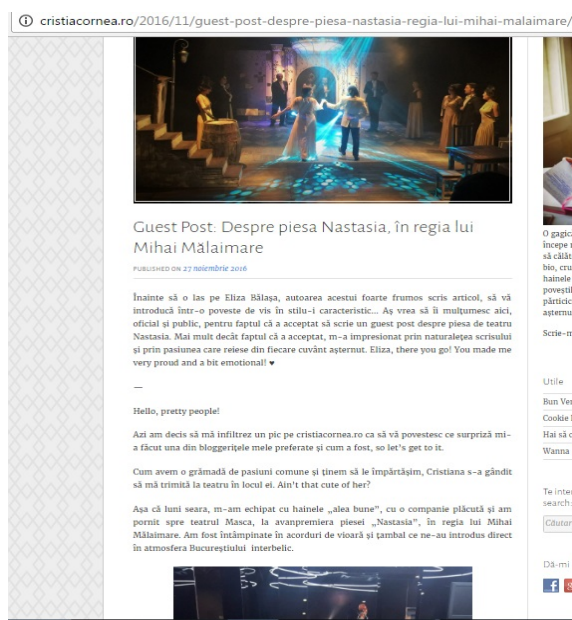
AVANPREMIERĂ "NASTASIA" – TEATRUL MASCA

"Anii '30, Popa Nan, lună, prietenie, mire, crimă, dragoste, dans, acordeon, pasiuni, oftat, București, căsătorie, vioară, muzică, anii nebuni, cuțit, mireasă, tango, casă, lăutari, mahalaua veseliei"

Cele de mai sus reprezintă cuvintele cheie extrase din spectacolul **"Nastasia"**, spectacol în regia lui **Mihai Mălaimare**. Tragi-comedia ce a avut avanpremieră seara trecută la **Teatrul Masca** a intrat ușor în topul celor mai bune piese de teatru pe care le-am văzut vreodată. A fost pentru a doua oară când am urmărit teatru non-verbal și începe să îmi placă din ce în ce mai tare. Motivul principal pentru care începe să îmi placă acest tip de artă este acela al interpretării: ești liber să îți imaginezi replicile pe care actorii și le oferă, ei completând experiența prin punerea în scenă a imaginației tale.

Spectacolul lui Mihai Mălaimare se desfășoară undeva în "Mahalaua Veseliei", un loc al Bucureștilor anilor '30, locul unde

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



Înainte de a concluziona, trebuie să menționăm **un aspect important** care a adus în timp un plus de imagine teatrului și care **a fost relevant și în studiul IRES**: acest aspect se referă la prezența în continuare în colectivul artistic a lui **Mihai Mălaimare**, cel care materializează practic prin montările sale, dar și prin prezența nemijlocită din spectacole, strategia Teatrului Masca. Prestigiul de care ne bucurăm ca instituție unicat i se datorează în proporție covârșitoare. Masca a beneficiat constant în acești 26 de ani de imaginea extrem de bună pe care o are în rândul publicului bucureștean, **Mihai Mălaimare**. Putem spune, fără să greșim cu nimic, că acesta și-a *“donat”* teatrului imensa popularitate pe care o avea în 1990 în momentul înființării acestuia. Ca dovadă pentru cele scrise mai sus, este faptul ca în studiul amintit, numele lui **Mihai Mălaimare** apare spontan în discuții ca fiind mentorul Teatrului Masca, activitatea sa fiind apreciată și reprezentând un brand în sine care potențează astfel imaginea teatrului. În aceste condiții, faptul că Mihai Mălaimare a rămas alături de trupă, asumându-și în continuare rolul de mentor al teatrului, **este un atu ce trebuie valorizat**, cu acordul său, și în viitor.

În final, putem afirma că notorietatea instituției este în creștere, aducându-și contribuția la aceasta atât definirea ca *“un altfel de teatru”*, cât și preocuparea constantă pentru îmbunătățirea comunicării și adaptarea strategiei de comunicare la canalele actuale.

Aflat în permanentă legătură cu publicul său, direct – prin spectacolele de stradă, unde reacțiile nu sunt mediate, nu sunt ascunse, nu sunt simulate sau indirect - prin prezența în presă, prin newsletter-uri, prin prezența pe rețelele de socializare, Teatrul Masca se evidențiază categoric printr-o imagine pozitivă, iar notorietatea brandului este mult superioară altor instituții de gen de pe teritoriul României.

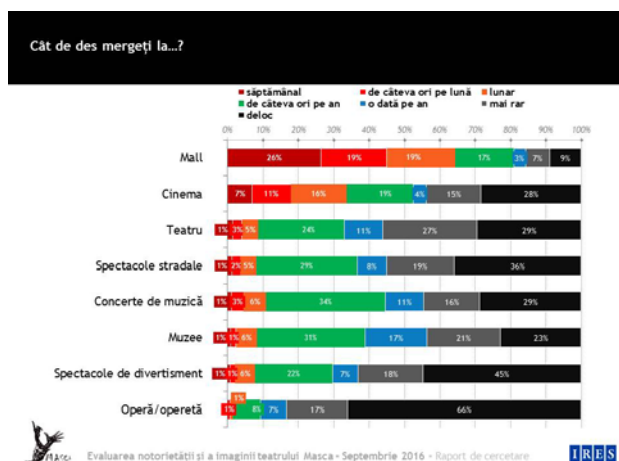
A.4. Măsuri luate pentru cunoașterea categoriilor de beneficiari

În scopul cunoașterii mai precise a nevoilor și intereselor publicului țintă, a dimensiunilor acestuia, precum și a factorilor care îi influențează consumul cultural am realizat, așa cum am evidențiat mai sus, o cercetare sociologică, vizând un eșantion reprezentativ pentru aria geografică în care este localizat Teatrul Masca, cât și pentru Municipiul București în ansamblu.

Acest studiu IRES ne-a relevat faptul că, pe de-o parte, comportamentul ocazional de consum de spectacole de teatru evidențiază **publicul bucureștean ca fiind mai degrabă amator de teatru și nu neapărat unul profesionist**, iar pe de altă parte, **notorietatea brandurilor de teatru (în general) este destul de scăzută** (*preferințele de consum teatral nu au pe primele poziții în conștiința publicului, brandul, acesta orientându-se mai curând genul spectacolelor, după actori, după varietatea mijloacelor de expresie*). Acest ultim aspect sugerează că importanța **comunicării țintite** este mai importantă decât istoria unei instituții în consumul de spectacole de teatru astăzi, ceea ce poate reprezenta un avantaj pentru Teatrul Masca.

Consumul de teatru la bucureșteni nu este neapărat o formă populară de petrecere a timpului liber, respondenții menționând mall-ul și cinematograful drept principalele *temple (!)* de petrecere a timpului liber. Frecvența cu care bucureștenii merg la spectacolele de teatru este și ea destul de mică, **27% menționând că merg mai rar de o dată pe an, 24% de câteva ori pe an, în timp ce 29% susțin că nu merg niciodată la teatru.**

Frecvența cu care bucureștenii asistă la spectacole stradale este ceva mai ridicată decât cea a spectatorilor ce cumpără bilet la teatru – acest aspect este susținut și de rezultatele din studiul calitativ, unde o parte dintre respondenți menționau că ocazional se întâmplă să devină spectatori ad-hoc pentru spectacolele derulate în medii neconvenționale și de cele mai multe ori stau până la finalul spectacolului sau până când se încheie un ciclu al unui act artistic (în cazul în care nu este vorba de un spectacol liniar cu început și sfârșit).



În general, răspunsurile la întrebarea „Cand ati fost ultima dată la teatru?” se ramifică pe două grupe: **aproximativ 50% persoane care nu merg la teatru sau au mers ultima dată cu mulți ani în urmă** și restul procentelor care indică o frecvență redusă privind vizionarea spectacolelor de teatru. **Doar 4% dintre răspunsuri se pun în dreptul variantei în ultima lună**, în timp ce **32% dintre respondenți menționează că au fost la teatru în ultimele luni** și 15% în urmă cu un an. Aceste rezultate indică o **frecvență redusă în materie de consum de spectacole de teatru**, fapt care ne face să privim cu precauție eventuale topuri ale teatrelor din București, ele fiind date mai degrabă de notorietatea brandurilor sau de numărul destul de mic de spectatori de teatru, raportat la numărul de locuitori.

Acest aspect este primul indicator din mixul ce compune cea mai importantă recomandare: **esențială este creșterea notorietății brandului Masca în rândul consumatorilor de teatru, dar și în rândul bucureștenilor în general.**

Consumatorii de teatru nu au preferințe care să le limiteze experiențele de consum de spectacole în vreun fel anume, ieșit din comun. Aceștia merg atât la comedii, cât și la drame, atât la piese clasice, cât și contemporane, moderne, atât la piese montate în mod „tradițional”, cât și la cele montate într-o manieră „experimentală”. Un spectacol de teatru este evaluat mai ales prin modul în care reușește să creeze „*magia momentului*”, prin sincronizarea poveștii cu decorul ales, jocul actorilor și implicarea emoțională a publicului (conform răspunsurilor din studiul IRES).

Principalele motive pentru care oamenii merg la spectacolele de teatru evidențiate de participanții la cercetare (atât la studiul calitativ, cât și la cel cantitativ – s-au realizat 3 focus grupuri): distracție/relaxare/destindere și detașare de grijile de zi cu zi, petrecere plăcută a timpului împreună cu alte persoane, activitate de culturalizare și introspecție (mai rar menționată, cu precadere de către publicul profesionist, publicul fidel).

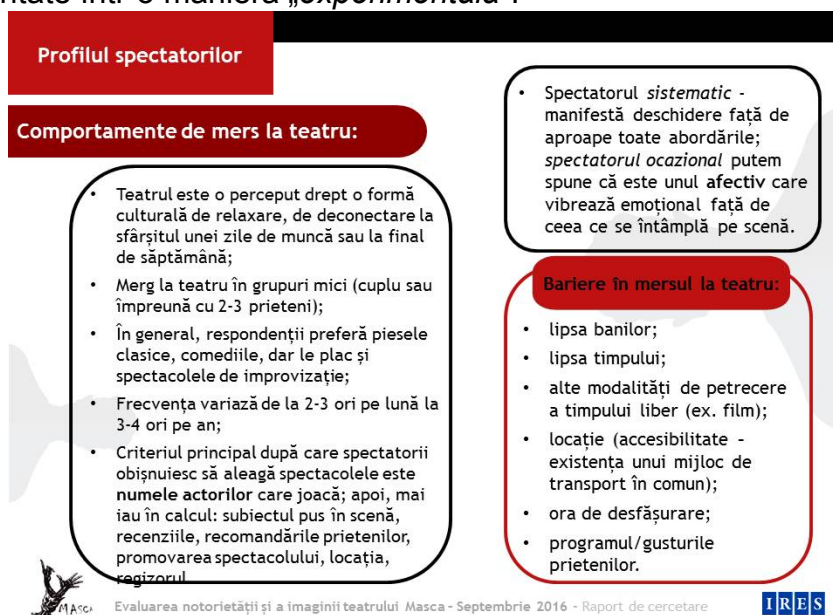
Pe lângă spectacolul de teatru în sine, observăm din același studiu că există și *factori pragmatici* care favorizează sau, dimpotrivă, împiedică oamenii să ajungă în sala de teatru: prețul билетelor, managementul timpului personal, posibilitatea rezervării/cumpărării билетelor prin telefon sau internet, ora de începere/încheiere a spectacolelor, mijlocul de transport spre casă (în acest caz, noi care suntem situați ex-centric, întâmpinăm reale dificultăți cu programarea spectacolelor în zilele săptămânii, problema urmând să se rezolve doar odata cu fluidizarea traficului bucureștean).

Principalul motiv pentru care **bucureștenii nu merg la teatru** îl reprezintă însă, conform răspunsurilor din studiu, favorizarea altor activități de petrecere a timpului liber în detrimentul mersului la spectacolele de teatru, **peste 56% dintre respondenți susținând că nu au timp să meargă la teatru.**

În acest sens, pentru 11% dintre respondenți teatrul nu este o opțiune de petrecere a timpului liber, în timp ce pentru alți 8% lipsa unei agende a spectacolelor este principalul motiv pentru care aleg altceva pentru a-și petrece timpul liber, în detrimentul spectacolelor de teatru.

Pe de altă parte, studiul relevă ca nu există preferințe care să limiteze experiențele de consum de spectacole în vreun fel anume, ieșit din comun.

Respondenții afirmă că merg atât la comedii, cât și la drame, atât la piesele clasice, cât și la cele contemporane, moderne, atât la piese montate în mod „tradițional”, cât și la cele montate într-o manieră „experimentală”.



Conform aceluiași studiu, **teatrul stradal se bucură de aprecierea a 60% dintre respondenți.** Acest fapt ne confirmă strategia de a mări numărul reprezentațiilor de stradă, având în vedere că rămânem singura instituție teatrală cu acest profil, pe de o parte, și pe de altă parte, că există o deschidere suficient de mare a publicului bucureștean către spectacolele pe care teatrul nostru le prezintă.

