

Ghidul practic al
turneeelor la țară

Coordinatori



Cuvânt-înainte

Această broșură este dedicată în primul rând antreprenorilor culturali și asociațiilor culturale care sunt interesați să se alăture experienței turneelor la țară. În cele ce urmează vă vom oferi un ghid practic care vă va ajuta să lansați o agenție de turnee la țară și să o funcționalizați cu succes. Vă explicăm care este specificul publicului și sălilor de spectacol din sate, cum să alegeți companiile artistice care participă la proiect, cum să selectați promotorii locali și cum să vă finanțați proiectul - să știți, în general, cum puteți să deveniți coordonatorul artei în spațiul rural după modelul britanic (și nu numai!) și care sunt posibilele capcane la care să vă așteptați.¹

Mulțumiri


Mulțumim tuturor (partenerilor, promotorilor locali, colaboratorilor noștri, artiștilor și companiilor participante la turnee, și desigur publicului entuziast) pentru nenumăratele amintiri formate între 2018-2021, în cadrul proiectului SPARSE (Supporting and Promoting Arts in Rural Settlements of Europe - Sprijinirea și promovarea artelor în localități rurale din Europa). Suntem bucuroși că prin aceste ghiduri practice putem da mai departe cunoștințele dobândite. SPARSE a fost co-finanțat de programul Europa Creativă al Comisiei Europene.

1.

Cine suntem noi și ce am realizat până acum?

Asociația Teatrală Shoshin din Cluj Napoca este, în România, purtătorul de drapel al turneelor la țară bazate pe modelul englezesc. Pe lângă dezvoltarea și conceperea propriilor sale creații artistice, Shoshin este implicată deja de patru ani în crearea primei rețele de turnee rurale din România. Sub auspiciile acestei structuri regionale Asociația Shoshin facilitează cu succes serii de spectacole în din ce în ce mai multe sate. Activitatea noastră de construcție a unei rețele a turneelor la țară în România este susținută de partenerii noștri internaționali în cadrul proiectului SPARSE, co-finanțat de programul Europa Creativă al Comisiei Europene. Următoarea etapă ar fi constituirea unei organizații umbrelă a turneelor la țară în România care să adune la un loc mai multe astfel de structuri. Dar pentru realizarea acestui obiectiv prima dată trebuie să existe astfel de structuri!

¹ Această broșură a fost inspirată atât din experiența noastră cât și din cele ale partenerilor noștri. Textul conține elemente și idei din Manualul Turneelor la Țară pentru Organizații Culturale Europene și Antreprenori din Ungaria și România.



SPARSE (Supporting and Promoting Arts in Rural Settlements of Europe) este un proiect pentru sprijinirea și promovarea artelor în localități rurale din Europa coordonat de asociația culturală Take Art din Marea Britanie. Proiectul reprezintă o cooperare internațională mai largă pentru a sprijini artele în mediul rural. Pe lângă Marea Britanie, proiectul acoperă Estonia, Lituania, Italia, Norvegia, Suedia, și nu în ultimul rând România. Proiectul permite o cooperare strânsă cu asociațiile culturale care ne pot împărtăși din experiența lor, astfel încât să putem adapta bunele lor practici la condițiile specifice din România.

● Valorile noastre sunt:

- accesul nediscriminatoriu la evenimente culturale de înaltă calitate;
- integrare socială, educație prin artă, simplitate și flexibilitate;
- experimentăm cu mare plăcere diferite contexte culturale și o mare varietate de abordări metodologice;
- am fost mereu entuziasmați să lucrăm și în alte spații decât cele teatrale, cum ar fi spațiile publice și cele rurale.

Când am aderat la proiectul SPARSE, am luat legătura cu promotori locali din 5 așezări. Destul de curând însă, rețeaua noastră a crescut la 7 așezări. Astfel, în cei trei ani de proiect cu câte un turneu pe an (și în ciuda dificultăților cauzate de pandemia COVID-19 în timpul ultimelor două turnee), s-au realizat în total 18 spectacole jucate de

8 companii (independente dar și instituții subvenționate de stat) în fața a 1100 de spectatori bucurăși (vedeți și raportul de evaluare bazat pe chestionare, pe care-l puteți găsi pe www.sparse.eu/en/resources/evaluation, dar și pe site-ul nostru).

2.

Cum intru în joc?

Sunteți un antreprenor cultural sau o asociație culturală? Credeți că fiecare persoană care dorește să vadă un spectacol bun ar trebui să aibă această oportunitate, indiferent de unde locuiește și de cât de mult câștigă? Sunteți dedicați spectacolelor de calitate? Vă place să coordonați proiecte complexe, să mediați între părți și să faceți lucrurile să se întâmple? Vă place să dezvoltați publicuri noi și să descoperiți zone necunoscute? Sunteți flexibili, dar aveți și abilități excelente de organizare? Atunci bine ați venit în lumea turneelor la țară!



