

PLA DIRECTOR DEL TEATRE LA MASSA 2019-2024



SUMARI

| | |
|-----------------------------------|---|
| 1. PRESENTACIÓ | 3 |
| 2. ANÀLISI DE LA SITUACIÓ ACTUAL | 4 |
| 3. LA MISSIÓ | 6 |
| 4. OBJECTIUS | 7 |
| 5. LÍNIES DE TREBALL | 7 |
| 6. POLÍTICA ARTÍSTICA | 8 |
| 7. OBJECTIUS ESPECÍFICS I ACCIONS | 9 |

1. PRESENTACIÓ

Què és el Pla Director?

El Pla Director del Teatre La Massa és un document que s'ha creat amb l'objectiu de definir l'estil i l'horitzó d'aquest teatre per als propers cinc anys. Amb aquest document s'estableix un pla estratègic, una guia, que donarà marc i rumb al treball tècnic que desenvoluparà les seves activitats, funcions i serveis.

Qui l'ha elaborat?

Aquest Pla Director és una iniciativa del Consorci del Centre Teatral i Cultural La Massa, entitat gestora i dinamitzadora del Teatre La Massa. La seva redacció s'ha fet amb la participació dels membres de la Junta de Govern del Consorci i la Tècnica de Cultura de l'Ajuntament de Vilassar de Dalt.

Per què s'ha elaborat?

Des que, després de la seva restauració, el teatre va reobrir les seves portes el 2002 no ha deixat d'oferir al municipi i al Baix Maresme una programació estable d'espectacles i concerts. Així mateix, s'ha consolidat com a equipament obert a les entitats locals, a les companyies amateurs del territori i a tota aquella empresa o entitat vinculada a les arts escèniques i musicals.

Malgrat aquesta activitat i interacció amb el municipi, el teatre no ha desplegat encara tot el seu potencial pel que fa a l'oferta de serveis i activitats. Tampoc ha desplegat tot el seu potencial en relació al desenvolupament de públics. I, per últim, atès que sempre s'ha de perseguir l'excel·lència i la innovació, s'ha decidit elaborar un projecte que doni forma i contingut al futur immediat del teatre per així inaugurar una nova fase de gestió, explotar el potencial de recursos i activitats i, la part més important, millorar el servei prestat a la ciutadania.

Aquest Pla Director neix per a crear un projecte comú que apropi el Teatre La Massa a la ciutadania i, al mateix temps, es fomenti la difusió i el gaudi de les arts escèniques i musicals.

La implantació d'aquest Pla Director es proposa immediata i presenta una durada que sobrepassa legislatures.

Per què ara?

En aquests moments el teatre està vivint un canvi en la seva direcció tècnica. El 2018 s'ha donat un relleu en la figura directiva. I aquest canvi directiu propicia la inauguració d'una nova fase, amb nous reptes i fites.

Per altra banda, aquest Pla Director contempla l'aproximació del Teatre La Massa als estàndards que el Pla d'Equipaments Culturals de Catalunya 2010-2020 estableix per als espais escenicomusicals.

2. ANÀLISI DE LA SITUACIÓ ACTUAL

A continuació es descriu la realitat actual del teatre, prestant atenció als seus punts febles i forts. Per a subsanar els punts febles detectats, l'apartat 7 d'aquest Pla Director desplega tota una sèrie d'objectius i accions. Cada punt feble està enumerat per tal d'identificar quina acció de l'apartat 7 el millora.

2.1. SOBRE L'EQUIP GESTOR

Punts febles

¹ Fins ara els recursos humans destinats al teatre eren mínims i part del personal tenia una condició temporal, cosa que provocava certa rotació.

² Actualment la directora compta amb poca dedicació laboral al teatre, ja que la majoria del seu temps està dedicat a Festes tradicionals.

³ L'organigrama del personal que treballa al teatre no està prou definit, ni és de consulta pública. Això fa que la ciutadania no conegui l'estructura, ni els canals de contacte on adreçar-se segons els assumptes (programació, lloguers, consultes, etc.).

Punts forts

L'actual equip està molt motivat per millorar el funcionament i serveis del teatre. S'hi afegeix que s'ha començat a enfortir els recursos humans, incorporant la figura de tècnica de Comunicació (amb dedicació parcial) i externalitzant el servei d'atenció a les persones i muntatge d'escenari. En la mateixa línia, s'està treballant per contractar un tècnic auxiliar a temps parcial.