În paralel cu acest studiu amplu, am continuat și evaluarea statistică a publicului pe baza vânzării diferitelor categorii de bilete, atât la casă, cât și din analiza datelor statistice pe care le oferă prezența Masca în online – în acest moment vânzările online depășesc cu 15-20% vânzările de la casă. Ca obișnuință, **cei care achiziționează online bilete sunt tinerii și cei cu studii superioare, obișnuiți să își planifice petrecerea timpului liber** (dar și a resurselor financiare, biletele online fiind mai ieftine decât cele vândute la casa de bilete).

A.5. Grupurile-țintă ale activităților instituției

Masca este perceput diferit de celelalte teatre prin abordare, punerea în scenă a aceleași povești sub altă formă, prin alte mijloace de expresie folosite, prin expresivitatea corporală, aceste argumente de diferențiere fiind subliniate de publicul fidel.

La nivelul publicului bucureștean de teatru (considerat ca procent de 100%), 42% spun că au văzut un spectacol al Teatrului Masca și, aproape în unanimitate,

toți cei 42% dintre respondenți, care au spus că au văzut cel puțin un spectacol Masca, au fost plăcut impresionați de actul artistic (94%), ceea ce sugerează o calitate percepută a spectacolelor foarte ridicată.

Publicul nostru se împarte în două categorii care formează și grupurile-țintă ale instituției.

Primul grup-țintă îl reprezintă spectatorul de teatru de sală, un public cu un comportament cultural relativ consolidat care constituie **nucleul dur** al consumatorilor de teatru în general și care poate juca în același timp și **un rol de model comportamental pentru alte grupuri** (toate aceste afirmații trebuie privite în lumina rezultatelor studiului în ceea ce privește consumul de teatru, câteva aspecte fiind detaliate mai sus). Masca are în consecință **un public fidel, un public captiv**, căruia îi sunt dedicate programele și proiectele noastre artistice de interior.

Al doilea grup-țintă este format din publicul evenimentului de stradă, din ce în ce mai numeros, conform datelor statistice, dar și studiului, **un public mai eterogen, cu tendințe de fidelizare mai reduse**, dar tot mai deschis la consumul evenimentelor de tip festival, gală etc. unde își satisface atât nevoia de contact social, cât și nevoia de consum cultural și loisir.

Stratificarea celor două grupuri-țintă și modalitățile de abordare a fiecăruia, atât în ansamblu, cât și pe diferitele sale straturi este prezentată în planul de marketing.

O a treia categorie care nu trebuie neglijată o reprezintă publicul exterior Bucureștiului, din țară sau din străinătate, Teatrul Masca propunându-și astfel să contribuie la creșterea capacității de atractivitate culturală a Capitalei României.

A.6. Profilul beneficiarului actual

Profilul beneficiarului actual nu s-a modificat din momentul prezentării proiectului de management. Este evident că, o vreme cel puțin, lucrurile vor sta la fel, pentru că membrii societății au nevoie de un timp oarecare pentru a-și modifica obiceiurile de consum cultural. Pe de altă parte, **noi înșine, prin spectacolele noastre în aer liber, suntem parte/factori ai acestei schimbări “împrietinind” oamenii cu obiceiul de a consuma cultură autentică.**

În cazul nostrum, așa cum am afirmat mai sus, diferențiem două tipuri de beneficiari: **cei ai spectacolelor de interior și cei ai spectacolelor în aer liber**. Preponderent publicul de interior al teatrului nostru este tânăr sau aflat în plină activitate, cu două categorii distincte: publicul format din studenți și publicul cu vârste cuprinse între 25 și 45 de ani (am lăsat deoparte publicul foarte tânăr, căruia teatrul i se adresează prin programe sau proiecte artistice dedicate).

În aceste cazuri ne confruntăm deja cu un public tipic societăților occidentale: un consumator grăbit, un consumator aflat în permanentă mișcare (reală sau virtuală), conectat permanent prin smartphone, tabletă, laptop la viața socială, politică și culturală din București, din țară și de peste hotare, un public bombardat în același

timp de informații multiple și nefiltrate, trăitor într-o lume în care comunicarea are un rol din ce în ce mai important.

Pentru acest public oferta de alternative dedicată petrecerii timpului liber este din ce în ce mai consistentă: cinematografe, muzee, galerii de artă, concerte etc. Toate acestea consumă timpul liber al potențialului public de teatru, dar și resursele materiale (cu toate că prețurile билетelor la teatru sunt rezonabile, calculând costul pentru o seară de teatru a unei familii cu doi copii ajungem la o sumă care se situează în jurul a 100 de lei, o sumă mare pe care nu toți consumatorii și-o pot permite lunar).

Totodată, timpul alocat consumului de cultură s-a redus și din cauză că în fața potențialilor spectatori apar și alte activități consumatoare de timp liber: faptul că tinerii au job-uri multiple și își continuă instrucția prin o mulțime de sesiuni de training profesional și după absolvirea facultății, i se adaugă ieșitul în oraș la un restaurant cu prietenii (*conform modelului comportamental promovat de serialele americane*), sportul practicat în marile orașe (foarte populare sunt mersul la sală și mersul cu bicicleta etc.), moda scurtelor escapade de week-end în afara Bucureștiului.

La toate acestea trebuie să menționăm călătoriile peste hotare care și ele oferă o satisfacție culturală suficientă pentru o destul de lungă perioadă de timp (se vizitează multe muzee, situri arheologice, se participă la festivaluri, de obicei, *outdoor* - evenimente foarte frecvente în Uniunea Europeană, se merge la concerte, etc.).

Masca, prin programele și proiectele artistice, nu se adresează numai acestui public pe care l-am definit ca fiind *beneficiarul potențial al spectacolelor indoor*. Toate reprezentațiile teatrului în aer liber, în spații nonconvenționale sunt dedicate unui **alt tip de potențial consumator cultural**, cel cu **expunere culturală accidentală** având următorul profil identificat pe baza observației directe, făcută atunci când Masca joacă în stradă și confirmat de cercetarea IRES.

- o locuiește, în general de multă vreme, în cartierele dormitor ale Capitalei;

- o aparține tuturor categoriilor de vârstă, de la copii de 3-4 ani la pensionari de peste 65 de ani, de la adolescenți la tineri familisti cu sugari în cărucioare;

- o în proporție de 70% având un nivel de instrucție mediu sau sub mediu (în marea majoritate au ca studii doar liceul sau școlile profesionale);

- o trăiește în familii tradiționale, de tip părinți-bunici-nepoți;

- o are posibilități financiare modeste;

- o este apt, din punct de vedere al resursei materiale, să-și satisfacă doar mici plăceri constând într-o coca cola sau o înghețată;

- o are un background familial aproape de condiția sa sau doar cu un palier mai scăzut, în general provenind din familii cu același nivel minim de instrucție și venit pe cap de membru al familiei;

- o este neconsumator de teatru, muzeu, concerte clasice în forma tradițională în marea majoritate, în proporție de cel puțin 70%;

- o este consumator fidel de programe tv știri, show-uri, talk-show-uri etc.

o este consumator de filme, în special de seriale, dar în principal de acasă – aici cei sub 25 de ani se deosebesc de vârstnici, aceștia din urmă ne mai mergând la cinematograful, urmărind filmele doar la televizor;

o este participant ocazional la actul de cultură, de exemplu: în cartierele de rezidență frecventează manifestările artistice organizate de Primăriile de sector;

o vârstnicii au o singură alternativă de petrecere a timpului liber: plimbările în parc; tinerii, mai mobili, sunt consumatori de evenimente muzicale gratuite, frecventând barurile și pub-urile, în general pe cele de cartier;

o tinerii sunt deținători de smartphone, dar și de tablete/laptop/pc în proporție de 40% (deși veniturile par a nu le-o permite);

o în proporție de 80% tinerii au acces constant la internet, inclusiv pe mobil/tabletă;

o tinerii își iau majoritatea informațiilor de pe internet și sunt influențați, în primul rând, de părerile prietenilor;

Capacitatea de coagulare instantanee a publicului în astfel de situații dovedește existența **unei nevoi latente de consum cultural a acestor categorii**, dar și faptul că ele **nu au capacitatea de planificare a acestui consum**, din diverse motive.

Acest public necesită în mod special **o strategie proactivă de tipul evenimentelor organizate de Masca, manifestări artistice în care oferta culturală a acestuia îi este livrată fără a presupune nicio acțiune în acest sens din partea lui: Masca vine la public, nu publicul la Masca**. Această strategie are și o importantă **componentă de acțiune socială** care urmărește atât atragerea publicului către fenomenul cultural, cât și **modelarea gustului său artistic**.

B. Evoluția profesională a instituției și propuneri privind îmbunătățirea acesteia

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

Teatrul Masca fiind o instituție teatrală înființată după 1990, a profitat de schimbările din societatea românească și s-a înființat cu un program estetic bine definit și cu o strategie artistică prin care și-a propus:

1. să introducă în circuitul teatral românesc teatrul de stradă, inexistent până în acel moment în România;
2. să familiarizeze publicul autohton cu un gen teatral absolut nou în viața teatrală românească;
3. să ofere categoriilor sociale marginalizate acces la actul cultural profesionist;
4. să contribuie prin proiectele sale la ridicarea gradului de civilitate a Bucureștiului.

Toate aceste scopuri se regăsesc și acum după 27 de ani în strategia culturală a instituției, întreaga activitate a teatrului nostru fiind concentrată pe îndeplinirea misiunii pe care ne-am asumat-o.

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



Din păcate, la ora actuală, la nivel național **nu există o strategie convenită de comun acord de către toți actanții vieții politice românești**, ci doar strategii de dezvoltare culturală gândite și asumate de către fiecare guvern în parte pe perioade scurte de cel mult 4 ani, între două cicluri electorale.

Indiferent însă de care vor fi prioritățile unui guvern sau altuia, **Teatrul Masca face parte integrantă din cultura românească a acestor ani de după decembrie '89**, drumul nostru ca instituție unică fiind un exemplu urmat și de alte instituții similare, chiar dacă acestea joacă doar ocazional în stradă. Tipul de teatru practicat de noi, **un teatru popular cu spectacole care se adresează, prin producțiile special concepute pentru stradă, categoriilor defavorizate** care nu au mijloacele financiare și nici instrucția necesară pentru a se duce singure către actul cultural va fi întotdeauna apreciat ca alternativă culturală de calitate pentru petrecerea timpului liber. În același timp, **Masca fiind promotorul teatrului non-verbal în România**, spectacolele noastre fără cuvinte își vor putea găsi oricând locul în programele și proiectele care promovează arta teatrală autohtonă în Uniunea Europeană, în Europa sau în alte părți ale lumii. Reprezentațiile noastre, atât cele de interior, cât și de exterior au avantajul că pot fi înțelese, datorită limbajului teatral universal folosit, în orice țară din lume.

Pentru perioada imediat următoare, având în vedere **pregătirea manifestărilor dedicate Marii Uniri**, Masca și-a propus să scoată în premieră **un spectacol de stradă cu marionete mari, având ca personaje țărani români autentici din provinciile istorice ale României**. În același timp, ne propunem ca la Festivalul Internațional de Statui Vivante din 2018, ediția a 8-a, să dedicăm **o secțiune și un spectacol de statui vivante eroilor anonimi care au participat la Marea Unire de la 1 Decembrie 1918**, organizând și un open call pentru acest eveniment.

În ceea ce privește adecvarea la strategia culturală a autorității am amintit la punctul A1 contribuția pe care am avut-o noi, alături de celelalte instituții publice, la elaborarea **Strategiei Culturale a Municipiului București**, strategie aprobată de Consiliul Municipiului București în luna august a anului 2016.

Teatrul Masca, așa cum am afirmat și la începutul acestui capitol, a considerat întotdeauna că trebuie să ofere bucureștenilor prin activitatea sa **accesul tuturor categoriilor sociale, în mod echilibrat și generalizat**, la actul cultural de calitate și a militat ca evenimente teatrale de calitate trebuie să aibă loc chiar în **cartierele de la periferia orașului, cartiere defavorizate din punct de vedere cultural**. La fel ca și în ceilalți ani, **stagiunea trecută am prezentat spectacole în toate cartierele bucureștene, din Ferentari în Colentina sau pe Calea Victoriei, din Bucureștii Noi în Ghencea sau Drumul Taberei, din Pantelimon în Giulești sau Pieptănari, din Cișmigiu în Herăstrău sau în Parcul Național, din Balta Albă în Militari sau în Floreasca sau Fundeni, etc.** Timp de 5 zile pe săptămână, cu o trupă redusă numeric, am reușit să oferim pe întreaga perioadă cuprinsă între **1 Mai și 1 octombrie**, 8 premiere diferite ca stil teatral și tehnică actoricească și un Festival Internațional de Statui Vivante, aflat la ediția a 6-a, care s-a desfășurat în două cartiere bucureștene: **Crângași și Titan**.

