

CONVENIO REGULADOR DE LA SUBVENCIÓN NOMINATIVA OTORGADA POR EL AYUNTAMIENTO DE GIRONA A BITO PRODUCCIONS SL PARA LA REALIZACIÓN DEL FESTIVAL TEMPORADA ALTA 2018

En Girona, 30 de julio de 2018

INTERVIENEN

De una parte, el señor Carles Ribas y Gironès, en representación del Ayuntamiento de Girona con NIF P1708500B y domicilio en la Plaza del Vi de Girona, en ejecución del acuerdo de la Junta de Gobierno Local de fecha 27 de julio de 2018, en su calidad de concejal delegado de Cultura y Juventud del Ayuntamiento de Girona y en uso de la delegación de firma conferida por decreto de la alcaldía número 2018011249 de fecha 12 de junio de 2018, asistido por el secretario general de la corporación, José Ignacio Araujo Gómez.

Y por otro el señor Josep Domènech y Pou, en representación de Bitò Producciones, SL, con CIF B17310947 y domicilio en Pati del Teatre, núm. 2 de Salt (17190), en su calidad de consejero delegado, en nombre y representación de la misma.

MANIFIESTAN

1. Que desde el año 1992 se lleva a cabo en la ciudad de Girona el Festival Internacional de Teatro, Temporada Alta. A lo largo de los años, este festival ha ampliado su alcance como agente dinamizador escénico de Cataluña y de las comarcas de Girona, ya que progresivamente ha ampliado su alcance territorial, incorporando el municipio de Salt, así como de otras poblaciones de la demarcación de Girona.
2. Que Temporada Alta es un festival de referencia en artes escénicas en el Sur de Europa. Sus especificidades lo hacen único como motor de la escena catalana, en tanto que coproduce espectáculos con los teatros públicos catalanes y con compañías y productoras privados de nuestro país.
3. El Festival Internacional de teatro Temporada Alta es uno de los cuatro festivales estratégicos de la ciudad de Girona, según declaración aprobada por el Ayuntamiento de Girona, en el Pleno de 13 de noviembre de 2017.
4. Que, en el ámbito internacional Temporada Alta tiene un posicionamiento importantísimo con alianzas con Roma Europa Festival, Festival de Estambul, Tonhelhuis de Bruselas; el Festival participa también de diferentes programas y producciones europeos de media y larga duración que le obligan a compromisos plurianuales.
5. Que Temporada Alta es un motor de la producción teatral, tanto en el ámbito local y comarcal como a nivel nacional, tanto en el ámbito artístico como en el ámbito técnico, contribuyendo a generar riqueza y puestos de trabajo en el sector cultural.
6. Que el Festival es una herramienta de promoción turística y cultural, tanto de la ciudad de Girona como de las comarcas de Girona.
7. Que, atendiendo a la trayectoria y los resultados alcanzados por este festival, así como por su impacto en la ciudad, tanto a nivel cultural como turístico, el Ayuntamiento de Girona valora positivamente su continuidad, por lo que el presupuesto municipal de 2018 prevé una subvención nominativa destinada a su realización.

Por todo ello, y con el objetivo de regular las condiciones de concesión de la subvención prevista en el presupuesto municipal de este año a nombre de Bitò Producciones - Temporada Alta 2018, se establece este convenio que se regirá por los pactos siguientes:

PACTOS

Primero. Objeto del convenio

Regular la concesión de la subvención nominativa prevista en el presupuesto municipal de este año a Bitó Produccions SL para la realización del Festival Temporada Alta 2018. La subvención concedida tiene carácter singular y está destinada exclusivamente a la ejecución de gastos ordinarios de organización, promoción, funcionamiento y desarrollo del programa del festival, el proyecto y el presupuesto figuran como anexo 1 al convenio, y no podrá ser utilizada para sufragar gastos de otra naturaleza.