2.2. SOBRE LA PROGRAMACIÓ ESTABLE

Punts febles

⁴ La regidoria de Cultura encara no ha definit una política cultural municipal que serveixi de marc per a la política artística del teatre. I, per altra banda, el teatre de moment no ha establert i publicat cap política artística que doni eix al seu projecte escènic.

⁵ A més a més, tot i que a nivell administratiu la persona encarregada de programar és la directora, en la pràctica altres persones programen de manera paral·lela sense coordinació prèvia.

⁶ Amb tot, la programació pot millorar en definició de personalitat artística i guanyar en equilibri entre gèneres i estils escènics.

⁷ Caldria millorar també la informació sobre el contingut de cada espectacle.

Punts forts

La programació de música clàssica és un èxit en ocupació i està molt consolidada. La seva tradició aporta certa personalitat al teatre. La ubicació del teatre contribueix a afavorir el sentiment de proximitat i l'afluència de veïns i ciutadans de proximitat.

2.3. SOBRE LES ACTIVITATS COMPLEMENTÀRIES I SERVEIS

Punts febles

⁸ Es troba a faltar una àrea àmplia d'aparcament a prop.

⁹ Igualment cal ampliar el catàleg de serveis bàsics al teatre.

¹⁰ Així com donar a conèixer els serveis actuals.

Punts forts

Actualment el teatre compta amb els serveis d'accessibilitat física a l'entrada i banys, ascensor i servei de taxi. Un altre punt fort és la bona disposició col·laborativa entre les regidories de Joventut, Infància i Cultura per a organitzar activitats de difusió per a joves i infants. Aquesta bona col·laboració també existeix amb la regidoria de Turisme amb la qual es coordinen les visites guiades al teatre i esdeveniments promocionals com l'Open House.

2.4. SOBRE LA COMUNICACIÓ I PROJECCIÓ TERRITORIAL

Punts febles

¹¹ La comunicació no està regida per objectius establerts o un pla de comunicació.

¹² Tampoc està definida una missió o una estratègia de projecció.

¹³ El teatre no participa en cap xarxa cultural o teatral local o territorial.

¹⁴ També es detecta que cal fer millores en elements de comunicació, com l'actualització del web, crear programes de mà per a cada espectacle, vincular la marca corporativa amb el cicle de clàssica, etc.

Punts forts

El cicle de música clàssica serveix de pol d'atracció de públic i ajuda al posicionament del teatre al territori. Per altra banda, l'alt nivell d'associacionisme i participació ciutadana al municipi afavoreix una activa relació (encara potentiable) amb el teatre. El repartiment domiciliari del programa és una eina útil per a captar espectadors. El 2018 s'ha incorporat, amb dedicació parcial, una tècnica de Comunicació per a la promoció del teatre. I, per últim, en aquests moments s'està treballant per a la renovació de la marca corporativa de l'equipament.

2.5. SOBRE LA CREACIÓ I DESENVOLUPAMENT DE PÚBLICS

Punts febles

¹⁵ Tret dels concerts de música clàssica i altres espectacles puntuals, l'ocupació acostuma a ser reduïda. A aquesta situació cal afegir que, fins al moment, no s'ha treballat la captació de nous públics, ni es fan accions de fidelització, ni es fan servir les dades del CRM. És un àmbit a tractar.

¹⁶ Per a conèixer el nostre públic, fins ara, tenim l'observació del personal de sala, el qual detecta un perfil de públic homogeni.

Punts forts

El cicle de música clàssica té un èxit rotund en ocupació. I un altre aspecte positiu és la relació amb les escoles a través del programa *Anem al teatre*.

2.6. SOBRE LA GESTIÓ FINANCERA

Punts febles

¹⁷ La gestió financera electrònica està en fase d'implantació. Ara les partides, factures i documentació administrativa no està totalment digitalitzada.

¹⁸ Per altra banda, cal actualitzar els estudis econòmics dels preus públics (cessió, lloguer, etc.) i informar-ne correctament al web.