În acest veritabil **turneu bucureștean pe care îl întreprindem an de an am descoperit și introdus în circuitul cultural spații bucureștene din unele parcuri în care nimeni nu încercase vreodată să organizeze evenimente.**

*Ideea aceasta a prins atât de bine, încât în **unele parcuri bucureștene aproape ne-a fost “blocat” accesul, multe instituții culturale, și publice, dar și private, descoperind mirajul evenimentelor în aer liber – aceasta fiind partea frumoasă a medaliei! -, au pus aproape monopol pe aceste zone – acesta este reversul medaliei, un revers nu prea plăcut și nici prea fair! – astfel că noi întâmpinăm în prezent, în mod constant, dificultăți în a mai găsi câte un week-end în care să putem programa spectacolele noastre în unele parcuri bucureștene.** Și toate acestea deși noi suntem singurul teatru din București, dar de fapt și din România, care **creăm spectacole special pentru stradă, și nu mutăm doar spectacole din interior în stradă** sau în câte un cort, clamând apoi că facem teatru de stradă. Credem că **împărțirea echitabilă a acestor spații ar fi Soluția** cea mai corectă pentru toate părțile implicate.

Un alt obiectiv urmărit în Strategia culturală este **creșterea turismului cultural** în București. Teatrul Masca își găsește oricând locul în proiectele teatrale destinate turiștilor străini, **spectacolele noastre, atât cele de interior, cât și cele de exterior fiind fără cuvinte, potențialii turiști nefiind îngrađiți de barierele necunoașterii limbii române.** De altfel, la spectacolele noastre de interior sau de exterior vin cetățeni străini care muncesc în România sau membri ai corpului diplomatic din diverse țări.

În același timp, Teatrul Masca a răspuns întotdeauna oricăror solicitări făcute de instituții culturale din capitală sau de autorități. Colaborarea extrem de bună cu Direcția de Cultura, Sport, Turism din PMB sau cu majoritatea primăriilor de sector, în special cu Primăria Sectorului 5 sau 6 a oferit satisfacții de ambele părți: Masca a găsit spațiu pentru desfășurarea spectacolelor sau evenimentelor, iar Primăriile au putut oferi locuitorilor acte culturale de calitate, realizate de către profesioniști, fără a fi acuzate că improvizează evenimente așa-zis culturale, cu tentă politică.

B.2. Orientarea activității profesionale către beneficiari

Studiul IRES ne-a revelat faptul că pe de o parte, Masca are un public fidel/loial (aflat pe un trend ascendent și cu posibilități de creștere) la spectacolele de interior și un potențial de public de 60% din totalul bucureștenilor la spectacolele de exterior. Așa cum intuiam, cercetarea amintită ne-a confirmat faptul că mutarea centrului de greutate al activității noastre către prezența în stradă într-o proporție cât mai mare corespunde așteptărilor bucureștenilor.

S-a dovedit astfel că programele și proiectele artistice derulate de Masca timp de 26 de ani își dovedesc valoarea și răspund nevoilor de consum cultural a publicului bucureștean.

În consecință Masca a continuat și va continua să-și desfășoare programele și proiectele artistice care s-au impus în timp, **redimensionându-și însă prezența cu**

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



programe culturale în zonele mărginașe ale Capitalei, facilitând bucureștenilor cu instrucție și venit modest accesul la **fenomenul cultural contemporan**. În acest sens, „**desantul teatral**” din vara trecută în **Cartierul Ferentari** a demonstrat că există o nevoie latentă de teatru și de cultură chiar și în acele zone care, din necunoaștere, sunt considerate uneori ca fiind „nefrecventabile”. Ca urmare a acestor reprezentații, împreună cu reprezentanții Primăriei sectorului 5 am decis ca în 2017 o parte a **Festivalului Internațional de Statui Vivante să se desfășoare chiar în acest cartier**. În plus, în cadrul unui **acord de parteneriat încheiat la sfârșitul anului 2016**, Masca va oferi **reprezentații indoor și outdoor special pentru locuitorii acestui cartier și cursuri de teatru pentru elevii din acest sector**.

Am dar doar un exemplu, dar în multe parcuri în care am prezentat spectacole în stagiunea de exterior din 2016, indiferent că au fost în Parcul Motodrom de la granița cartierului Colentina cu Șoseaua Fundeni sau în Parcurile Florilor și Morarilor din cartierul Pantelimon, bucureștenii se strâng alături de noi, deschiși către un tip de teatru care le oferă o alternativă culturală pentru timpul liber din timpul săptămânii sau din week-end.



Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



În același sens, Masca își propune un pariu pentru anul 2017 alcătuind un **program ambițios cu 6-10 spectacole săptămânal**, în **week-end uneori fiind programate câte 4-5 spectacole**, folosindu-ne de tradiția matineului des întâlnită înainte de '89 în teatrul românesc. Vom aborda stagiunea de exterior cu micro stagiuni în cartiere (de miercuri până duminică inclusiv). De asemenea vom încerca și sperăm să și reușim, (dar încă depindem de o echipă tehnică mai consistentă), să jucăm în mai multe spații în aceeași zi, tocmai pentru a mări ponderea spectacolelor noastre în outdoor. De altfel trebuie să menționăm că anul trecut am reușit să jucăm concomitent în 10 spații din București în avanpremieră la Festivalul Internațional de Statui Vivante.

Masca nu își va uita nici spectatorii din zona centrală, programând spectacole atât în Herăstrău și Cismigiu, cât și în centrul vechi și pe platforma din fața Cercului Militar Național.

Orientarea către spațiile în aer liber nu înseamnă excluderea din zona de interes a spectatorilor care accesează spectacolele susținute la sală, acelui public fidel/captiv de care am amintit mai sus. Le-am oferit acestora în stagiunea aflată în derulare (cu un efort deosebit, pentru ca a trebuit să ne reorganizăm din mers activitatea, noi încheind stagiunea în aer liber în fapt pe data de 15 octombrie 2016), un spectacol de stil, foarte apreciat de public: "Domnișoara Nastasia" (un proiect cu 40 de reprezentații la sediu). Am încercat să compensăm reducerea numărului de reprezentații și cu diverse alte evenimente adiacente/conexe (expoziții în spațiile de așteptare, repetiții cu public, întâlniri ale actorilor cu spectatorii) în încercarea de a fideliza acest public și de îi oferi experiențe complementare vizionării clasice a unui spectacol de teatru. Viitoarea stagiune de interior se află deja în pregătire, prima premieră a toamnei fiind terminată de la începutul lunii februarie, așteptând – pe durata repetițiilor pentru spectacolele în aer liber – prima întâlnire cu publicul din data de 6 octombrie 2017.

B.3. Analiza principalelor direcții de acțiune întreprinse

În 2016 am continuat principalele direcții pe care Masca le-a urmat în toți acești 26 de ani și care au dus la rezultatele cunoscute. Am încercat să ne adaptăm și la noile tendințe ale artei contemporane, dar și la schimbările din societatea românească a acestui început de secol, în special la ritmul mult mai alert al vieții din zilele noastre.

Teatrul Masca susține două stagiuni distincte: una de interior, în perioada noiembrie - aprilie și o stagiune de exterior, în perioada mai – septembrie.

Având în vedere că mandatul de manager a început la jumătatea anului 2016, schimbările pe care ni le-am propus în activitatea artistică, și nu numai, au trebuit făcute din mers pentru a nu compromite o stagiune *outdoor* pentru care teatrul era pregătit cu mai multe premiere și, totodată, pentru a mări vizibilitatea instituției în viața culturală a Capitalei. În același timp am început pregătirile pentru stagiunea de interior a cărei structură a fost și ea modificată din mers.

Direcțiile principale pe care le-am urmărit au fost:

- Conceperea și derularea de **programe și proiecte artistice în cele două zone de teatralitate care ne definesc și care individualizează Teatrul Masca în peisajul teatral bucureștean: teatrul nonverbal (de gest și expresivitate corporală indoor) și teatrul de stradă;**

o am ales pentru această primă jumătate de an de mandat, pentru stagiunea de interior, montarea unui spectacol de stil inspirat de scrierile unui cunoscut prozator român, G.M.Zamfirescu, spectacol care s-a bucurat de mare succes până acum;



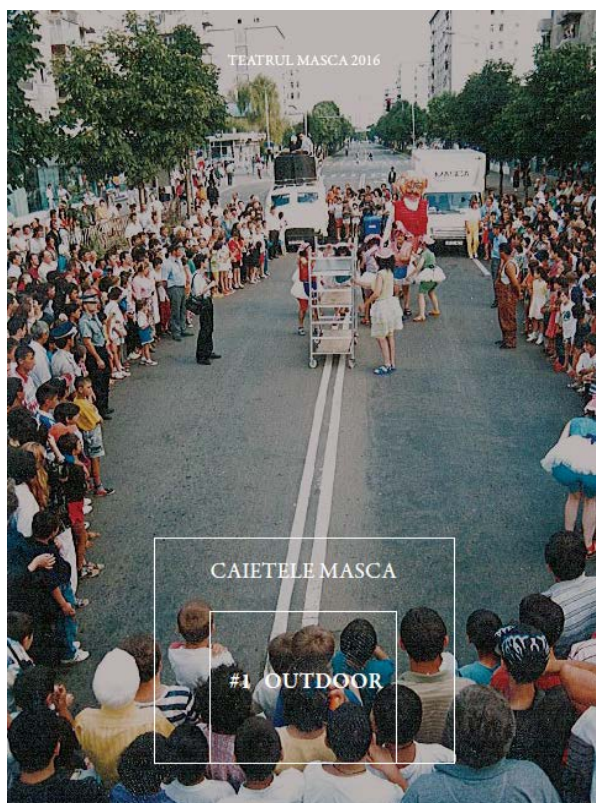
- o creșterea atractivității ofertei culturale outdoor
 - o creșterea numărului de premiere outdoor
 - o o programare mai bună a reprezentațiilor în aer liber
 - o diversificarea ofertei culturale *outdoor* prin:
 - reintroducerea spectacolelor mobile, de tip walking performance și spectacole cu mașinării teatrale;
 - crearea unui spectacol dedicat celor mai tineri spectatori (4-10 ani);
 - crearea de evenimente conexe – expoziții mobile de fotografie;
 - amplificarea manifestărilor ocazionate de ediția a 7-a a Festivalului Internațional de Statui Vivante;





- **găsirea de noi oportunități pentru prezentarea spectacolelor** (spații noi, parcuri noi, scuaruri, etc.)
 - adaptarea spectacolelor (scenografie și regie) pentru aceste noi spații
- **mărirea numărului de spectacole în strada la 5 spectacole pe săptămână**, începând de miercuri până duminică (ceea ce a determinat însă renunțarea la repetițiile de pe timpul verii);
- **mărirea numărului de colaboratori pentru a întregi colectivul artistic (doar 7 actori angajați);**
- **reorganizarea activității întregului colectiv prin renunțarea la concediul de vară** pentru a putea să ne apropiem de dezideratul de a avea o stagiune continuă în aer liber, fără sincopă;
- **reluarea mai accentuată a prezenței Teatrului Masca la evenimente desfășurate peste hotare, atât în Uniunea Europeană, cât și în zone mai îndepărtate;**
 - o colaborari cu reprezentanțe ICR din Londra și Berlin, cu Ambasadele României din Germania, Marea Britanie și Bulgaria
 - o colaborări cu festivaluri (ex.: Night of Festivals, Londra)
 - o înscrierea în rețeaua Silk Road International League of Theatres, cu sediul în China
- am continuat munca de **cercetare teatrală în zona specifică de creație artistică**, urmând să satisfacem în acest fel deopotrivă nevoia de **profesionalizare continuă a trupei**, cât și necesitatea **descoperirii de noi surse de inspirație** pentru proiectele artistice:
 - o oferirea de training specializat actorilor cuprinși în proiectele artistice;
 - o am creat un colectiv care să redacteze Caietele Masca, o publicație teatrală despre teatrul de stradă din România și din lume;

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



DECEMBRIE 2016

CAIETELE MASCA
 TEMA #1: OUTDOOR
 cuprins

EDITO: Cristina Modreanu p.7

ARGUMENT PENTRU O NOUĂ PUBLICAȚIE - *CAIETELE MASCA*

TEATRUL ȘI CETATEA: Mihai Mălaimare p.12

TEATRU ÎN SALĂ, TEATRU ÎN STRADĂ ȘI TEATRU DE STRADĂ

ATUNCI & ACUM: Lucian Giurcescu p.19

TEATRUL ÎN AER LIBER

STRADA CA O SCENĂ: Floriane Gaber p. 25

CÂTEVA JALOANE PENTRU ARTELE STRĂZII

GUEST STAR: Silvia Purcărete p.32

NOSTALGIA AERULUI CURAT

INTERVIU: Gavril Pinte p. 37

REALITATEA CONCRETĂ A SPAȚIILOR NECONVENȚIONALE

CONTEXT: Olivia Nițu p.43

SPAȚIU EXPANDAT

FESTIVALURI: Florentina Bratfanof p.47

TEATRUL DE STRADĂ, FOCUS PE PUBLIC

REMEMBER: Marina Roman p.51

MASCA, FILE DE POEZIE

BURSA STREET ART: Ioana Gontea p.59

O ISTORIE A TEATRULUI DE STRADĂ ÎN DOUĂ CĂRȚI COMPLEMENTARE

DICȚIONAR DE TERMENI p.63



5

- o am început crearea unei arhive a spectacolelor de outdoor și indoor prin cooptarea unor fotografi profesioniști;
- am dezvoltat o mai bună strategie generală de comunicare și strategii specifice fiecărui program sau proiect artistic, în vederea transmiterii mai eficiente a mesajului: **Masca – un altfel de teatru, un teatru prietenos, deschis** către nevoile bucureștenilor;
 - o am diversificat promovarea spectacolelor cu o atenție mai mare la conceptul și calitatea materialelor atât pentru outdoor, cât și pentru indoor;
 - o mărirea ponderii promovării în mediul online;
 - o colaborarea mai susținută cu bloggerii bucureșteni cu scopul de a distribui mesajele noastre către potențiali beneficiari;
 - o apelarea la noi mijloace de promovare (utilizarea unor spații de afișaj în lifturile clădirilor de birouri care oferă acces direct și imediat la o largă categorie de public formată din persoane cu venituri peste medie și care includ mersul la teatru în agenda personală de petrecere a timpului liber) și centrarea către promovarea outdoor de mari dimensiuni;
- am continuat proiectele de educație cultural-teatrală adresate tinerei generații (publicului foarte tânăr și tânăr);
 - o cursuri de teatru și de cultură teatrală pentru copii;

Masca va rămâne și în viitor un altfel de teatru, o instituție a bucureștenilor și pentru bucureșteni.