Turneele la țară au ca scop aducerea artelor spectacolului în comunitățile izolate, fie că sunt rurale sau nu. De multe ori oamenii nu au acces ușor la spații culturale și nu se consideră neapărat consumatori de artă. Ei merg la evenimente din curiozitate, pentru a-și susține comunitatea locală și le place foarte mult să vadă cum se revitalizează locul în care trăiesc.

Dawn Badland, Applause



Antreprenorul cultural este o persoană care dezvoltă și susține inițiative artistice. Antreprenorul cultural face ca lucrurile să se întâmple. Antreprenorii culturali îndrumă și administrează asociații culturale, iar asociațiile culturale conduc structurile regionale de turnee la țară.

Așa-numitele **structuri regionale** sunt subdiviziunile rețelei de turnee la țară conduse de o agenție coordonatoare. Agenția coordonatoare poate fi un departament cultural al consiliului local, o asociație culturală independentă, o companie sau un antreprenor cultural care are interesul și puterea financiară de a dezvolta o astfel de rețea. Subdiviziunile sunt intermediarii dintre rețeaua națională, artiști și companii, și promotorii locali. Unitățile regionale se pot dezvolta în mod diferit în funcție de specificul local. Ele pot avea concepte curatoriale și programe diferite. În sensul acestui model, în România, deocamdată, există o singură structură regională, coordonată de Asociația Shoshin.

3.

Ce sunt turneele la țară și cum se desfășoară?

Conceptul turneelor la țară se referă la organizarea și prezentarea unor spectacole artistice (de teatru, dans, etc.) în mediul rural. Spațiul în care se desfășoară spectacolul este de multe ori ieșit din comun pentru companiile artistice cu reputație excepțională (biserică, casă de cultură, sala de festivități a unei școli, etc.).

Specificitatea modelului britanic al turneelor la țară - modelul pe care îl adoptăm și noi - este dată de existența unei organizații umbrelă, numită rețeaua turneelor la țară. Rețeaua este administrată de asociația culturală a turneelor la țară, numită National Rural Touring Forum (<https://www.ruraltouring.org>). Asociația culturală reunește unitățile regionale, adică așa-numitele structuri regionale. Rețeaua facilitează comunicarea între părțile implicate și garantează nivelul înalt de organizare al acestor evenimente.



În Marea Britanie, unde tradiția turneelor la țară are o istorie de patru decenii și turneele la țară beneficiază de finanțare continuă din partea Consiliului Artelor din Anglia, rețeaua este alcătuită din mai multe unități regionale. Structurile regionale pot avea concepte curatoriale diferite și își pot dezvolta propriul program, diferit de la un an la altul. Turneele sunt organizate anual cu un program diferit de la stagiune la stagiune. Fiecare stagiune are un concept curatorial pe baza căruia structura regională stabilește programul aceluia sezon.

Până în acest moment, în România, avem o singură structură regională creată de Asociația Teatrală Shoshin, care acoperă mai multe sate și comune din județul Cluj (Mera, Bonțida, Suceag, Moldovenești, Viștea, Turea) și un sat din județul Satu Mare (Bervenii). După patru ani de turnee la țară de succes, a sosit momentul să extindem acest proiect și să creăm noi structuri regionale. Vă invităm să vă alăturați nouă și să vă creați propria structură regională care să reflecte conceptul dumneavoastră artistic!

Artiștii, respectiv companiile de teatru și dans, pot contacta asociația culturală - adică pe dumneavoastră - să-i ofere un spectacol din repertoriul lor. De cele mai multe ori **spectacolul** trebuie adaptat în mod creativ la specificul local, însă fără a face compromisuri în ceea ce privește calitatea lui.

După ce asociația culturală de turnee la țară a selectat spectacolele, elaborează și o broșură de prezentare care stă la dispoziția promotorilor locali. Promotorii locali vor selecta din această broșură spectacolul care se potrivește cel mai bine comunității pe care o reprezintă.

După procesul de pregătire vine momentul culminant al sezonului: seara spectacolului. În sate, spectacolul este adesea un eveniment unic în felul său. Evenimentul este de multe ori urmat de alte evenimente sociale, de exemplu, o masă comună cu localnicii, o sesiune de întrebări și răspunsuri sau o seară festivă în casa promotorului local. Aceste evenimente oferă o oportunitate pentru discuții directe despre spectacol și o evaluare imediată.

Publicul rural

Turneele la țară sunt o oportunitate fantastică pentru companii de a-și dezvolta publicul.