¹⁹ També s'ha de treballar la captació de patrocini i nous ingressos per assolir una millor sostenibilitat econòmica.

Punts forts

L'actual mecenes expressa la voluntat de continuar col·laborant amb el teatre i el pressupost aportat per l'Ajuntament continuarà en creixement.

2.7. SOBRE L'ACCESSIBILITAT I INCLUSIÓ SOCIAL

Punts febles

²⁰ Cal millorar aspectes d'accessibilitat, especialment l'accés a la sala de xerrades.

²¹ Col·locar indicacions d'accessibilitat a l'interior de l'edifici i informar al web dels serveis i condicions als respecte.

²² Cal també millorar aspectes per a l'accessibilitat sensorial i psíquica.

Punts forts

Al municipi existeix un fort sentiment sobre el teatre La Massa com el gran teatre del poble. Juntament amb aquest aspecte positiu, cal destacar que s'està obrint una línia de col·laboració amb el Centre Obert (servei social per a infants i joves). També resulta destacable que s'ofereix facilitat a les entitats locals perquè aprofitin i gaudeixin de les instal·lacions del teatre.

2.8. SOBRE LA FORMACIÓ I LA CREACIÓ ARTÍSTICA

Punts febles

²³ Està pendent desenvolupar aquest àmbit. Manca actuar en col·laboració amb l'aula municipal de dansa i de música.

²⁴ No es fomenta un impuls formatiu o creatiu propi.

²⁵ I, de moment, la interacció amb les entitats es limita a cessions d'espais.

Punts forts

El municipi compta amb dues aules municipals (dansa i música) molt consolidades i amb més dues dècades de trajectòria. També hi ha una iniciativa privada que exerceix d'escola teatral. A aquesta iniciativa particular s'afegeix l'existència de diverses companyies amateurs locals i l'exhibició puntual d'obres amateurs al teatre.

3. LA MISSIÓ

El Teatre La Massa és un equipament cultural amb una oferta variada i qualitativa d'espectacles que busca l'equilibri entre l'entreteniment i el desenvolupament cultural de la ciutadania. La seva fita és atraure un públic plural a partir del seu projecte cultural i posicionament artístic. Sota aquesta consigna, el Teatre La Massa funciona com a pol d'atracció i líder del sistema d'arts en viu al municipi, creant una xarxa (amb altres equipaments culturals, espais públics i entitats) que es projecta com a singular al Baix Maresme.

L'edifici del teatre, declarat bé cultural d'interès nacional (BCIN), el va construir el reconegut arquitecte Rafael Guastavino i suposa un dels principals recursos turístics de la zona.

4. OBJECTIUS

En base als punts febles detectats, es proposa la següent relació d'objectius generals a treballar:

1) Impulsar la programació i activitats

Impulsar una cartellera qualitativa i coherent que es comunicarà de manera estratègica. També es programarà un conjunt d'activitats complementàries destinades a divulgar la cartellera i a sensibilitzar sobre les arts escèniques i musicals.

2) Fomentar la formació i creació artística

Treballar per a enfortir la formació en arts en viu, així com potenciar l'activitat del sector amateur i la iniciativa privada en la producció i exhibició d'espectacles.

3) Gestionar el desenvolupament de públics

Conèixer el nostre públic i desplegar accions per augmentar la fidelització, així com la captació de nous públics. Treballar perquè els espectadors es vulguin vincular al nostre projecte escènic.

4) Potenciar la dimensió social i educativa

Apropar les escoles i aules municipals al teatre, així com facilitar l'accés a persones amb diversitat funcional o perfils en risc social.

5. LÍNIES DE TREBALL

Els objectius anteriors conviuran amb unes línies de treball a mode de premisses transversals:

a) Foment de la participació

Facilitar la relació amb el teixit associatiu municipal, així com amb altres institucions i agents del territori per tal que sigui un teatre obert i interactiu amb la ciutadania.

b) Suport al sector amateur

Impulsar els projectes de creació i producció escènica i musical no professional del municipi i oferir-los suport per a una professionalització.

c) Posicionament estratègic al territori

Definir la identitat del teatre i marcar el seu posicionament dins del territori. Aquest posicionament permetrà aportar i interactuar amb la resta d'equipaments escenicomusicals de proximitat.

d) Persecució de l'excel·lència

Preservar la qualitat tant en el tractament a les persones com en la realització d'activitats i programacions.

e) Participació en el sistema municipal d'arts en viu

Contribuir a la definició i impuls d'un sistema municipal per a la creació i producció escènica i musical amb altres equipaments i agents.