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

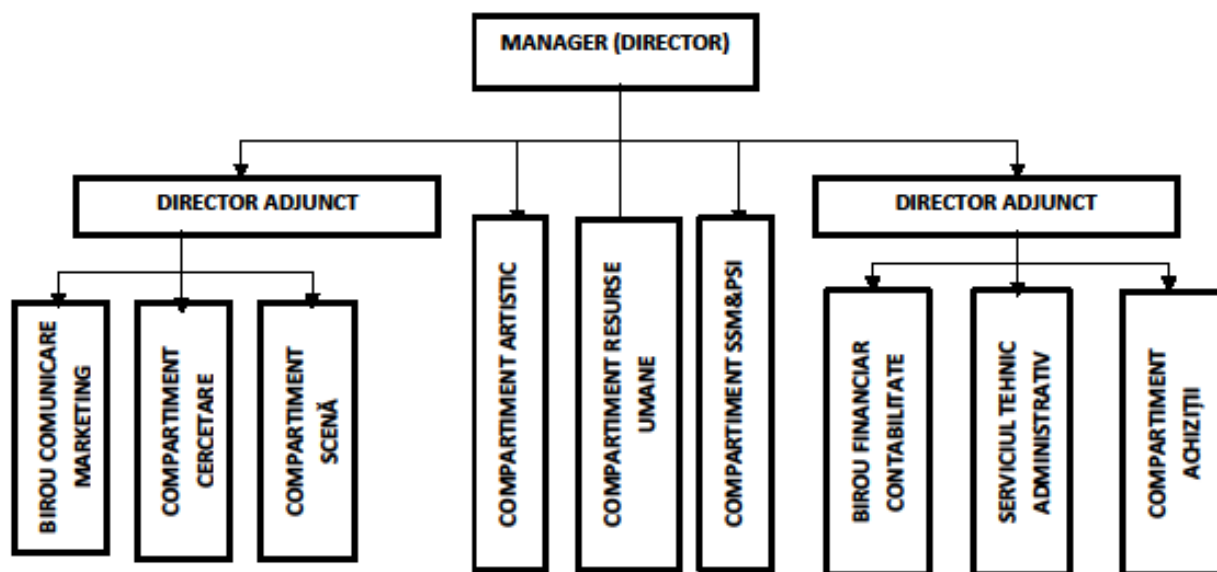
C.1 Măsuri de organizare internă

și

C2. Propuneri pentru modificarea reglementarilor interne

Una din condițiile fundamentale pentru îndeplinirea programelor artistice din proiectul de management a fost schimbarea încadrării instituției **din teatru de repertoriu în teatru de proiecte și schimbarea organigramei**, instituția noastră **nesolicitând mărirea numărului de posturi**. Deși cu întârziere față de ce estimaserăm noi la momentul preluării mandatului de manager, acest lucru s-a realizat în 21 decembrie 2016, când în ședința CGMB **s-au aprobat noua organigrama, numărul total de posturi, noul ștat de funcții și noul regulament de organizare și funcționare**.

* Teatrul Masca se situează din punctul de vedere al personalului (artistic, tehnic și administrativ) printre instituțiile cu un număr foarte mic de angajați, având un număr total de 59 de posturi.



La ora la care scriem acest document în instituție are loc concursul pentru ocuparea unor posturi vacante, urmând ca după data de 15 martie Masca să funcționeze cu un număr de 45 angajați (daca vor fi ocupate toate locurile la concurs).

Teatrul Masca are în prezent un colectiv fix de doar 7 actori angajați, dintre care șase pe durată nedeterminată și unul, Mihai Mălaimare, pe durată determinată (contractul prelungindu-se pe perioada derulării unor programe și proiecte, în conformitate cu prevederile O.G. 21/31.01.2007).

S-au păstrat cele două posturi de directori adjuncți, dar ale căror atribuții au fost modificate: unul are atribuții de management de proiecte culturale, celălalt, atribuții economice, tehnice și administrative.

S-au înființat: Biroul de Comunicare și marketing și Compartimentul de Cercetare teatrală.

Restul personalului necesar realizării programelor culturale va lucra pe contract de colaborare în baza O.G. 21/31.01.2007 (actori, scenografi și corp tehnic).

Un teatru de proiecte presupune o mult mai mare libertate conceptuală în realizarea proiectelor (stilistic, în cazul Masca, renunțarea la spectacolele cu text), dar și o responsabilizare pe măsură a trupei fixe care se instituie în grup de formatori pentru actorii care vor fi cooptați pe proiecte în urma castingului organizat pentru fiecare producție în parte.

Masca va rămâne un teatru de gest, pantomimă, expresie corporală, a cărui activitate artistică și pedagogică se va organiza în jurul unui colectiv fix, redus numeric, dar extrem de performant stilistic, cu un aport important de actori tineri invitați în proiectele culturale și ale cărui **spectacole** vor fi realizate și desfășurate în sistemul teatrului de proiecte (**serii determinate**).

C.3 Sinteza activității organismelor colegiale de conducere

Consiliul de administrație s-a întâlnit de 6 ori în perioada scursă de la concursul de manager, abordând probleme ce intră în competența sa, așa cum este consemnat și în procesele verbale.

Consiliul artistic s-a întâlnit de 2 ori, discutând noua strategie a instituției și noile programe culturale.

Având în vedere că noile reglementări au fost înregistrate oficial abia în 14 ianuarie 2017, până după concurs am lăsat neschimbate structura Consiliului de administrație, precum și a Consiliului artistic, acestea având precizate noile atribuții în Regulament de organizare și funcționare nou aprobat.

În urma concursului ce se va încheia în data de 9 martie, în termen de 30 de zile, se vor definitiva noile organisme de conducere (determinate de angajările în posturi importante pentru instituție, spre exemplu Directorul adjunct cu atribuții tehnico-economice și administrative va trebui să facă parte din noul consiliu etc.), urmând ca vechile Consilii să funcționeze până la stabilirea noii componente.

C.4. Dinamica și evoluția resurselor umane ale instituției (fluctuație, cursuri, evaluare, promovare, motivări/sanționări)

Având în vedere schimbarea strategiei culturale, făcută din mers, în chiar debutul stagiunii estivale care a suferit modificări esențiale, au fost făcute angajări pe durată determinată, mai ales la compartimentul tehnic care era deficitar, dar și la compartimentul de achiziții publice unde aveam un singur angajat cu detașare sau la compartimentul de contabilitate unde era doar contabilul-șef.

Angajări pe durată determinată în 2016 – 14 posturi.

S-au realizat evaluările integului personal. Nu s-au facut promovari. Nu au existat sanctiuni.

Una dintre preocupările majore a fost trimiterea la cursurile de perfecționare ale personalului angajat (achiziții publice - 1, contabilitate primară - 2 , arhivar – 1).

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

La acest capitol, principala noastră problemă o constituie **lipsa unui depozit de decoruri, recuzită, costume etc.**, această funcție fiind îndeplinită de o parte a clădirii din Bucureștii Noi, clădire aflată într-o stare de degradare avansată. Am reînnoit cererea (făcută acum 1 an) de a ne fi luat din administrație acest spațiu care grevează bugetul instituției și am realizat, din cheltuielile de dezvoltare din 2016 **Studiul de fezabilitate pentru construcția unui Depozit în curtea teatrului.** Studiul a fost depus la Comisia tehnico-economică din cadrul P.M.B. în luna ianuarie a.c., pentru aprobarea indicatorilor tehnico-economici.

În ceea ce privește spațiile existente în cele două corpuri de clădire, am demarat **operațiuni de reparații** acolo unde se impuneau (din bugetul anului 2016) și am prevăzut în bugetul anului 2017 o altă sumă pentru continuarea acestora.

Unul dintre programele artistice, *Amfiteatrul Cultural* (care corespunde perfect Strategiei Culturale a Municipiului București), nu poate fi realizat fără îmbunătățirea spațiului existent în curtea teatrului. În acest sens am obținut la rectificarea din septembrie 2016 banii necesari pentru realizarea unui **Studiu de fezabilitate pentru acoperirea și antifonarea amfiteatrului în aer liber**, clădirea noastră fiind situată între blocurile de locuințe, normativele de poluare sonoră impiedicând desfășurarea activității în acest spațiu conform viziunii dorite. Studiul de fezabilitate a fost depus pentru aprobarea indicatorilor la Comisia tehnico-economică din cadrul P.M.B. în luna ianuarie în data de 20.01.2017.

În ceea ce privește situația patrimoniul mobil, am reușit ca din investițiile anului 2016 să cumpărăm un autoturism absolut necesar deplasării personalului tehnic la spațiile unde Masca joacă în timpul stagiunii în aer liber.

Din banii de reparații pe 2016 am reușit să remediem unele probleme la parcul auto și am prevăzut în bugetul pe 2017 o sumă necesară pentru întreținerea acestuia și rezolvarea celorlalte probleme, pentru noi parcul auto fiind foarte important, având în vedere că stagiunea în exterior implică **multiple deplasări în fiecare zi de spectacole.**

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

În perioada amintită nu au fost derulate controale de către alte organisme, ultimul control fiind cel al Curții de Conturi din octombrie-noiembrie 2015 care a evidențiat câteva probleme la nivelul întocmirii contractelor, chestiuni care au fost remediate încă din 2015.

D. Evoluția situației economico-financiare a instituției:

D1. analiza datelor financiare din proiectul de management corelat cu bilanțul contabil al perioadei raportate (mii lei);

Nr. crt.	Categorii	Estimare An 2016	Realizat An 2016
1	2	3	4
1.	TOTAL VENITURI, din care:	5485	4737
	1.a. venituri proprii, din care:	300	370
	1.a.1. venituri din activitatea de bază	285	370
	1.a.2. surse atrase	15	-
	1.a.3. alte venituri proprii	-	-
	1.b. subvenții / alocații	5185	4367
	1.c. alte venituri	-	-
2.	TOTAL CHELTUIELI, din care:	5485	4737
	2.a. Cheltuieli de personal, din care:	1600	1242
	2.a.1. cheltuieli cu salariile	1294	1014
	2.a.2. alte cheltuieli de personal	306	228
	2.b. Cheltuieli cu bunuri și servicii, din care:	3403	3018
	2.b.1 Cheltuieli pt proiecte	1138	1347
	2.b.2 Cheltuieli cu colaboratorii	800	671
	2.b.3 Cheltuieli pt reparații curente	100	111
	2.b.4 Cheltuieli de întreținere	1039	889
	2.b.5 Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	326	-
	2.c. Cheltuieli de capital	482	467

D2 - evoluția valorii indicatorilor de performanță în perioada raportată, conform criteriilor de performanță ale instituției din următorul tabel:

Nr. Crt.	Indicatori de performanta	Perioada evaluata
1.	Cheltuieli pe beneficiar (subvenție + venituri – cheltuieli de capital)/ nr. de beneficiari	45,65
2.	Fonduri nerambursabile atrase	-
3.1.	Număr de premiere	8
3.2.	Număr de refaceri	-
3.3.	Număr de coproducții	1
3.4.	Număr de spectacole în regim de protocol	1
4.	Număr de apariții media (fără comunicate de presă)	1000+
5.	Număr de beneficiari neplătitori	87450
6.	Număr de beneficiari plători	6068
7.	Număr de spectacole, din care:	314
	* la sediu (București), din care:	282
	- în sală	63
	- spații neconvenționale	219
	*in turnee	32
	- în sală	3
	- spații neconvenționale	30
8.	Număr de proiecte/ acțiuni culturale	23

9.	Venituri proprii din activitatea de baza	370000
10.	Venituri proprii din alte activități	-
11.	Număr de participări la festivaluri, gale, concursuri, etc.	14
12.	Indice de ocupare a sălii la sediu (%)	90

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

E. 1. Viziune

În anii ce urmează Masca își va consolida programul estetic propus încă de la primele producții artistice și va dezvolta programe culturale în zonele de teatralitate în care s-a impus. În prima perioadă de management, bazându-ne pe experiența anterioară, am păstrat o parte a programelor vechi (pe care le-am amplificat oferindu-le o mai bună vizibilitate), am restructurat o altă parte a programelor avute în anii precedenți (regândindu-le în funcție de cercetarea IRES întreprinsă) și am propus programe noi care să răspundă nevoilor publicului bucureștean, să satisfacă artistic forța creatoare implicată în aceste programe și să urmărească tendințele actuale ale artei teatrale contemporane.