Por otra parte, esta subvención, por su finalidad, está incluida en los supuestos previstos en el artículo 53, relativo a las ayudas a la cultura y la conservación del patrimonio, del Reglamento (UE) núm. 651/2014 de la Comisión Europea, de 17 de junio de 2014, por el que se declaran determinadas categorías de ayuda compatibles con el mercado interior en aplicación de los artículos 107 y 108 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (DOUE L 187, de 26 de junio de 2014. Cumple los requisitos establecidos en el reglamento mencionado y, para dar cumplimiento a las obligaciones de publicación, se comunicará a la Comisión Europea.

Segundo. Beneficiario de la subvención

El beneficiario de la subvención es Bitó Produccions SL, con NIF B-17310947

Tercero. Actividad subvencionada

Proyecto: Festival Temporada Alta 2018

Fechas: Del 6 de octubre al 9 de diciembre de 2018

Lugar: Girona, Salt y otros municipios

Programa: según proyecto de la actividad presentado por la entidad, con programación provisional

Presupuesto estimado presentado por la entidad: 1.937.918 €

Cuarto.- Compromisos de Bitó Produccions SL

1. Organizar y desarrollar el Festival Temporada Alta 2018
2. Considerar el Ayuntamiento de Girona, como colaborador del festival, dando cumplimiento a los requisitos de difusión y publicidad recogidos en el pacto undécimo.
3. Presentar la programación y presupuesto definitivos de la actividad antes de su presentación pública.
4. Realizar la actividad de acuerdo con el proyecto presentado por la entidad y, en su caso, comunicar al Ayuntamiento los cambios que se produzcan en su ejecución.
4. Cumplir con todas las obligaciones previstas en el artículo 14 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones.
5. Cumplir con lo que dispone la Ley de regulación administrativa de los espectáculos públicos y las actividades recreativas.
6. Comunicar al Ayuntamiento, mediante declaración responsable, la información relativa a las retribuciones de sus órganos de dirección o administración. El Ayuntamiento, una vez concedida la subvención publicará la información en cumplimiento de lo establecido en el art. 15.2 de la Ley 19/2014, de 29 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, en relación a las subvenciones de importe superior a 10.000 €.
7. Someterse a las actuaciones de comprobación y control que puedan practicarse desde el Ayuntamiento de Girona en relación a la subvención concedida.

Quinto. Importe de la subvención

De acuerdo con lo previsto en el presupuesto municipal de este año, el importe de la subvención es de quinientos noventa y siete mil quinientos euros (597.500 €)

El importe de la subvención otorgada supone el (30,83%) del presupuesto total de la actividad, lo que se establece como cofinanciación máximo en el caso de no ejecución de la totalidad del gasto.

Esta subvención se hará efectiva con cargo a la partida presupuestaria 2018 500 33430 479.00 del presupuesto municipal.

Para los años 2019 y 2020, la aportación municipal estará sujeta a la aprobación de la correspondiente consignación económica en los presupuestos de las diferentes anualidades, y la presentación del correspondiente proyecto y presupuesto.

Sexto. Compatibilidad

Esta subvención es compatible con la obtención de otras subvenciones, ayudas, ingresos o recursos para la misma finalidad, procedentes de cualquier administración o ente público o privado, nacionales, de la Unión Europea o de organismos internacionales.

La suma de las ayudas públicas o privadas, concedidas para la actividad subvencionada, más cualquier otro tipo de ingreso generado por la misma, no puede superar el coste total de la actividad y en caso de producirse este mayor financiación se reducirá en la parte proporcional correspondiente.

Séptimo. Gastos subvencionables

1. Se consideran gastos subvencionables, aquellos gastos directos e indirectos que de manera indudable respondan a la naturaleza de la actividad subvencionada, resulten estrictamente necesarios y se realicen durante la organización y celebración del Festival Temporada Alta del año 2018.

Serán justificables aquellos gastos que se hayan ejecutado, como máximo, seis meses antes del inicio de la actividad / proyecto, y hasta tres meses posteriores a su celebración, que estén directamente relacionadas con la actividad y con la consideración de elegibles.

Estos gastos deberán ser efectivamente pagados con anterioridad a la finalización del plazo de justificación, que será como máximo tres meses después de la finalización de la actividad, y que figuran en el presupuesto de gastos del festival que se anexa a este convenio.