Publicul de la sat este de obicei multigenerațional și divers și aparține localității respective. Spectatorii din sate cumpără bilete, de multe ori, pentru a susține ideea unui eveniment artistic care se întâmplă în localitatea lor, chiar dacă nu au auzit niciodată de compania respectivă. Publicul rural dorește adesea să vorbească cu artiștii după spectacol, să se uite la decor, să vă spună ce părere are despre spectacol și să mănânce cu artiști după spectacol.

O tradiție ce datează dinainte de 1989

Turneele la țară nu sunt o idee nouă. De secole artiștii au hoinărit pe străzile Europei în căutarea unui public entuziast. Înainte de 1989, în timpul comunismului, a existat și în România o tradiție a turneelor la țară. În timpul verii, teatrele de stat au efectuat deplasări și turnee cu diferite spectacole din repertoriul lor în satele din împrejurimile orașului în care își aveau sediul. După 1990 această tradiție, de a duce teatrul în sate, a dispărut practic aproape complet, cu excepția spectacolelor de divertisment de calitate îndoielnică. Obiectivul nostru este să revitalizăm bunele practici ale acestei tradiții socialiste și să le combinăm cu modelul și expertiza britanică a turneelor la țară.

4.

Cine mai joacă?

Cum să alegem companiile artistice și spectacolele?

În fiecare stagiune trebuie să curatoriți o ofertă de spectacole de teatru, dans, muzică, etc. pentru structura regională care vă aparține. Înainte să elaborați această ofertă trebuie să țineți cont de feedback-ul primit după edițiile anterioare ale turneelor rurale și de feedback-ul oferit de promotorii locali și de public. În dezvoltarea conceptului curatorial vă puteți inspira, de asemenea, și din ideile coordonatorilor de turnee rurale din alte regiuni și țări.

Concept curatorial. Aspectele de bază ale curatoriatului sunt tema, formatul, conținutul și publicul. Curatorii administrează operele de artă, dar le oferă și un context intelectual, istoric și social mai larg. Un curator bun înțelege de ce arta este relevantă într-un anumit context - în cazul nostru, în contextul rural.





Nu că nu aş pune în caietul program nimic politic sau avangardist - dar am fi foarte specifici în descriere și nu aş programa nimic puternic politic sau controversat fără să văd produsul mai întâi. Am mai avut parte de nuditate explicită - deși a fost construită cu mult umor. Ne-am asigurat că promotorii știau acest lucru înainte de a face rezervarea și totul a fost în regulă.

Sarah Peterkin, Take Art

Acum, pe baza experiențelor anterioare trebuie să selectați companii artistice sau spectacole artistice. Când faceți selecția aveți în vedere scopurile și obiectivele dumneavoastră!

Am făcut o selecție de posibile scopuri și obiective pentru a vă oferi o idee, pe ce bază puteți să vă dezvoltați propriul concept curatorial:

Scopuri

- să aducem spectacole excelente, de calitate și variate în comunitățile rurale din zonă;
- să realizăm o rețea locală de promotori voluntari și săli de spectacol.

Obiective

- să redactăm un caiet program și să oferim grupurilor de promotori voluntari din regiune o diversitate mare de spectacole de dans, teatru și muzică pentru turnee;
- să promovăm spectacole care se adresează unei mari varietăți de publicuri;
- să susținem un program de diversitate culturală, în sensul cel mai larg al termenului;
- să dezvoltăm încrederea voluntarilor în a deveni promotori locali de artă.

În Anglia, unde turneele la țară au o istorie de mai multe decenii, companiile artistice sunt cele care contactează coordonatorii oferindu-le spectacole pe care vor să le prezinte în fața publicului rural. În cazul Dumneavoastră (cel puțin în faza inițială a activității de coordonator al unei structuri regionale) este posibil să fie nevoie să contactați companiile artistice cu care vreți să colaborați. În **ANEXA 1**, veți găsi un formular pe care puteți să-l trimiteți companiilor artistice dacă vreți să aflați mai multe detalii despre spectacolele lor și dacă vreți să știți dacă aceste spectacole pot fi adaptate pentru condițiile specifice de la țară.



5. Ce să conțină caietul program?

După ce ați selectat companiile și spectacolele veți edita un caiet program. Promotorii locali vor selecta din acest caiet spectacolele pentru comunitățile pe care le reprezintă.

Iată o listă cu posibilele criterii de selecție pentru alegerea spectacolelor care să facă parte din caietul program:

- calitatea spectacolului;
- caracterul adecvat al spectacolului;
- diversitatea programului;
- disponibilitatea companiei;
- dimensiunea/mărimea spectacolului;
- costurile realizării evenimentului;
- materiale publicitare și de marketing;
- în ce măsură înțelege compania natura turneelor la țară;
- dorința publicului de la sat.