În această scurtă perioadă, deși aflat în plină reorganizare, Masca și-a păstrat calitatea de **instituție unică în peisajul teatral bucureștean**, păstrându-și **poziția de lider în teatrul de stradă sau în spații non convenționale**.

Masca = Un teatru care vine spre public, Un teatru altfel sunt motto-urile viitoarei perioade artistice.

E.2. Misiune

Misiunea instituției va rămâne aceea de a contribui la **dezvoltarea culturală a comunității careia îi aparține**, realizând și prezentând tuturor categoriilor de public **producții artistice valoroase**, incitante, moderne, **promovând actul cultural de calitate și facilitând accesul la cultură al tuturor bucureștenilor, cu accent semnificativ pe satisfacerea nevoilor culturale ale comunităților defavorizate aflate la periferia orașului**.

E.3. Obiective (generale și specifice)

Am considerat normal să împărțim obiectivele generale și specifice ale Teatrului Masca pe două mari direcții, *indoor* și *outdoor*.

Obiective programe *indoor*:

- o impunerea stilului Masca prin spectacolele nonverbale, *pe care noi le numim spectacole de stil și care reprezintă unicitatea zonei de teatralitate pe care Masca o propune publicului bucureștean și nu numai, aceste spectacole fiind foarte bine apreciate și în turneele organizate anul trecut;*
- o punerea în valoare a potențialului artistic al actorilor angajați, *precum și al tinerilor colaboratori angrenați în programe, numărul acestora din urmă crescând*

odată cu transformarea în teatru de proiecte, prezența lor la Masca permițând de fapt diversificarea și amplificarea programelor;

- o perfecționarea continuă a mijloacelor de expresie ale trupei; am angrenat în atelierele de creație propuse actorilor noștri și tinerii care s-au alăturat colectivului artistic*

- o continuarea muncii de cercetare teatrală;*

- o accentuarea dimensiunii educativ-culturale a programelor;*

Obiective programe *outdoor*:

- o impunerea teatrului de stradă ca o componentă esențială și indispensabilă a peisajului teatral românesc, dar și a vieții culturale bucureștene; conform aceluiași studiu IRES, publicul bucureștean recunoaște și valorizează teatrul de stradă ca o componentă specială a vieții culturale din Capitală;*

- o punerea în valoare a capacităților creatoare ale trupei și ale colaboratorilor tineri (actori, scenografi, compozitori);*

- o diversificarea propriilor mijloace de expresie și diverselor stiluri de teatru stradal; în afara spectacolelor de statui vivante, am introdus spectacolele de tablouri vivante, spectacolele în mișcare (walking performance), spectacolele de marionete mari, spectacole de trupă cu performanțe de canto și dans; (criteriu de evaluare: număr mijloace de expresie și stiluri de teatru stradal potențiale);*

- o oferirea unui răspuns nemijlocit la nevoia latentă de cultură a oamenilor din cartierele-dormitor ale capitalei; am dat o amploare mai mare programelor aflate deja în derulare anul trecut și am creat proiecte ce presupun o prezență mai consistentă a teatrului la periferia Capitalei*

- o oferirea unei alternative culturale de calitate pentru petrecerea timpului liber;*

- o alinierea Bucureștilor în rândul capitalelor europene care au festivaluri de statui vivante/de teatru în aer liber; am mărit numărul de zile consacrate festivalului, am mărit numărul de spații unde acesta va avea loc, am creat o secțiune de avanpremiere ale festivalului cu spectacole concomitente în 10 locuri din oraș etc.; anul acesta lucrurile vor fi și mai consistente cu 7 zile de festival și 4 de avanpremiere, cu 4 spații mari în care se vor juca spectacolele (4 zile vor avea loc în cartierele Ferentari și Crângași, 1 la casa Filipescu - Cesianu și 2 în Herăstrău)*

- o creșterea contribuției teatrului la nașterea și păstrarea sentimentului de comunitate locală.*

E.4. Strategie culturală, pentru întreaga perioadă de management

În centrul oricărei strategii culturale se află publicul.

În cazul nostru strategia de dezvoltare are în centrul acesteia **publicul și comunitatea**, această comunitate regăsindu-se atât la nivel macro (publicul existent sau potențial de teatru din București), dar și la nivelul comunităților mici, de cartiere sau la cel al comunităților specifice, acolo unde Masca duce actul artistic.

Scopul ultim al oricărui artist și în consecință al oricărui teatru este creația artistică apreciată de un public cât mai numeros și cât mai fidel.

Ne propunem în următorii 3 ani **să impunem teatrul de stradă ca o componentă esențială a vieții teatrale bucureștene**. Teatrul de stradă este actul teatral care răspunde cel mai bine nevoilor categoriilor defavorizate cultural, situate

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



în cartierele ex-centrice ale capitalei. Teatrul de stradă și stilul Masca au șansa de a fi înțelese dincolo de bariera de limbaj, de instrucție sau de vârstă.

În același timp, ne dorim ca **teatrul non-verbal pe care îl practicăm indoor, cu acele spectacole care pun accentul pe Actorul complet**, să își găsească locul cuvenit în preferințele publicului bucureștean, așa cum se întâmplă cu acest gen teatral în alte părți ale lumii.

Toate acestea se pot realiza prin **diversificarea ofertei noastre culturale** (atât la nivelul repertoriului, cât și la nivelul subgenurilor teatrului nonverbal și al celui de stradă), **prin perfecționarea mijloacelor de expresie ale actorilor**, prin sincronizarea permanentă la noile tendințe teatrale contemporane, **printr-o promovare gândită dinamic și adecvată ritmului vieții contemporane**, prin amplificarea efortului de teoretizare a demersului nostru artistic, **prin deschiderea către o nouă generație de creatori** (actori, scenografi, compozitori), prin implicarea mai activă în viața comunităților cărora ne adresăm.

În plus nu trebuie să uităm că **Masca vine la public, nu publicul la Masca.**

Așa cum am amintit deja, am gândit reorganizarea instituției în așa fel încât să asigurăm condițiile propice pentru crearea programelor și proiectelor, am diversificat repertoriul, am introdus alte genuri de teatru de stradă, am mărit stagiunea de exterior, am selectat colaboratori tineri cu care să completăm, am început munca de teoretizare a soluțiilor noastre teatrale pentru a impune și în rândul oamenilor de teatru, al criticilor de specialitate (ciudat, dar aceștia sunt mai reticenți la acest gen teatral decât publicul însuși).

Programele și proiectele Teatrului Masca și-au dovedit în acești ani capacitatea de a se susține prin concepția lor valoroasă, verificată în timp. Altele noi li se vor adăuga, unele mai vechi, care o luaseră înaintea vremurilor, vor fi reluate.

Vor continua spectacolele de interior, cu tipul lor specific de expresivitate teatrală, pornind de la scenarii originale sau de la adaptări ale unor opere literare sau dramatice de valoare, naționale sau universale. Aceste spectacole jucate în interior, cu o imagine teatrală în centrul căreia se află **Actorul Capabil**, actorul care se exprimă plenar utilizându-și corpul vor fi și în continuare semnul distinctiv ale producțiilor artistice din următoarea perioadă.

Vom propune introducerea spectacolelor-matineu de la ora 15.00, o tradiție de succes a teatrului de dinainte de 1990, dar și o practică obișnuită în prezent și în teatrale din Uniunea Europeană.

Activitățile *indoor* se vor completa cu evenimente cu adresabilitate specifică, spre exemplu, cele destinate bloggerilor și specialiștilor social-media, cele concepute pentru studenți sau cele create pentru comunitatea din zona de rezidență.

Va continua și va fi dezvoltat programul de cercetare teatrală și cel de educație prin cultură, cel din urmă angrenând și alte categorii decât cele existente (detalii precise și argumente se regăsesc la descrierea programelor propuse).

Credem însă că evoluția din ce în ce mai alertă a vieții culturale din București, dar și din Occident, ne va prilejui crearea și a altor programe care vor răspunde nevoilor și dorinței publicului și pe care, oricât am analiza mediul socio-cultural sau instituția în sine, nu avem cum să le bănuim în prezent. Cu certitudine Masca își va păstra și în viitor capacitatea de inovare atât la nivelul producțiilor artistice, cât și la nivelul inventivității programelor, proiectelor sau activităților din cadrul acestora.

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



În *outdoor* vom continua montarea spectacolelor destinate spațiilor non convenționale, spectacole ce fac apel la un alt tip de limbaj decât cel descris anterior, cu imagini ample, dar cu un accent care cade exclusiv pe Actor, bazându-se pe capacitatea sa artistică, dar și pe aptitudinea dobândită de a interacționa inteligent și creativ cu publicul, particularități care fac ca receptarea de către spectatorii ocazionali să fie extrem de directă și de percutantă.

Ne propunem în perioada de management să folosim cât mai mult din forța creatoare a tinerilor actori cu care vom colabora, cărora vom încerca să le inoculăm determinarea vechii trupe, dăruirea față de teatrul de stradă și față de publicul acestuia și cărora le vom oferi întreaga expertiză deținută de trupa de până acum pentru a putea deveni în timp, ei înșiși, reprezentanți valoroși ai acestui tip de teatru.

Tot ca urmare a reorganizării va exista o mai rapidă diversificare a activităților teatrului, vizând transformarea acestuia într-un veritabil centru cultural, trupa fixă, dar și actorii colaboratori vor fi angajați în proiecte conexe. Ne referim cu precădere aici în primul rând la activitatea de cercetare teatrală, dar și la *Școala de teatru gestual*. Intenționăm ca actorii trupei fixe să urmeze cursuri de formatori, ei având deja o experiență consistentă în acest sens, experiență dobândită în timp în cadrul aceluiași program care se derulează de mai multă vreme la Masca.

Vom încerca astfel să răspundem necesităților publicului secolului XXI, un public mai grăbit, dornic de continuă noutate, dornic de un ritm mai rapid al apariției ofertelor culturale, dornic să vadă "fețe noi" în spectacole, dornic să găsească în spațiul unde vine la teatru și posibilitatea de a socializa înainte, dar mai ales după spectacole, într-un spațiu primitor și prietenos.

E.5. Strategia și planul de marketing



Dincolo de umorul, cam amar!, al fotografiei de mai sus, strategia de marketing este o componentă esențială a oricărei instituții moderne.

Teatrul Masca își propune dezvoltarea unor serii de proiecte care să corespundă tuturor categoriilor de public vizate (prin crearea unor spectacole adresate diverselor categorii de public, în funcție de gradul de educație și stilul de consum cultural al fiecăruia).

În conformitate cu strategiile de dezvoltare din ultimii ani, Teatrul Masca își va propune să continue rolul de formator și să depășească granițele cartierului în care își are sediul.

Astfel, **atragera unor noi segmente de consumatori și limitarea non-consumului** fac parte dintre obiectivele pe care ni le propunem pe viitor.

Obiective economice:

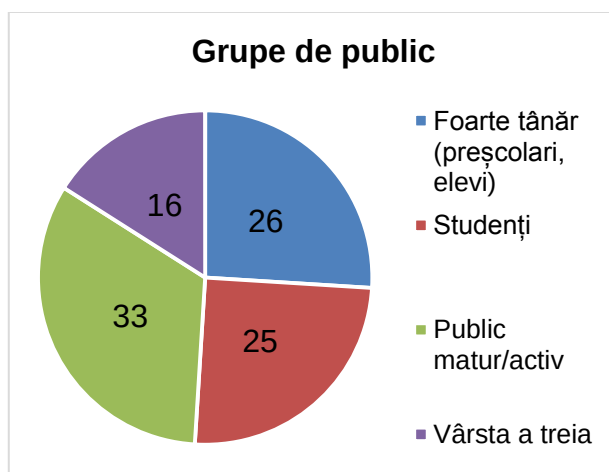
- creșterea vânzării de bilete;
- atragerea de fonduri prin participarea la diverse evenimente (festivaluri, gale etc.) în România, dar și în afara țării;
- atragerea de fonduri prin participarea la sesiunile de finanțare;

Obiective psiho-sociale:

- creșterea notorietății Teatrului Masca (prin strategii de comunicare adaptate în permanență mediului social);
- popularizarea unui gen teatral mai puțin abordat în România – teatrul gestual, în toate formele sale;
- creșterea interesului publicului față de teatrul nonverbal;
- atragerea unor noi categorii de public și fidelizarea celor existente;
- permiterea accesului liber la cultură pentru toate categoriile de public (prin proiectele cu acces gratuit);

Planul de acțiune privind produsele culturale

În prezent, Teatrul Masca beneficiază de avantajul de a fi singurul teatru de gest, pantomimă și expresie corporală din România, cu producții unice în peisajul teatral românesc. Se urmărește **nu numai păstrarea poziției de lider, ci și dezvoltarea notorietății teatrului și atragerea unui public nou** (programe pentru: **elevi, studenți și tineri** – *Poli...Masca, Noapte albă la Masca, Tineri la Masca, La Început a fost ...gestul etc.*; programe pentru **public matur și activ** – *Festivalul Internațional de Statui Vivante, Cu teatrul în parc, Masca tradițională, Centura teatrală a Capitalei etc.*; programe pentru **publicul de vârstă a treia** – *Teatru fără vârstă*).