6. POLÍTICA ARTÍSTICA

La definició d'una política artística resulta imprescindible per tal d'aportar coherència i intenció a la programació i activitats del teatre. Aquests són els valors de la política artística del Teatre La Massa:

Igualtat de gènere

A fi de corregir tendències injustes, es vetllarà per una presència igualitària de dones i homes en els espectacles i activitats programades, atenent que aquest equilibri es doni tant en l'àmbit de la creació o autoria, com en la direcció de l'espectacle i en la interpretació de l'obra. Vetllarem per un escenari lliure de discriminacions en gènere o sexes.

Impuls als/les joves creadors/es i intèrprets

Programar artistes i companyies consagrades és una aposta segura i recomanable. Però obrir portes i oferir oportunitats a les noves fornades en la creació i la interpretació és, no només recolzar el sector artístic, sinó també afavorir el desenvolupament cultural.

Heterogènia i equilibri de gèneres escènics

Les arts en viu van molt més enllà del teatre de text o la música clàssica. És un conjunt molt ric de gèneres, estils, temes, formats o tècniques. Exhibir aquesta pluralitat és una contribució al foment del coneixement, al respecte per la diversitat i a l'exploració de la innovació.

Incorporació d'innovació i multidisciplinarietat

A banda de la programació comercial, el teatre tindrà sempre un peu posat en l'exploració artística i donarà cabuda a espectacles i activitats purament creatives. Això suposarà algunes desviacions dels formats i temes convencionals dirigits fonamentalment a l'entreteniment. Una part de la seva programació atindrà a la lliure creació i al desenvolupament de l'Art.

Qualitat escènica

La qualitat atrau espectadors, permet una millor experiència escènica i fomenta el desenvolupament cultural. Per tant, caldrà vetllar per programar espectacles i activitats qualitatives, així com oferir suport a aquelles companyies amateurs i no professionals que vulguin programar al teatre.

Coherència en la programació

La programació haurà de transmetre una voluntat artística i un projecte escènic. I aquest missatge o filosofia de la programació haurà d'estar en absoluta consonància amb la missió i el posicionament del teatre.

7. OBJECTIUS ESPECÍFICS I ACCIONS

A continuació es despleguen totes les accions a portar a terme en aquests cinc anys. A cada acció s'indica el punt feble que es millora. Aquestes accions es programaren dins d'un calendari de prioritats al Pla Anual de Treball i en aquest Pla es valoraren els seus graus d'assoliment.

OBJECTIU 1

IMPULSAR LA PROGRAMACIÓ I ACTIVITATS

Objectiu específic 1: Definir la identitat del teatre

Per tal que algunes accions descrites en aquest document tinguin coherència, cal definir prèviament quina és la identitat del Teatre La Massa.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Difondre la història de l'edifici i la tradició teatral del municipi | 11, |
| 2 | Comunicar la política artística establerta en aquest Pla Director (apartat 6) | 4, 6, 11 |
| 3 | Programar espectacles i activitats sota les directrius de la política artística | 4, 6 |

Objectiu específic 2: Crear i projectar una imatge corporativa

El teatre ha de transmetre caràcter, singularitat i posicionament, reflex del seu servei i política artística. El millor vehicle per a comunicar la seva identitat és la imatge corporativa.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Crear una marca corporativa professional potenci-ant que és BCIN | 11 |
| 2 | Crear els materials promocionals físics i digitals (renovar web, format del programa de mà, editar nous flyers, etc.) | 7, 11, 14 |
| 3 | Crear els materials de papereria corporativa | 14 |
| 4 | Decorar l'interior sota un relat de posicionament coherent | 12, 14 |
| 5 | Començar un banc d'imatges, vídeos i il·lustracions | 11, 14 |
| 6 | Dissenyar un Pla de Comunicació (aplicar política de cookies, pagar publicitat digital, externalitzar la gestió de SEO, encriptar web, millorar fitxa de Google, activar Google Business i BingPlaces, crear WhatsApp Business o Telegram, explotar Google Analytics, etc.) | 7, 11 |
| 7 | Registrar els materials al Dipòsit Legal | 11 |
| 8 | Crear marques per a cada festival i cicle (Clàssica, Estiu, etc.) | 14 |
| 9 | Enfortir els recursos humans de l'equip | 1, 2 |
| 10 | Definir i comunicar l'organigrama de l'equip | 3, 5 |