Asigurați-vă de conținutul următoarelor informații în toate caietele program, despre fiecare spectacol în parte:

- titlul spectacolului;
- numele companiei;
- datele calendaristice la care compania este disponibilă;
- costuri;
- date tehnice legate de spațiu și decor;
- numărul de artiști implicați;
- site-ul web al spectacolului;
- dacă asociația oferă ateliere/workshopuri legate de spectacol;
- care este grupul țintă al spectacolului;
- care sunt punctele forte ale spectacolului;
- citate din dosarul de presă al spectacolului;
- fotografii din spectacol.

Take Art, asociația coordonatoare din Somerset, încurajează artiștii și companiile să trimită detalii ale spectacolelor lor pe tot parcursul anului. Take Art adună informațiile primite de la companii laolaltă, până în lunile februarie și martie a fiecărui an. Au mare grijă de echilibrul programului. În caietul lor program se poate găsi spectacole diferite ca preț, spectacole care au elemente care vor transforma căminul cultural într-un spațiu magic, dar și one man show-uri care pot fi jucate în spații mult mai mici cu foarte puține elemente de recuzită sau tehnologie redusă.

Lansarea caietului program are loc în jurul lunii aprilie a fiecărui an. Unele organizații coordonatoare preferă să lanseze materialul în cadrul unui eveniment denumit “menu launch party” la care sunt invitați promotorii locali. Puteți atașa acestui eveniment un atelier educațional, discuții informale despre oferta din caietul program, o întâlnire cu companiile artistice sau viziunea unor fragmente din spectacolele oferite. Promotorii locali apreciază informații directe și practice despre spectacole. Le place să știe despre ce e vorba în fiecare dintre producții. Lansarea caietului program este și un eveniment la care promotorii se pot întâlni, să facă schimb de experiențe și să-și împărtășească ideile despre motivarea publicului și promovarea evenimentelor.

6. Cum să-mi aleg promotorii locali?

Promotorul local

Promotorul local alege spectacolul din caietul program. Este un voluntar neplătit, din comunitatea rurală, care ține legătura cu publicul local, cu companiile artistice și cu Dumnezeuastră. Promotorul local este respectat în comunitatea sa, este o persoană dedicată care are ambiția de a promova spectacolele. Promotorii cunosc sala în care are loc spectacolul. De asemenea, sunt oameni cu picioarele pe pământ care sprijină compania artistică în planificarea detaliilor tehnice și practice. Ei știu cum să se adreseze publicului local. Așadar, munca promotorilor locali este una foarte importantă.

Promotorul voluntar local este absolut esențial pentru ca sistemul de turnee la țară să fie un succes. Cei mai buni promotori sunt cei care sunt bine conectați și respectați în propriile rețele locale, care cunosc multă lume în satul lor și care sunt buni la 'răspândirea veștilor.' Promotorii locali pot fi persoane care lucrează individual sau pot fi un grup de voluntari care își împart responsabilitățile. Ei pot fi, de exemplu, membri ai comitetului de organizare de evenimente al căminului cultural sau persoane cunoscute și respectate de toată lumea din comunitate (ca de exemplu preotul din sat sau un profesor, sau pur și simplu un localnic proactiv).



Recrutarea unor indivizi entuziași va fi cheia pentru punerea pe picioare a unui model reușit de turnee la țară în Ungaria și România. Ceea ce face cu adevărat diferența este momentul în care oamenii se unesc în jurul dorinței de a-și păstra satul 'vibrant, viu și sănătos' (...). Fără această dorință și fără oameni dedicați, turneele la țară pur și simplu nu vor avea loc.

Sarah Peterkin, Take Art



Cum să recrutez promotorii?

Această listă se bazează atât pe experiența noastră cât și din cea din Marea Britanie. Alegeți metoda care funcționează pentru Dumneavoastră (sau, și mai bine, combinați mai multe metode - aceeași strategie nu funcționează peste tot):

- Lipiți anunțuri de recrutare în sate.
- Anunțați proiectul prin consiliile și primăriile locale, consiliile parohiale locale sau grupurile comunitare.
- Trimiteți anunțul prin newsletterul local, grupurile de Facebook locale, sau prin intermediul mijloacelor mass-media despre care știți că au prezență în comunitățile în care doriți să ajungeți (ziar regional/local, post de radio, etc.)
- Organizați o selecție dacă aveți mai multe candidați.
- Alegeți o persoană în care aveți încredere.
- Alegeți o persoană în care comunitatea rurală are încredere.
- Dacă știți de alte organizații care au derulat acțiuni în comunități la care doriți să ajungeți, îi puteți întreba pe ei dacă au vreo sugestie pentru promotor local.
- Desigur, dacă aveți deja contacte din proiecte anterioare, și

ați avut experiențe pozitive, apălați cu încredere la aceeași persoană: oamenilor le place continuitatea, și posibilitatea de a extinde, de a clădi mai departe ce s-a construit deja.