Teatrul Masca trebuie să își continue direcția de dezvoltare pe nișe precum tehnica statuii vivante sau spectacolele în mișcare. Statisticile arată că acest gen de spectacole care se adresează unui public larg, cu diverse grade de educație contribuie la îndeplinirea obiectivelor de marketing propuse.

Din strategia de dezvoltare pentru perioada următoare nu lipsește formarea profesională: acest obiectiv al dezvoltării va fi îndeplinit prin organizare de workshop-uri, studii și cercetări atât pentru actori, cât și pentru personalul tehnic (program – *Masca la școală*).

Planul privind prețurile

Prețurile ce vor fi practicate (atât la bilete, cât și la onorariile percepute de Teatrul Masca pentru participarea la diverse evenimente) trebuie să reflecte realitatea pieței. În acest sens trebuie să existe o documentare continuă.

De asemenea, în scopul atragerii unor noi categorii de public și a fidelizării publicului existent se vor oferi diverse *discount*-uri și reduceri, gândite în așa fel încât să fie atractive pentru publicul cărora li se adresează.

Planul privind vânzarea билетelor

Distribuția билетelor se face atât prin casa de bilete, cât și prin vânzări online. Identificand noile tendințe în vânzări, Teatrul Masca este într-o continuă adaptare și pune la dispoziția spectatorilor posibilitatea achiziționării de bilete *online* (aceasta tehnică de vânzare este promovată inclusiv prin oferirea de reduceri la achiziționarea *online*).

Din statisticile pe care le efectuează Masca se observă că vânzările online de bilete au depășit în ultimul an cu 15 % vânzările directe de la casă. Sistemul de *e-ticketing* pe care îl utilizează Masca este implementat direct în structura *site*-ului instituției. Eliberarea ticketelor nu presupune niciun fel de costuri suplimentare pentru teatru fiind eliminați din start intermediarii. Plata билетelor se poate face *online*, cu cardul.

Posibilități de dezvoltare viitoare în ceea ce privește vinderea билетelor:

- o achiziționarea unei imprimante dedicate pentru tipărirea ticketelor pe suport profesional (hârtie cartonată, striată, margini rupere, etc.). Această investiție ar avea impact asupra imaginii Teatrului Masca prin acordarea unei atenții sporite graficii билетelor și calității tiparului. Totodată ar putea fi un imbold necesar pentru identificarea unor sponsori care să acopere costurile hârtiei speciale în schimbul inserării logo-urilor pe spatele билетelor;
- o **introducerea plății cu cardul la casierie (POS);**
- o introducerea de carduri de fidelitate pentru public (aceste carduri pot 1. contribui la fidelizarea anumitor categorii de public prin acordarea de reduceri speciale, 2. contribui la identificarea anumitor tipare de consum);
- o **reintroducerea sistemului de vânzare prin așa numitul difuzor cultural de dinainte de '89, sistem care era foarte performant și care în fond ar răspunde și cerințelor actuale de promovare de tipul *face to face*.**

Planul privind promovarea vânzărilor

Strategia de comunicare și promovare se va dezvolta pe mai multe direcții strategice:

- o parteneriate media permanente cu posturi radio publice (spoturi, anunțuri, concursuri), ziare și reviste, precum și cu publicații din mediul online;
- o parteneriate media pe perioadă determinată (cu ocazia diverselor evenimente – Festivalul Internațional de Statui Vivante, premiere, etc.) cu televiziuni și posturi de radio comerciale;
- o afișaj outdoor: afișe, bannere, mash-uri, panouri publicitare etc.;
- o dezvoltarea comunității online (bloggeri, formatori de opinie în mediul virtual etc.) care să contribuie la distribuirea mesajului și la o acoperire cât mai bună;
- o prezența în diverse emisiuni tv;
- o realizare de interviuri pentru presa scrisă sau *online*;
- o păstrarea unei legături permanente cu publicul (prin *newsletter*-uri);
- o o comunicare eficientă prin realizarea de comunicate de presă care să aducă în atenția presei (ziare, reviste, site-uri, agenții de presă etc.) activitățile Teatrului Masca și să atragă atenția criticilor asupra importanței programelor și proiectelor;
- o folosirea mai eficientă a rețelelor de socializare, păstrarea și dezvoltarea în acest mediu virtual a imaginii unui teatru mobil și prietenos;
- o utilizarea în continuare a promovării directe prin intermediul unor evenimente artistice concepute special în acest sens;
- o diferențierea strategiilor de comunicare în funcție de grupurile-țintă și de beneficiari;
- o diferențierea strategiilor de comunicare pe fiecare program și proiect în parte.



E.6. Programe propuse pentru întreaga perioadă de management

Având în vedere particularitatea Teatrului Masca de a susține spectacole atât în interior cât și în exterior, programele propuse pentru viitorii trei ani sunt concepute pentru ambele tipuri de situații și urmăresc creșterea ponderii spectacolelor de stradă, impunerea stilului Masca de spectacole nonverbale, creșterea rolului teatrului în educația culturală.

1. Stagiunea indoor - Este un program teatral care înglobează atât premierele (spectacolele de stil), cât și alte activități, le-am numit "conexe", care tind spre o diversificare a activității teatrale desfășurate în interior și vizează, într-un interval de timp măsurabil, transformarea sediului Masca într-un viitor centru cultural teatral.

Programul cuprinde 3 proiecte mari și 6 proiecte mici prin intermediul cărora urmărim:

- o o mai mare individualizare a stilului Masca și o transmitere mai precisă a mesajului nostru publicului;
- o o mai mare diversificare a activităților ce vor avea loc în sală, cu proiecte conexe reprezentațiilor din dorința de a ne transforma într-un teatru accesibil și prietenos;
- o o mai mare apropiere de public prin programele care descoperă pentru public o altă fațetă a muncii într-un teatru (repetițiile/generalele cu public, caietele teatrale, conferința anuală, expozițiile teatrale, vizitele în culisele teatrului etc.).

2. Tineri la Masca (interior/exterior) – 4-5 proiecte mari și 8 proiecte mici – Programul se derulează pe două direcții, nu neapărat divergente, cu care urmărim:

- o să deschidem instituția către tinerii creatori, actori, scenografi, regizori, coreografi, compozitori etc. ;
- o atragerea celei mai mari comunități de public (potențial) și cu un nivel de instrucție peste medie, respectiv a celor peste 30.000 de studenți ai celei mai mari Universități din București, Universitatea Politehnică, majoritatea provenind din orașe din țară și cărora întâlnirea cu Masca le-ar prilejui ocazia vizionării primului spectacol de teatru din viața lor, prin proiectul *Poli-Masca*.;
- o atragerea tinerilor între 16 și 35 de ani din cartierul de rezidență, prin oferirea unei alternative culturale de petrecere a timpului liber, în chiar zona în care locuiesc, prin proiectul *Masca by Night*.

3. Școala de teatru gestual Masca (STG) (interior) – 4 proiecte mari - programul demarat de Masca în 1992, funcționând aproape an de an, a vădit certe beneficii:

- o program dedicat copiilor, dar și tinerilor, Școala de teatru gestual propune un sistem complementar de educație prin intermediul jocului teatral, oferind alternative pentru constituirea unui orizont cultural și civic adecvat;
- o adresându-se tinerilor cu potențial teatral, Școala de teatru gestual le oferă o bună bază de pornire în lungul drum al devenirii actricești

- o elevii Școlii de teatru gestual devin, prin forța împrejurărilor, spectatori și diseminatori ai informației legate de spectacolele și stilul Masca, aducând un plus cantitativ, dar și calitativ, la numărul de spectatori ai teatrului;
- o adresându-se și absolvenților Facultăților de teatru, Școala de teatru gestual suplinește o zonă de training teatral (teatrul de gest, teatrul de stradă, statuia vivanță, pantomimă, jonglerie, mers pe catalige, step etc.) mai puțin exploatate în sistemul oficial de educație teatrală universitară;
- o adresându-se și vârstei a treia, Școala de teatru gestual propune alternative de viață prin redescoperirea energiilor creatoare, răspunde nevoilor pensionarilor de a-și continua viața socială și va duce cu siguranță la o creștere a interesului acestora față de spectacolele teatrului.

4. Comunitatea Masca, online și offline (interior) – 5 proiecte mari și 2 mici

În România sentimentul apartenenței la comunitate a avut de suferit în perioada de dinainte de '89. Anii ce au urmat au fost marcați de eforturile instituțiilor publice și, mai ales, ale organizațiilor neguvernamentale, de a trezi în rândul populației necesitatea apartenenței la o comunitate. Masca a intuit acest lucru și cu ajutorul artei teatrale, precum și a evenimentelor conexe pe care le-a promovat a încercat să îndeplinească rolul de liant al comunităților din cartierele-dormitor ale Capitalei, acolo unde de 26 de ani joacă în mod constant.

În altă ordine de idei termenul de comunitate a fost preluat cu succes și în mediul *online*, iar Masca a fost prima instituție publică de cultură din România care a intuit valoarea pe care o aduce imaginii teatrului folosirea *social-media*.

Programul are 4 proiecte mari (dintre care unul dedicat comunității din cartierul de rezidență) și 2 programe mici prin care urmărim:

- o creșterea cantitativă și calitativă a relației cu comunitatea din cartierul Militari, oferindu-i acesteia evenimente unice, cu dedicație specială;
- o creșterea vizibilității în mediul online a instituției cu ajutorul specialiștilor *social-media*, cu consecințe directe asupra creșterii numărului de spectatori;
- o continuarea evenimentului unic, *Ziua bloggerilor* care aduce reale servicii imaginii teatrului;
- o diseminarea informației privitoare la activitatea teatrului prin transmisiuni *live* ale marilor evenimente pe care le vom organiza.

5. Masca la școală (interior) – 3 proiecte mari

Teatrul Masca și-a dorit să formeze și să lucreze cu actori capabili să stăpânească mijloace diverse de expresie, apti să facă față provocării spectacolelor de stradă sau spectacolelor de gest și, în acest sens, a organizat întotdeauna antrenamente specifice sau *workshop-uri* de formare profesională pentru trupă.

Formarea profesională este necesară pentru toți actorii implicați în proiecte, angajați sau doar colaboratori. În perioada care urmează ne-am propus ca o parte dintre aceste cursuri să fie ținute de specialiști din străinătate conectați la mișcarea internațională teatrală de acest tip.

În plus, având în vedere evoluția rapidă a tehnologiei în domeniul scenotehnicii și a instalațiilor de sunet și de lumini, cu utilizarea proiecțiilor video,

considerăm ca absolut necesar să se organizeze cursuri de pregătire la nivelul compartimentului de scenă.

Prin acest program, urmărim:

- o menținerea la nivel cât mai competitiv a condiției fizice și creatoare a actorului, cu consecințe asupra unei mai bune interpretări a rolurilor din spectacolele Masca;
- o sincronizarea modului de gândire și a muncii actorului din spectacolele Masca cu cele ale actorilor din teatrul occidental de gen, dar și descoperirea și impunerea unui stil propriu care să diferențieze Teatrul Masca în lumea teatrală contemporană;
- o îmbunătățirea performanței corpului tehnic de scenă - mașiniști, specialiști de sunet și de lumini, racordarea lor permanentă la noutățile din domeniu.

6. Editura Masca (interior) – 3 proiecte mari – Teatrul Masca împlinește în 2017, 27 de ani de la înființarea din 1990. Experiența din acești ani a determinat apariția unor volume de teatru, a unor albume, precum și a altor materiale care au consemnat pentru istoria (și teoria) teatrului românesc toată munca depusă, tot efortul creator al trupei.

Considerăm că acum munca editorială trebuie preluată de Masca teatrul să propună publicului avizat, specialiștilor etc., studii de importanță în domeniul teatrului nonverbal și de stradă.