Objectiu específic 3: Definir els canals de promoció

Redefinir i desenvolupar les vies de promoció pròpies i externes.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Impulsar la gestió dels canals propis | 11 |
| 2 | Ordenar i augmentar la presència en els mitjans de proximitat | 11 |
| 3 | Fer arribar als centres educatius la programació segmentada | 11 |
| 4 | Fer arribar als espais de joves la programació segmentada | 11 |
| 5 | Explorar la presència en mitjans especialitzats del sector | 11 |
| 6 | Augmentar presència a l'OAC, Biblioteca i CAP | 11 |

Objectiu específic 4: Emfatitzar la presència al territori

Portar a terme una reestrena al territori per a presentar aquesta nova fase i així que aquesta nova fase s'introdueixi a l'imaginari de la ciutadania. D'aquesta manera fomentarem el sentiment de pertinença i la captació de públics.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|--|--------------|
| 1 | Revisar la senyalització direccional a via pública | 11 |
| 2 | Assignar suports promocionals fixes a via pública | 11 |

| | | |
|---|--|--------|
| 3 | Portar a terme un acte de presentació d'aquesta nova fase | 11 |
| 4 | Familiaritzar la plantilla municipal amb el teatre | 11 |
| 5 | Revisar l'activació de perfils en xarxes sectorials (Xarxa de Teatres i Ateneus de Catalunya, Xarxa d'Espais Escènics Municipals, Mapa Informatizado de Recintos Escénicos, La Red española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de titularidad pública, etc.) | 11, 13 |

Objectiu específic 5: Treballar a nivell territorial

Al nostre territori no existeix una xarxa de col·laboració sectorial. El foment de projectes en aquesta direcció augmentaria la difusió i la dinamització dels teatres.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Crear una programació conjunta dels de teatres del Baix Maresme (Projecte TEBAMA) | 13 |
| 2 | Crear el Sistema d'Espais Escènics a Vilassar de Dalt | 13, 25 |

Objectiu específic 6: Programar dins del projecte artístic

Amb la definició del projecte artístic es podrà dissenyar una programació coherent.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|--|--------------|
| 1 | Augmentar el volum d'espectacles de la programació estable | 4, 6 |
| 2 | Fomentar la creació d'un festival d'arts en viu | 4, 6 |
| 3 | Dissenyar una programació OFF | 4, 6 |
| 4 | Programar activitats de difusió | 4, 6 |
| 5 | Treballar un projecte educatiu | 4, 6 |
| 6 | Crear una oferta formativa d'arts en viu | 4, 6 |

Objectiu específic 7: Facilitar l'accés a la programació

Apropar el teatre a persones que no acostumen a visitar-lo per diverses raons.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Programar espectacles professionals a carrer | 6 |
| 2 | Programar espectacles a carrer | 25 |
| 3 | Disposar de servei d'alçadors de butaca | 9 |
| 4 | Revisar la senyalització d'espais, accessos i serveis | 9 |
| 5 | Informar dels serveis accessibles al web i xarxes | 9, 10 |
| 6 | Treballar l'adaptació a la diversitat psicològica (guies adaptades per a persones autistes, textos de | 9 |

| | | |
|---|--|---|
| | fàcil comprensió, etc.) | |
| 7 | Treballar l'adaptació a la diversitat física (subtítols, bucles magnètics, audiodescripcions, textos en Braille, etc.) | 9 |

Objectiu específic 8: Aprofitar esdeveniments per a la difusió

La introducció del teatre en esdeveniments rellevants del municipi o del territori servirà per a potenciar la seva promoció.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Presentar la temporada a la Festa Major d'agost | 11 |
| 2 | Participar al Vi+ DO Alella | 12, 13 |