7. Cum să finanțez turneele la țară?

Pentru a coordona o structură regională, trebuie să calculați în mod realist următoarele costuri:

- cheltuieli generale (cheltuieli poștale, telefonice, internet, papetărie, cheltuieli de birotică);
- cheltuieli de personal (salarii, onorarii pentru personalul artistic și administrativ);
- onorariile artiștilor și performerilor;
- promovare pentru organizație, turneele rurale și fiecare spectacol în parte;
- cheltuieli de instruire pentru promotori, companii și antreprenori culturali;
- eventual: cheltuieli materiale (echipament de sunet și lumini).

Finanțarea unei structuri regionale de turnee la țară se poate realiza din multiple surse:

- ☑ fonduri naționale și internaționale de cultură și artă (exemple: Administrația Fondului Cultural Național, Departamentul pentru Relații Interetnice, Ministerul Culturii, UNITER, programul Creative Europe sau Erasmus+ al Comisiei Europene, etc.);
- ☑ autorități locale (Consilii Locale și Primării) și regionale (Consilii Județene, Agenții de Dezvoltare Regională);
- ☑ trusturi și fundații (fundații care se ocupă de dezvoltare socială, culturală, și fundații care aparțin unor mari corporații);
- ☑ vânzări de bilete.

Atât experiența noastră cât și cea a partenerilor noștri arată că granturile de la fonduri naționale și internaționale, respectiv cele de la autoritățile locale și regionale pot acoperi cheltuielile generale și personale, și eventual o parte din cheltuielile programului artistic. Costurile programului artistic al turneelor la țară pot fi completate de banii strânși de la trusturi și fundații. Veniturile din vânzarea билетelor pot contribui la onorariul artiștilor.

Însă, trebuie reținut că nu există o soluție universală de finanțare a programului Dumneavoastră artistic! Ca să dezvoltați modelul de finanțare care vi se potrivește și vă satisface trebuie să consultați cu mare grijă specificitățile locale: modalitatea de alocare a finanțărilor de către autoritățile locale, dacă există fonduri pentru dezvoltarea artelor sau publicurilor noi, care este un preț echitabil pentru bilete în satul respectiv, etc.



Sistemul de finanțare din România este foarte impredictibil și poate fi obositor să navighezi prin el, dar cu toate astea, există posibilități. Depinde și de proiect, dar în general, se poate afirma că nu există o singură sursă de finanțare care să acopere majoritatea costurilor (și probabil nici măcar două), de aceea trebuie să fiți vigilenți când realizați bugetul și calculați costurile reale, și să vedeți pas cu pas cum compuneți executarea bugetului, ce categorii vor fi acoperite din ce surse, etc.

Consider extrem de important faptul că fenomenul de rural touring din Anglia a pornit de la grassroots, de la firul ierbii, așa cum facem și noi dar și alte organizații în țară. În Anglia organizațiile cu idei similare au început să poarte un dialog, iar mai apoi s-a înființat NRTF și s-au securizat fonduri centrale dar și locale, fonduri pe care



acum se pot baza într-o destul de mare măsură. PNRR-ul aprobat recent pentru România are o componentă care pomenește de finanțări pentru evenimente artistice în mediul rural și în micile orașe, dar va trebui să vedem detaliile acestei finanțări: cât, cui, cum, ce fel de proiecte? În orice caz, salutăm includerea în PNRR a unor componente care se focusează pe mediul rural din punct de vedere cultural. Acesta poate fi un imbold ca anumite lucruri să se pornească, iar speranța noastră este că, până la cu terminarea banilor din PNRR, conducerile centrale și locale își vor da seama de importanța unei asemenea linii de finanțare și o vor continua din fonduri publice.

Köllő Csongor, co-director Asociația Teatrală Shoshin și managerul proiectului SPARSE (2018-2021) în cadrul Asociației.

Cum să vindem bilete?

În timp ce în Anglia veniturile câștigate din vânzarea билетelor sunt semnificative și acoperă aproape total onorariile artiștilor, în România am avut până acum în majoritate spectacole gratuite. Cauza acestei diferențe este că spectacolele noastre erau adeseori dedicate copiilor ori pandemia a făcut dificilă și nesigură planificarea evenimentelor în avans.

Costul билетelor depinde mereu de condițiile speciale din fiecare sat. Înainte să stabiliți prețul билетului cereți neapărat opinia promotorului local.

Înainte să luați o decizie citiți cu atenție regulamentul din localitatea respectivă și solicitați informații de la promotorul local și de la autoritățile locale. În România aveți 3 modalități de a vinde bilete:

- asociația coordonatoare vinde biletele;
- biletele sunt vândute de promotori sau o asociație culturală din satul respectiv dacă aceasta are mandat pentru a vinde bilete;
- compania artistică, dacă aceasta este îndreptățită să vândă bilete.