Cu acest program urmărim:

- o să oferim specialiștilor de teatru, studenți sau oameni de teatru în plină putere creatoare, soluțiile teoretice și practice pe care Masca le-a descoperit în anii de pionierat ai teatrului de stradă din România ca unici practicanți ai unui stil teatral extrem de prezent și de agreat în Uniunea Europeană;
- o să creștem interesul față de teatru al oamenilor din toate categoriile sociale prin editarea unor volume scrise pe înțelesul tuturor, lipsite de fastul unui academism inutil și cât se poate de bine ilustrate;
- o să diversificăm activitățile instituției prin acoperirea acestei zone teoretice de cercetare teatrală.

7. Masca în turneu (interior/exterior) – 2 proiecte mari. Teatrul Masca este unic în peisajul teatral românesc, așa că prezența acestuia la festivalurile și evenimentele artistice teatrale din țară este de dorit, în general Masca fiind aleasă pentru varianta nonconvențională a reprezentațiilor.

Pe de altă parte, spectacolele fără cuvinte reprezintă unul dintre atuurile importante ale Teatrului Masca în reprezentarea României la diverse manifestări artistice organizate peste hotare.

8. Stagiunea în aer liber (exterior) - 6 proiecte mari – Punctul forte al Teatrului Masca îl reprezintă de 27 de ani stagiunea în aer liber care s-a deschis întotdeauna la 1 Mai. Este partea cea mai spectaculoasă, dar și cea mai dificilă a întregii activități a teatrului, atât în ceea ce privește pregătirea ei, realizarea spectacolelor, obligatoriu în fiecare an altele, cât și în derularea efectivă, având în vedere că prezentarea oricărui spectacol în spații neconvenționale este similară unui mic turneu.

Proiectele pe care intenționăm să le derulăm vizează satisfacerea nevoii latente de cultură a locuitorilor din cartierele marginase ale Capitalei, oferirea unei

alternative culturale pentru cei care nu pleacă în concediu pe durata verii, transformarea parcurilor bucureștene în spații unde cultura devine parte integrantă a relaxării.

Anii care urmează vor fi marcați de realizarea unui proiect intitulat **Centura teatrală bucureșteană**, prin care dorim constituirea unui pol de interes față de comunitățile dormitor din capitală, comunități care pot genera un aflax de public extraordinar către instituțiile publice de spectacol.

9. Amfiteatrul Cultural (exterior) – 7 proiecte

Dotat cu un Amfiteatru în aer liber Teatrul Masca a susținut de-a lungul anilor o serie de activități culturale dedicate aproape exclusiv familiei și comunității cartierului de rezidență.

Propunem dezvoltarea acestui program, integrarea Amfiteatrului într-un circuit cultural dedicat bucureștenilor (nu numai celor din zona de rezidență). Aici va fi realizat un program complex ce se va întinde pe toată durata verii. Pe lângă reprezentațiile Teatrului Masca, ne propunem să invităm teatrele independente, teatrele din provincie, dar și companii de dans și balet, în așa fel încât să propunem publicului o adevărată stagiune de vara în Amfiteatrul Cultural.

Ne propunem de asemenea ca în acest spațiu să fie organizate și expoziții ale scenografilor tineri sau ale artiștilor fotografi, dar și să aducem recitaluri și concerte.

În același spațiu intenționăm să facem și proiecții de film din arhiva Masca, sau filme cu tematică teatrală din arhiva CNC sau UNATC.

*Proiectul va demara odata cu aprobarea termenului investiției care presupune acoperirea o copertina retractabila si montarea de panouri fonoabsorbante.

10. La plimbare cu Masca (exterior) – 3 proiecte mari

Unele dintre proiectele noastre au drept scop colateral alinierea la efortul societății civile de definire și redefinire a Capitalei noastre. *Calea Victoriei – pietonal* ni se pare o foarte bună direcție de acțiune, având în vedere importanța istorică a acestei fabuloase artere, precum și numărul impresionant de monumente arhitectonice care o susțin și o definesc.

11. Statuile Masca (exterior) – 5 proiecte mari

Fiind zona de teatralitate care a consacrat Masca în ultimii ani ca lider autoritar în țară, dar și în străinătate, *statuia vivanță de tip Masca* va continua să rămână în centrul preocupărilor teatrului. În cadrul acestui program va continua și *Festivalul Internațional de Statui Vivante*, ajuns la a șaptea ediție, propunând astfel o dezvoltare continuă, atât ca acoperire/spații diverse, cât și ca durată și număr de reprezentații.

În cadrul aceluiași program propunem continuarea unui proiect artistic realizat în parteneriat cu muzeele bucureștene și, în special, cu Muzeul Municipiului București.

Premierele acestui program vor fi 3, ridicând astfel la 7 numărul total anual al premierelor în aer liber.

E.7. Proiecte din cadrul programelor

1. Stagiunea indoor

- **La Început a fost...Gestul - premiere spectacole de stil**
 - o Premiere: *Domnișoara Nastasia*, adaptare scenică după G.M. Zamfirescu (2016), *Fantastica și trista poveste a candidei Erendira și a nesăbuitei sale bunici* – scenariu după G.G. Marquez (2017); *Casa cu nebuni după romanul „Maidanul cu dragoste”* (2017), *Amlet, prințul Danemarcei* – scenariu după cronica lui Saxo Grammaticus (2018); *Piațeta după Goldoni* (2018), *D’ale carnavalului* după Ion Luca Caragiale (2019), *Nasul*, după Gogol (2019);
 - o Eveniment: *Ziua internațională a pantomimei*
- **Masca altfel (proiecte conexe) ;**
 - o *La repetiții!* – repetiții cu public – 1 eveniment (2016), 2 evenimente (2017-2019)
 - o *Derniera* – spectacol care încheie un ciclu de spectacole, ultima reprezentație a unui spectacol – 3 evenimente (2017 – 2019)
 - o *“De la Schițe la spectacole”,* Expoziții de schițe costume/decor - din spectacolele montate în premieră – 1 expoziție anual, (2017-2019)
 - o *“Expresivități”,* Expoziții foto ale interpreților din spectacolele în premieră – 2 expoziții anual ale fotografiilor invitați (2016-2019)
 - o *Lansare Caiete teatrale Masca,* nr. 1, 2, 3, 4, 5 – (2017); nr. 4, 5,6, 7 - (2018) – nr. 8, 9, 10, 11 (2019)
 - o *Gestul Universal* – conferință anuală susținută de o personalitate din domeniul teatrului gestual din Uniunea Europeană – frecvență anuală (2017-2019)
 - o *Ziua Cărții la Masca* – frecvență anuală (2017-2019)
 - o *Refacere, întreținere spectacole*

2. Tineri la Masca – program mixt, exterior/interior

- **Tineri creatori la Masca**
 - o *Debut la Masca* – dedicat profesioniștilor de teatru sub 30 de ani. (2016 – 2019)
 - o Premiera: *DaDa-dans (exterior)* (2016), *Chipuri în piatră* (2017), *Însingurări citadine* (2018), *Maratonistul* (2019)
- **Noapte albă la Masca/Masca by night** – proiect teatral care se adresează în principal tinerilor;
 - o *Maraton spectacole din repertoriul curent sau din “arhivă”* – (2018-2019)
 - o *Vernisaj expoziții costume*
 - o *Concerte de muzică de teatru*
- **Poli...Masca**
 - o *Masca la facultate!*
 - o *Teatru în cămin*
 - o *Ziua studenților la Masca* (2017 – 2019)

3. Școala de teatru gestual Masca – Program de educație prin cultură (proiect de educație teatrală); organizare ateliere de educație teatrală pe specificul Teatrului Masca. (2016 -2019)

o **Vacanța la Masca/Școala de vară Masca** (iunie-august), proiect destinat elevilor din clasele 1-4, 5-8; 8 ateliere teatrale (2016); 12 ateliere teatrale (2017); 12 ateliere teatrale (2018); 12 ateliere teatrale (2019)

o **Ora de cultură** - proiect destinat elevilor din clasele 1-4, 5-8 - 8 evenimente cultural teatrale, 8 ateliere de joc teatral – bilunar (octombrie-mai) - (2017-2019)

o **Teatru fără vârstă** – cursuri de teatru pentru vârsta a 3-a; o modalitate de educație culturală, dar și o oportunitate de socializare pentru cei trecuți de 60 de ani, foarte căutată și apreciată în Uniunea Europeană. – bilunar (proiect pilot 2017), poate continua în 2018-2019 dacă are rezultate

o **Masca îți dă...gestul** - Workshop-uri (4) de teatru de gest, de statui vivante dedicate studenților la teatru sau profesioniștilor, perioada mai, (2017-2019)

4. Comunitatea Masca, online și offline

- **Teatrul Masca, vecinul nostru**

- o Vecine, haide la o comedie! (2017-2019)

- o În culise la Masca! - Eveniment de tipul porților deschise, perioada mai – (2017 -2019)

- **Ziua Bloggerilor la Masca** – 1 eveniment anual - (2016 – 2019)

- **Masca e live! (2017-2019)** – transmisii live ale spectacolelor

5. Masca la școală – proiect de formare profesională a trupei de actori, precum și a personalului tehnic de scenă (2016 – 2019)

- **Actorul în teatrul gestual** – sesiune de workshop specific teatrului practica de Masca, cu specialiști în teatrul de gest/de stradă din Uniunea Europeană; proiect dedicat actorilor (2016 – 2019)

- **Antrenamentul specific actorului de tip Masca** – antrenamente săptămânale pentru menținerea condiției fizice a actorilor și însușirea/perfecționarea mijloacelor de expresie specifice teatrului de gest și teatrului de stradă, colaboratori coregrafi, compozitori, cascadori etc.; proiect dedicat actorilor (2016 – 2019)

- **Scenotehnica în secolul XXI** – workshop-uri de scenotehnică modernă, sonorizare și light design susținute de specialiști în domeniu din România – proiect dedicat tehnicienilor de scenă și tehnicilor de sunet și lumini. (2017-2019)

6. Editura Masca – program de educație teatrală destinat profesioniștilor din domeniu (studenților la facultățile de critică teatrală, actorie, regie de teatru, scenografie), profesioniștilor din teatre, studenților de la Litere etc; programul constă în apariții editoriale despre teatrul de gest, de pantomimă, de expresie corporală și de stradă.

- Organizarea Editurii
- o pregătire unei apariții editoriale – *La început a fost gestul* (2017);
- Apariții editoriale în număr de 3
- o pregătirea altor 3 titluri pentru anul următor – *Pedagogia teatrală alternativă, Masca în Commedia dell'arte, Clovnul – depozitar de teatralitate* (2018)
- Apariții editoriale în număr de 3
- o pregătirea altor 3 titluri pentru anul următor – *Teatrul nostru, Gest și cuvânt, Marioneta uriașă, brand Masca* (2019)
- Lansări de carte – (3 evenimente anual 2017-2019)
- Turnee în facultățile de teatru din țară, cu lansări de carte și demonstrații de tehnica teatrului gestual tip Masca (2017-2019)

7. Masca în turneu – prezența Teatrului Masca la Festivaluri de teatru sau la evenimente organizate de instituții/organizații din România și de peste hotare

- **Turnee în țară**
- **Turnee în străinătate**

8. Stagiunea în aer liber

- **Cu teatrul în parc** – Proiect teatral constând în reprezentații cu spectacole în premieră sau dintre cele aflate în repertoriul de stradă; lunile mai și septembrie (2016 - 2019)
 - o Premiere – *Arca lui Lenin, A fost odată ca niciodată, Zidul* (2016), *Marinarii, Românii* (2017), *Istoria teatrului românesc, Amintiri din copilărie, Poveștile lui Creangă* (2018), *La bulivar, birjar!, Podul Mogoșoaiei, Marile iubiri din literatura română* (2019)
- **Anul ăsta facem concediul la Masca!** – proiect teatral constând într-un număr de reprezentații susținute în parcurile bucureștene în lunile iunie, iulie și august (2016 - 2019)
- **Centura teatrală a Capitalei** – proiect teatral constând dintr-o serie de reprezentații în parcurile din cartierele-dormitor ale Capitalei, perioada mai – septembrie (2016 - 2019)

9. Amfiteatrul cultural – Introducerea în circuitul teatral cultural a Amfiteatrului în aer liber situat la sediul nostru din Cartierul Militari, lunile iunie – august, (2018 - 2019)

- **Teatrul de lângă blocul tău** – reprezentații Masca din spectacolele, aflate în repertoriul mixt (*indoor* și *outdoor*)
- **Astă seară, gazdă este Masca!** – turnee ale trupelor din provincie în București
- **Masca independentă!** – proiect teatral, reprezentații susținute de companii de teatru independent

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
 Telefon: 021.430.50.69
 Fax: 021.430.51.56
 E-mail: office@masca.ro
 www.masca.ro



- **Masca vă invită la...dans** – proiect cultural care promovează dansul contemporan și baletul românesc
- **Scena-expo** – proiect cultural teatral, cu valoare educațională culturală, constând în expoziții de scenografie (machete de decor, elemente recuzită); 2 expoziții,
- **Cinemateca Masca** – proiect cultural, proiecții de filme sau de spectacole filmate din arhiva Masca, precum și din arhiva CNC - caracter săptămânal
- **Sărbători la Masca** – găzduire evenimente artistice realizate de instituțiile de învățământ din cartierul Militari
- **Masca muzicală** – proiect cultural muzical dedicat tinerilor – 2 concerte anual

10. La plimbare cu Masca - program de spectacole în mers, spectacole-paradă.

- **Pietonal Calea Victoriei** (2016 – 2019)
- **Premiere** – *Vremea apusă a dragonilor, Ileda* (2016), *Invazia insectelor, Parizianca* (2017), *La Lilieci* (2018), *Domnul, doamna și copiii, Ferma animalelor* (2019)

11. Statuile Masca – proiect dedicat cercetării, creării de spectacole și reprezentării acestora, program desfășurat preponderant în exterior, mai – septembrie.