Objectiu específic 9: Millorar la gestió financera

Perquè la programació d'espectacles i activitats sigui factible, cal atendre la gestió econòmica i la captació de nous ingressos.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Transformar la gestió financera a la plataforma electrònica de l'Ajuntament | 17 |
| 2 | Actualitzar els estudis econòmics per a preus | 18 |
| 3 | Captació de nou patrocini | 19 |

OBJECTIU 2

FOMENTAR LA FORMACIÓ I LA CREACIÓ ARTÍSTICA

Objectiu específic 1: Impulsar els projectes formatius locals

Per aquelles persones que vulguin rebre una formació continuada, tot combinant una vessant lúdica i professional.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|--|--------------|
| 1 | Crear un Aula Municipal de Teatre | 24 |
| 2 | Fomentar la creació d'una Coral Municipal | 24 |
| 3 | Explotar les relacions amb les aules de música i dansa | 23 |

Objectiu específic 2: Potenciar les iniciatives locals de produccions qualitatives

El teatre pot ser el principal promotor d'arts escèniques i musicals, així que donarà suport a totes aquelles iniciatives externes de certa qualitat.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|--|--------------|
| 1 | Convocar residències artístiques | 24 |
| 2 | Implantar el programa FlipArt (DIBA) per a joves | 24 |
| 3 | Convocar una beca artística de suport a la creació | 24 |
| 4 | Promoure la creació de companyies/grups locals | 23, 24, 25 |
| 5 | Crear una Mostra de Teatre Amateur | 23, 24, 25 |

Objectiu específic 3: Interactuar amb els professionals locals

Cal aprofitar la presència de professionals de les arts en viu. El seu coneixement i experiència pot sensibilitzar i repercutir positivament en els amateurs.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|--|--------------|
| 1 | Crear una xarxa de relacions amb els professionals locals | 13 |
| 2 | Organitzar xerrades per a informar/assessorar a amateurs i escoles | 13, 23, 24 |
| 3 | Fomentar una xarxa d'intercanvis entre professionals locals i amateurs | 13, 23, 24 |

Objectiu específic 4: Crear projectes artístics en col·laboració amb regidories municipals

Promoure projectes transversals que apropin la cultura escènica i musical a les aules.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Projecte <i>Teatre i Literatura</i> per a Batxillerat (Biblioteca, Educació i Joventut) | 15, 24 |
| 2 | Projecte <i>CoreoUp!</i> per a ESO i Batxillerat (Aula de Dansa, Educació i Joventut) | 15, 24 |
| 3 | Projecte <i>VideoDansa</i> per a ESO i Batxillerat (Educació i Joventut) | 15, 24 |
| 4 | Projecte <i>Escriu Teatre</i> per a infància i primària (Biblioteca, Educació i Infància) | 15, 24 |

OBJECTIU 3

GESTIONAR EL DESENVOLUPAMENT DE PÚBLICS

Objectiu específic 1: Incentivar el públic infantil i juvenil

Els infants i joves són públics actuals i el públic del futur.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Participar al programa Escena25 (Generalitat) | 15 |
| 2 | Encarregar una campanya escolar per a introduir activitats a escoles i vincular la programació als continguts curriculars | 15 |
| 3 | Programar en col·laboració amb les regidories d'Infància i Joventut | 15 |

Objectiu específic 2: Involucrar el públic en la programació

Apropa la programació a la ciutadania i, alhora, reforça vincles entre espectadors i el projecte escènic.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Crear una Comissió de Programació | 5, 15 |
| 2 | Votació pública per a triar un espectacle per temporada | 5, 15 |

Objectiu específic 3: Conèixer els espectadors

Una programació tindrà més èxit quan més afí sigui a les motivacions del públic.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Realitzar breus enquestes a sala | 16 |
| 2 | Realitzar breus enquestes postfunció per email | 16 |
| 3 | Constituir i gestionar la base de dades del CRM | 16 |
| 4 | Segmentar les dades de clients del CRM | 16 |
| 5 | Disposar d'una bústia de suggeriments, queixes i reclamacions | 16 |
| 6 | Encarregar estudis de públics | 16 |