Dacă Dumneavoastră vindeți biletele, nu uitați să înregistrați și să vizați biletele de intrare la spectacole la autoritățile locale. Pentru aceasta există de obicei un formular la primăria satului. După vânzarea билетelor trebuie să prezentați un raport despre vânzări la autoritățile locale și să plătiți taxele aferente билетelor vândute.

Dacă biletele sunt vândute de promotori sau de compania artistică trebuie să faceți o înțelegere în legătură cu procentul din vânzare pe care îl percepeți Dumneavoastră. În orice caz, biletele trebuie să reprezinte o contribuție din ce în ce mai mare la realizarea acestor evenimente pentru ca acestea să devină sustenabile pe termen lung.

Astfel puteți evita să depindeți doar de finanțările exterioare care de multe ori pot fi impredictibile. În cazul nostru, în afară de motivele enumerate mai sus, am folosit existența finanțării europene ca să putem juca spectacole cu intrare gratuită cu scopul de a forma gustul localnicilor și să începem să formăm o masă critică de participanți care mai apoi pot contribui prin cumpărare de bilete. Chestionarele completate de localnici arată că ei ar fi dispuși să plătească pentru a avea acces la asemenea evenimente.

Micul dicționar al turneelor la țară

Agencia coordonatoare: Antreprenor cultural & Asociația culturală de turnee la țară. Antreprenorul cultural este o persoană care dezvoltă și susține inițiative artistice. Antreprenorul cultural face ca lucrurile să se întâmple. Asociația Culturală îndrumată și administrată de antreprenori culturali produce spectacolele artistice. Structurile regionale sunt conduse de asociații culturale.

Caietul program. Caietul program conține toate spectacolele stagiunii respective. Broșura este curatoriată de asociația culturală care coordonează turneele la țară. Caietul program oferă promotorilor locali informații necesare legate de spectacolele (detalii tehnice, costuri, public, etc.). Promotorii vor decide ce spectacol să aleagă pentru comunitatea lor pe baza informațiilor din broșură.

Companiile artistice. Companiile artistice oferă spectacolele artistice. Spectacolele care ajung în caietul program pot fi selectate de promotorul local. Aceste spectacole vor fi jucate în fața comunităților rurale. Compania artistică împreună cu promotorul local sunt responsabili pentru organizarea, promovarea și desfășurarea spectacolului.

Promotorul local. Promotorul local alege spectacolul din caietul program. Este un voluntar neplătit, din comunitatea rurală, care ține legătura cu companiile artistice, asociația culturală de turnee la țară și cu publicul local. Promotorul local este respectat de comunitatea sa, este o persoană dedicată care are ambiția de a promova spectacolele. Promotorii cunosc sala în care are loc spectacolul. De asemenea, sunt oameni cu picioarele pe pământ care sprijină compania artistică în planificarea detaliilor tehnice și practice. Ei știu cum să se adreseze publicului local. Așadar, munca promotorilor locali este una esențială.



Public. Publicurile sunt diferite de la comunitate la comunitate. Publicurile rurale sunt de obicei multigeneraționale și diverse și aparțin localității respective. Publicul rural dorește adesea să vorbească cu artiștii după spectacol, să se uite la decor, să vă spună ce părere are despre spectacol și să mănânce cu dumneavoastră după spectacol.

Rețeaua de turnee la țară. Conceptul provine din limba engleză și se referă la o organizație umbrelă de nivel național din Marea Britanie care facilitează spectacole artistice în mediu rural, în mod regulat.

Sala de evenimente. Un spațiu în care localnicii se pot aduna, care poate fi folosit sau adaptat pentru un spectacol artistic (biserică, cămin cultural, sala festivă a unei școli). De cele mai multe ori, sala de evenimente nu are dotările tehnice pe care le are de obicei o sală de teatru.

Structurile regionale. Așa-numitele structuri regionale sunt subdiviziunile rețelei de turnee la țară conduse de o agenție coordonatoare. Agenția coordonatoare poate fi un departament cultural al consiliului local, o asociație culturală independentă, o companie sau un antreprenor cultural care are interesul și puterea financiară de a dezvolta o astfel de rețea. Subdiviziunile sunt intermediarii între rețeaua națională și promotorii locali. Unitățile regionale se pot dezvolta în mod diferit în funcție de specificul local. Ele pot avea concepte curatoriale și programe diferite. În România, deocamdată, există o singură structură regională.



Calendarul turneelor la țară

FEBRUARIE/MARTIE

Asociația culturală finalizează lista companiilor artistice participante.

Asociația culturală discută detaliile spectacolului cu compania ofertantă: conținuturi, necesități tehnice, durată, public țintă, materiale publicitare, necesități de cazare și onorariu (care include toate costurile suplimentare, costuri de deplasare, TVA, etc).