- **Festivalul internațional de statui vivante** ediția a 6-a (2016), ediția a 7-a (2017), ediția a 8-a (2018), ediția a 9-a (2019)
- **Premiere:** *Peisaje urbane, Umbre medievale, Vânt de primavară prin piersici* (2016), *Fotografii de epocă, Stil(l) Urban* (2017), *Povești nemuritoare, Odissea* (2018), *Clipele astrale ale omenirii, Aventuri în epoca de piatră* (2019)
- **Ateliere de cercetare în domeniul statuii vivante** (2017-2019)
- **Casa cu statui** – proiect în colaborare cu Muzeul de istorie al Municipiului București, desfășurat la Muzeul Casa Filipescu - Cesianu
 - o Program dedicat publicului adult
 - o Casa cu povești, dedicat publicului copil

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
 Telefon: 021.430.50.69
 Fax: 021.430.51.56
 E-mail: office@masca.ro
 www.masca.ro



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

F.1. Proiectul de venituri si cheltuieli pentru următoarea perioadă de raportare

BUGETUL											
PE TITLURI DE CHELTUIELI ARTISTICE ȘI ALINATE, PE ANUL 2017 ȘI ESTIMĂRI PE ANII 2018-2020											
DENUMIREA INDICATORILOR	Cod indicator	Realizat		Proiectat 2017		Estimări 2018		Estimări 2019		Estimări 2020	
		2016	2016	CB	CA	CB	CA	CB	CA	CB	CA
TOTAL CHELTUIELI (SECTIUNEA DE FUNCȚIONARE+SECTIUNEA DE DEZVOLTARE)		4,354	4,737	8,316	2,248	6,845	130	6,903	130	6,981	130
SECTIUNEA DE FUNCȚIONARE (cod 01+79+85)		4,196	4,260	6,668	0	6,715	0	6,773	0	6,851	0
CHELTUIELI CURENTE (cod 10+20+30+40+50+51S+55S+57+59)	01	4,196	4,260	6,668	0	6,715	0	6,773	0	6,851	0
TITLUL I CHELTUIELI DE PERSONAL (cod 10.01+10.02+10.03)	10	1,078	1,242	2,279	0	2,325	0	2,371	0	2,418	0
Cheltuieli salariale în bani (cod 10.01.01+10.01.02 la 10.01.08 +10.01.10 la 10.01.18 +10.01.30)	10.01	866	1,014	1,856	0	1,893	0	1,931	0	1,970	0
Salarii de bază	10.01.01	792	932	1,734	0	1,769	0	1,804	0	1,840	0
Sporuri pentru condiții de muncă	10.01.02	34	30	41	0	42	0	43	0	44	0
Alte sporuri	10.01.03	40	52	81	0	83	0	84	0	86	0
Contribuții (cod 10.03.01 la 10.03.06)	10.03	212	228	423	0	431	0	440	0	449	0
Contribuții de asigurări sociale de stat	10.03.01	149	160	294	0	300	0	306	0	312	0
Contribuții de asigurări de somaj	10.03.02	6	5	10	0	10	0	10	0	11	0
Contribuții de asigurări sociale de sănătate	10.03.03	45	52	97	0	99	0	101	0	103	0
Contribuții de asigurări pentru accidente de muncă și boli profesionale	10.03.04	4	4	6	0	6	0	6	0	6	0
Contribuții pentru concedii și indemnizări	10.03.05	8	7	16	0	16	0	17	0	17	0
TITLUL II BUNURI ȘI SERVICII (cod 20.01 la 20.06+20.09 la 20.16+20.18 la 20.25+20.27+20.30)	20	3,118	3,018	4,389	0	4,390	0	4,402	0	4,432	0
Bunuri și servicii (cod 20.01.01 la 20.01.09+20.01.30)	20.01	1,324	832	950	0	969	0	988	0	1,008	0
Utilități de locuință	20.01.01	8	9	14	0	14	0	15	0	15	0
Material pentru curățenie	20.01.02	6	6	7	0	7	0	7	0	7	0
Îmbrăcăminte și încălțăminte	20.01.03	130	109	140	0	143	0	146	0	149	0
Alte servicii de curățenie	20.01.04	17	10	12	0	12	0	12	0	13	0
Carburanți și lubrifiți	20.01.05	40	60	75	0	77	0	78	0	80	0
Piese de schimb	20.01.06	2	1	10	0	10	0	10	0	11	0
Transport	20.01.07	1	1	35	0	36	0	36	0	37	0
Posta, telecomunicații, radio, tv, Internet	20.01.08	50	51	62	0	63	0	65	0	66	0
Material de prestări de servicii cu caracter funcțional	20.01.09	970	461	465	0	474	0	484	0	493	0
Alte bunuri și servicii pentru întreținere și funcționare	20.01.30	100	124	130	0	133	0	135	0	138	0
Reparații curente	20.02	26	111	200	0	295	0	301	0	309	0
Bunuri de natură obiectelor de inventar (cod 20.06.01+20.06.02+20.06.30)	20.06	6	39	31	0	15	0	0	0	0	0
Uniforme și echipament	20.06.01			6	0		0		0		0
Lenjerie și accesorii de pat	20.06.02				0		0		0		0
Alte obiecte de inventar	20.06.30	6	39	25	0	15	0				
Depozitare, deplasare, transferare (cod 20.09.01+20.09.02)	20.09	0	11	35	0	15	0	15	0	15	0
Depozitare internă, deplasare, transferare	20.09.01	0	2	10	0		0				
Depozitare în strălădire	20.09.02	0	9	25	0	15	0	15	0	15	0
Carte, publicații și materiale documentare	20.11	6	0	3	0	38	0	39	0	40	0
Consultanță și expertiză	20.12			50	0		0				
Proiectare profesională	20.13	2	2	15	0	21	0	21	0	22	0
Protecția muncii	20.14	4	5	5	0	37	0	38	0	39	0
Alte cheltuieli (cod 20.30.01 la 20.30.04+20.30.06+20.30.07+20.30.08+20.30.30)	20.30	1,750	2,018	2,900	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0
Cheltuieli	20.30.04			200	0		0				
Alte cheltuieli cu bunuri și servicii	20.30.30	1,750	2,018	2,900	0	3,000	0	3,000	0	3,000	0
TITLUL III ACTIVITĂȚI CULTURALE, CULTURALE ȘI ALTE ACTIVITĂȚI CULTURALE	80										
Activități culturale	80.01										
SECTIUNEA DE DEZVOLTARE (cod 51+55+56+58+70+79+85)		158	467	2,248	2,248	130	130	130	130	130	130
CHELTUIELI DE CAPITAL (cod 71+72+75)	70	158	467	2,248	20	130	130	130	130	130	130
TITLUL III ACTIVITĂȚI NEFINANCIARE (cod 71.01 + 71.02)	71	158	467	2,248	20	130	130	130	130	130	130
Active fixe (cod 71.01.01 la 71.01.05+71.01.30)	71.01	158	467	2,248	20	130	130	130	130	130	130
Construcții	71.01.01		39	2,200	0						
Mașini, echipamente și mijloace de transport	71.01.02	158	347	0	130	130	130	130	130	130	130
Instalații, aparatură tehnică și alte active corporale	71.01.03		81	48	20						
Alte active fixe	71.01.30										

LISTA OBIECTIVELOR DE INVESTITII PENTRU ANUL 2017

LISTA OBIECTIVELOR DE INVESTITII PENTRU ANUL 2017												
Cod	Denumirea obiectivului -Data inceperii exec. lucrarilor (luna,an) -Nr si data actului de aprobare	Valoare totala	Valoare totala actualizata	din care:		Prevederi 2017 finantate din:						
				Realizat cumulat la 31.12.2016	Ramas de executat	Total	Surse proprii	Credite int/est	Alte surse	Surse Buget local	Transfer Buget de stat	
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
	TOTAL	I	x	x	0.00	0.00	2,248	0	0	0	2,248	0.00
	din care:	II	x	x	0.00	0.00	2,248	0	0	0	2,248	0.00
	A. Obiective de investitii in continuare	I	x	x	x	x	0	0	0	0	0	0.00
		II	x	x	x	x	0	0	0	0	0	0.00
	B. Obiective de investitii noi	I	x	x	x	x	2,200	0	0	0	2,200	0.00
		II	x	x	x	x	2,200	0	0	0	2,200	0.00
	Depozit Uvertunii	I	x	x	x	x	1,800	0	0	0	1,800	0.00
		II	x	x	x	x	1,800	0	0	0	1,800	0.00
	Lucrari de acoperire si antifonare Amfiteatru in aer liber	I	x	x	x	x	400	0	0	0	400	0.00
		II	x	x	x	x	400	0	0	0	400	0.00
	C.Alte cheltuieli de investitii,	I	x	x	x	x	48	0	0	0	48	0.00
	din care:	II	x	x	x	x	48	0	0	0	48	0.00
	b. Dotari independente	I	x	x	x	x	48	0	0	0	48	0.00
		II	x	x	x	x	48	0	0	0	48	0.00
	c.Cheltuieli pt elaborarea studiilor de fezabilitate,	I	x	x	x	x	0	0	0	0	0	0.00
	a studiilor de fezabilitate si a altor studii aferente	II	x	x	x	x	0	0	0	0	0	0.00
	obiectivelor de investitii											

Cod	Denumirea obiectivului	UIM	Cent.	P.U.	Prevederi 2016 finantate din:					
					Total	Surse proprii	Credite int/est	Alte surse	Surse Buget local	Transferi Buget de stat
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	C.Alte cheltuieli de investitii	I			48.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	din care:	II			48.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	C.b Dotari independente				48.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
71.01.02	Masini, echipamente si mijloace de transport	I	x	x	x	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
		II				0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
71.01.03	Mobilier, aparatura birou si alte active corporale	I	x	x	x	48.00	0.00	0.00	0.00	48.00
		II				48.00	0.00	0.00	0.00	48.00
1	SISTEM SUPRAVEGHERE CCTV	I	buc	1		25.00	0.00	0.00	0.00	25.00
		II				25.00	0.00	0.00	0.00	25.00
2	STRUCTURA MOBILA DE AFISAJ PROPRIU	I	buc	1		23.00	0.00	0.00	0.00	23.00
		II				23.00	0.00	0.00	0.00	23.00
71.01.01	c.Cheltuieli pt elaborarea studiilor de fezabilitate,	I				0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	a studiilor de fezabilitate si a altor studii aferente	II				0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	obiectivelor de investitii					0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

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

Număr beneficiari:	2017	2018	2019
Total, din care:	90000	95000	100000
<i>Indoor</i>	<i>7500</i>	<i>8000</i>	<i>8500</i>
<i>Outdoor</i>	<i>82500</i>	<i>87000</i>	<i>91500</i>

F.3 Analiza programului minimal realizat

	PROGRAM		Proiect	Estimat	Realizat
1	Stagiunea indoor	4	La început a fost gestul	374810	352820
			Masca tradițională		
			Masca altfel		
			Spectacole din arhivă		
2	Tineri la Masca	2	Tineri creatori la Masca	13000	4280
			Poli... Masca		
3	Școala de teatru gestual Masca	3	Vacanță la Masca	12000	8000
			Ora de cultură		
			Teatru fără vârstă		
4	Comunitatea Masca, online și offline	2	Vecine, hai la o comedie!	1000	623
			Ziua bloggerilor la Masca		
5	Masca în turneu	2	Turnee în țară	165000	150654
			Turnee în străinătate		
6	Stagiunea outdoor	3	Cu teatrul în parc	165420	139685
			Anul ăsta facem concediul la Masca		

Bd. Uverturii nr.14, sector 6, București
Telefon: 021.430.50.69
Fax: 021.430.51.56
E-mail: office@masca.ro
www.masca.ro



			Centura teatrală a Capitalei		
7	La plimbare cu Masca	2	Pietonal Calea Victoriei	71985	36178
			Premiere		
8	Statuile Masca	3	Festivalul internațional de statui vivante	487702	502300
			Premiere		
			Casa cu statui		
9	Masca la școală	2	Actorul în teatrul gestual	5780	7200
			Antrenamente specifice		
10	Editura Masca	1	La început a fost gestul	20000	22860