Objectiu específic 4: Implantar accions de captació i fidelització de públics

El treball sobre la captació de nous públics i la fidelització ha de ser continu i permanent.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|--|--------------|
| 1 | Realitzar l'Escenari Secret (DIBA) | 15 |
| 2 | Realitzar Accions per captar nous públics (DIBA) | 15 |
| 3 | Realitzar Et fem el teatre a mida i Taller postfunció (DIBA) | 15 |

| | | |
|---|---|----|
| 4 | Oferir entrades com a premis a concursos municipals | 15 |
| 5 | Inserir entrades als paquets turístics de la zona | 15 |
| 6 | Confeccionar un Pla de Creació i Desenvolupament de Públics | 15 |

Objectiu específic 5: Facilitar la compra d'entrades

La compra ha de ser fàcil, estar a l'abast i oferir una experiència satisfactòria.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Activar plugins de compra al web | 18 |
| 2 | Crear enllaços directes de compra a les xarxes socials | 18 |
| 3 | Anunciar l'horari i telèfon de la taquilla | 18 |
| 4 | Establir i anunciar la política de canvis i devolucions | 18 |
| 5 | Professionalitzar la venda anticipada | 19 |

Objectiu específic 6: Establir una política de preus diversos

Una política de preus diversos fomenta el consum del teatre, apropa el teatre a tota la ciutadania i fidelitza espectadors.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Revisar preus anualment segons tendències de consum | 18 |
| 2 | Crear Xecs regal amb entrades | 18 |
| 3 | Desenvolupar Clubs d'amics del teatre | 19 |
| 4 | Desenvolupar abonaments i descomptes | 19 |

OBJECTIU 4

POTENCIAR LA DIMENSIÓ SOCIAL I EDUCATIVA

Objectiu específic 1: Promoure la interacció amb les escoles

Cal apropar les arts en viu a l'educació, tot seguint que la pràctica de les arts escèniques sigui una eina pedagògica més per afavorir l'aprofitament dels processos d'aprenentatge i creació.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|--|--------------|
| 1 | Crear un servei educatiu | 9 |
| 2 | Reforçar el programa Anem al Teatre (DIBA) | 9 |
| 3 | Programar tallers educatius a l'aula (infantil, primària, ESO i Batxillerat) | 9, 10 |
| 4 | Programar un taller de familiarització per a docents | 9, 10 |
| 5 | Facilitar l'assistència escolar a assajos professionals | 9, 25 |
| 6 | Organitzar xerrades amb autor/es o artistes de les obres programades | 9 |
| 7 | Preparar materials pedagògics per als principals espectacles | 9, 11 |

Objectiu específic 2: Desenvolupar programes socioeducatius

Treballar perquè perfils que no són espectadors habituals puguin gaudir d'una experiència escènica normalitzadora.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Explorar l'adhesió al programa Apropa Cultura | 20, 21, 22 |
| 2 | Explorar l'adhesió al programa Deslimita'm! | 20, 21, 22 |

Objectiu específic 3: Impulsar la dimensió turística del teatre

El valor arquitectònic del teatre, declarat BCIN, és un actiu fonamental per a projectar i dinamitzar el teatre.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|--|--------------|
| 1 | Introduir el vi DO Alella a les activitats de difusió per a adults | 9, 13 |
| 2 | Participar al projecte Vi+ DO Alella | 9, 13 |
| 3 | Explorar la creació del projecte Teatres DO Alella | 9, 13 |
| 4 | Impulsar la visita guiada <i>Guastavino, l'arquitecte de Nova York</i> | 9 |
| 5 | Explorar la creació d'un paquet turístic amb agents de la zona | 9 |
| 6 | Explorar la programació d'activitats enoturístiques i escèniques | 9 |
| 7 | Estudiar accions per a emfatitzar el valor patrimonial | 4, 9 |
| 8 | Millorar les infraestructures turístiques del teatre | 8 |

Objectiu específic 4: Vetllar pel manteniment de l'edifici

Per tal que totes les accions descrites anteriorment es puguin desenvolupar correctament i el teatre gaudeixi de bona salut arquitectònica, caldrà realitzar un manteniment regular de l'edifici i les seves instal·lacions, orientades cap a criteris de sostenibilitat.

| Núm. | Acció | Punts febles |
|------|---|--------------|
| 1 | Optimitzar l'equipament dels espais de magatzem | 9 |
| 2 | Confeccionar un Pla de Manteniment | 9 |