Asociația culturală expediază Formularul de Informații către companii și companiile artistice îl completează.

Asociația culturală actualizează baza de date a promotorilor locali.

APRILIE

Asociația culturală realizează caietul program.

Asociația culturală și promotorii locali planifică o ședință pentru a finaliza programul anual.

MAI

Întâlnirea între asociația culturală și promotori, lansarea caietului program.

IUNIE

Promotorii locali trimit rezervările completate într-un Formular de Rezervări pe care asociația culturală îl gestionează.

IUNIE/IULIE

Asociația culturală, companiile artistice și promotorii locali fixează datele turneelor pentru perioada Septembrie (anul în curs) - Iunie (anul următor).

IULIE

Asociația culturală expediază formularele de acord către companii și promotori locali.

AUGUST

Asociația culturală expediază contractele către companii.

AUGUST-MARTIE

Asociația culturală expediază către promotorii locali materialele promoționale: afișe, flyere, bilete, etc.

SEPTEMBRIE-IUNIE

Promotorii locali organizează spectacolele.

Asociația culturală plătește companiile.

Asociația culturală expediază formularele de feedback.



ANEXA 1. Formular de informare pentru companii și artiști²

Scopul acestui formular este de a furniza informații despre compania artistică și despre spectacolul pe care compania dorește să-l prezinte în cadrul turneelor la țară antreprenorilor culturali (care sunt responsabili pentru selectarea și curatorierea caietului program) și promotorilor locali (a căror responsabilitate este alegerea și organizarea spectacolului). Trimiterea informațiilor legate de companie și spectacol reprezintă o condiție prealabilă, dar nu și o garanție pentru a fi selectat în caietul program. Broșura este publicată, de obicei, în luna aprilie a fiecărui an.

Informațiile incluse în acest formular vor ajuta atât antreprenorii culturali, cât și promotorii locali să se orienteze, oferind informații exacte despre spectacolul Dvs. Vă rugăm să țineți cont de scopul formularului atunci când descrieți specificul artistic și tehnic al spectacolului. Claritatea informației este esențială pentru o reprezentare succes!

Vă rugăm să nu ezitați să trimiteți orice alte materiale sau informații pe care le considerați relevante și importante, dar care nu sunt incluse în formular!

Înainte să completați datele din formular, vă rugăm să răspundeți scurt la următoarele întrebări:

Care este cel mai mare actual spectacolului Dvs.?

Ce considerați că poate atrage atenția promotorilor locali?

De ce merită să vină publicul la spectacol?



² Acest formular a fost inspirat din ghidul practic oferit companiilor care participă în cadrul programului Turnee la Țară din Marea Britanie, cu titlul Eyes Wide Open, redactat de National Rural Touring Forum.

Date de contact

Numele companiei:
Persoana de contact:
Adresa:
Telefon:
E-Mail:
Site web:

Societate cu răspundere limitată: DA/NU

Sunteți înregistrat cu TVA? DA/NU

În ce regiune vă aflați?

Ați mai participat în cadrul programului de Turnee la țară? DA/NU

Dacă da, când și unde?

Cine este responsabil de

Regia spectacolului:

Regia tehnică:

Publicitate:

Administrație:

Informații legate de spectacol

(Vă rugăm să completați o fișă separată pentru fiecare spectacol!)

Titlul spectacolului:

Este un spectacol nou? DA/NU

Când este/nu este disponibil acest spectacol pentru turneu?

Oferiți ateliere/workshopuri legate de spectacol? DA/NU

Detalii spectacol

Autor:

Regizor:

Scenograf:

Ce fel de spectacol este?

Numărul de artiști implicați:

Genul de muzică din spectacol:

Descrierea decorului:

Există vreun element al spectacolului care îl face să fie deosebit de interesant?

Detalii tehnice

Descrieți cum ar arăta sala de spectacol la modul ideal (înălțime, lățime și adâncime):

Care este suprafața minimă necesară?

Cum veți rezolva problemele de vizibilitate în sălile din mediul rural? (de exemplu: sunteți flexibil în ceea ce privește o lățime mai mică în favoarea unei adâncimi mai mari?)

Unde va fi plasat publicul?

Faceți deplasarea cu tehnician de lumini? DA/NU

Unde vreți să poziționați reflectoarele?

Vă asigurați propriul sunet? DA/NU

Folosiți efecte speciale (fum etc.)?

Cât durează montarea și demontarea?

Care este durata spectacolului?

Există o pauză? DA/NU

Aduceți propriul tehnician în turneu? DA/NU

Aveți un plan de evacuare în caz de pericol pentru acest spectacol?

(Este posibil să vă solicităm acest lucru): DA/NU

Marketing/Publicitate

Mai jos sunt câteva idei care vă vor ajuta să oferiți cea mai bună experiență posibilă pentru promotorii locali și publicul nostru.

Vă rugăm să furnizați materialele publicitare cu aproximativ 10 săptămâni în avans. Cele mai bune dimensiuni pentru afișe sunt A4 și A5. Afișele de dimensiuni mai mari nu sunt folosibile în locații mici. Vă rugăm să lăsați un spațiu clar, de formă regulată, pe afiș, pentru informații specifice care diferă de la un eveniment la altul. Este util și eficient dacă afișele au o imagine vizuală puternică, o explicație în cuvinte a tipului de spectacol sau de muzică oferite. Dacă este relevant, precizați și pentru ce vârstă este potrivit spectacolul. În ceea ce privește flyerele, este util să aveți cât mai multe informații pe spatele pliantelor, inclusiv opinii despre spectacol. Vă rugăm să nu uitați să contactați la timp promotorii locali pentru a stabili detaliile. De asemenea, nu uitați că unii promotori sunt mai puțin experimentați decât alții. Asigurați-vă că v-ați înțeles corect!

Oferiți?

Broșuri: DA/NU

Informații despre publicul țintă: DA/NU

Detalii despre companie: DA/NU

Mostră de CD sau video: DA/NU

Recenzii despre spectacolele anterioare: DA/NU

Comunicat de presă: DA/NU

Fotografii de la repetiții: DA/NU

Fotografii din spectacol: DA/NU

Tipărituri (afișe/pliante): DA/NU

Câte exemplare/localitate de:

afișe:

pliante:

alte tipărituri:

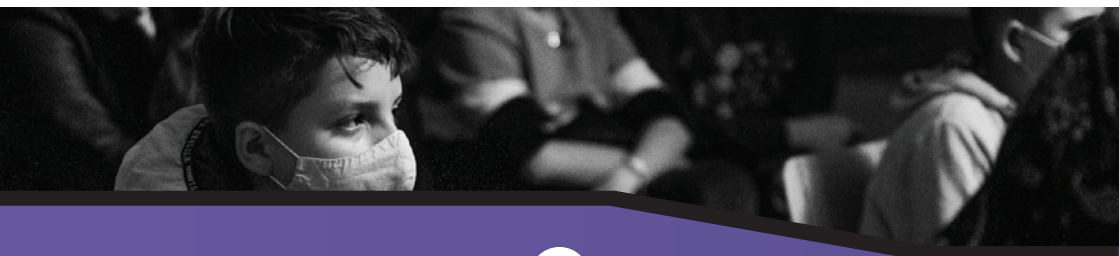
Publicul țintă

Ca să ajutați promotorii locali să aleagă spectacolul cel mai potrivit pentru comunitatea lor încercăm să clasificăm fiecare spectacol în relație cu publicul țintă. Vă rugăm să ne scrieți care este intervalul de vârstă cel mai potrivit pentru spectacolul Dvs. Detaliați, dacă este cazul!

Descrieți care este grupul țintă al spectacolului:

Care sunt punctele forte ale spectacolului? De ce să participe oamenii la acest spectacol?

Grup de vârstă:



Adulți/copii mai mari (vârstă):

Spectacolul poate fi vizionat de toate vârstele, însă nu este potrivit pentru grupuri mari de copii. Adulți/familii (vârstă):

Destinat unui public tânăr, dar potrivit și unui public intergenerațional (bunici și nepoți). Familii (vârstă):

Se adresează în special unui public tânăr, inclusiv grupuri de copii (vârstă):

Detalii buget

Cât costă acest spectacol/localitate?

Puteți oferi o reducere pentru programări multiple?

Prețul include cazarea: DA/NU

Dacă nu, precizați de ce fel de cazare aveți nevoie, pentru câte persoane, etc.

Prețul include producția tipăriturilor: DA/NU

Prețul include costurile de deplasare: DA/NU

Dacă nu, precizați nevoile Dvs. legate de călătorie.



Data publicației: decembrie 2021

Conținutul este considerat corect la momentul expediției lui către tipar. Autorul nu este responsabil de orice greșeli, omisiuni sau schimbări ale detaliilor oferite în manual sau de consecințele informațiilor oferite.

Scris de: Adorjáni Anna

Corectură: Raluca Sas-Marinescu, Bilibok Apollónia

Coordonator volum: Köllő Csongor

Foto: Lakatos Miska, Márkos Tamás, Rab Zoltán,

Tóth Helga

Design: Vizualitas Studio

©Asociația Teatrală Shoshin



Co-funded by the
Creative Europe Programme
of the European Union



Supporting & Promoting
Arts in Rural Settlements
of Europe



SHOSHIN
THEATRE ASSOCIATION