No son subvencionables los siguientes gastos:

- Adquisición de bienes inventariables ni gastos de amortización de este tipo de bienes.
- Intereses cuentas bancarias.
- Intereses de demora, recargos y sanciones
- Gastos de procedimientos legales y judiciales.
- Gastos por comisiones mantenimiento de cuentas corrientes
- Gastos de personal en situación de baja laboral.
- Horas extraordinarias, pluses, incentivos, indemnizaciones, etc.

2. Los gastos financieros, los gastos de asesoría jurídica o financiera y de administración se consideran subvencionables si están directamente relacionados con la actividad subvencionada y sólo las que sean indispensables para la adecuada preparación o ejecución del festival.

3. Para la justificación de los gastos de hoteles, dietas y desplazamientos, sólo se podrán justificar las correspondientes al personal vinculado al proyecto de forma nominativa, y con la correspondiente justificación del motivo que ocasiona el gasto; y las correspondientes a la contratación artística, en su caso.

4. Se podrán justificar los gastos del personal vinculado directamente al proyecto / actividad. Con la

justificación se deberá presentar la estructura organizativa del proyecto / actividad, con la relación del personal, su vinculación al proyecto (duración y dedicación).

5. Se pueden imputar gastos indirectos en un porcentaje máximo del 15% del presupuesto subvencionable. Su imputación se acreditará mediante declaración justificativa, sin que se requiera la presentación de justificantes, y de forma diferenciada respecto de los gastos que se consideren directos. Esta declaración deberá contemplar los criterios de imputación de coste sobre el total de gastos generales asumidas por el beneficiario de la subvención.

6. En ningún caso el coste de los gastos subvencionables podrá ser superior al valor de mercado.

En caso de que el importe del gasto subvencionable supere las cuantías establecidas para la contratación menor en la normativa vigente de contratación pública, el beneficiario deberá solicitar como mínimo tres ofertas de diferentes proveedores, salvo que por sus especiales características no exista en el mercado suficiente número de proveedores que lo realicen, o el gasto se hubiera realizado con anterioridad a la firma de este convenio.

La elección entre las ofertas presentadas, se realizará con criterios de eficiencia y economía, debiendo justificarse expresamente en una memoria la elección cuando no recaiga en la propuesta económica más ventajosa.

7. Subcontratación de actividad subvencionable. No se podrá concertar la ejecución total o parcial de los gastos subvencionados con personas o entidades con quienes estén vinculados, a menos que la contratación se realice con las condiciones normales de mercado y se obtenga la autorización del Ayuntamiento de Girona. Esta subcontratación no podrá ser superior al 50% del presupuesto de la actividad.

En el caso de subcontratación, no existirá ninguna vinculación entre el Ayuntamiento de Girona y la empresa subcontratada, sin perjuicio del deber de colaboración de la empresa subcontratada en los términos que dispone el art.46 de la LGS.

Tampoco podrá concertar la ejecución en los demás supuestos previstos en el artículo 29.7 de la ley 38/2003, de 17 de noviembre, general de subvenciones.

Para subcontratar con personas físicas o jurídicas vinculadas con la entidad beneficiaria (art.68.2 RGLS) será requisito indispensable que la contratación se haga a precio de mercado y además obtenga la previa autorización del órgano competente del Ayuntamiento de Girona.

Octavo. Justificación de la subvención

1. La justificación de la subvención se realizará mediante la presentación, en el registro electrónico del Ayuntamiento, de una cuenta justificativa con aportación de informe de auditor o auditores de cuentas inscritos como ejercientes en el Registro Oficial de Auditores de cuentas.

2. La cuenta justificativa se presentará según el modelo normalizado que se puede obtener en la sede electrónica municipal y contendrá, como mínimo, la siguiente información:

- a) Memoria justificativa de la actividad subvencionada.
- b) Liquidación del presupuesto.
- c) Relación clasificada de los gastos efectuados, con identificación del proveedor, número de identificación fiscal, importe, concepto, fecha de emisión de la factura y fecha de pago.
- d) Detalle de la financiación final de los gastos de la actividad subvencionada, con indicación de la procedencia de los ingresos y subvenciones.
- e) En el caso de que parte de esta financiación provenga de la venta de entradas, se deberán acreditar las entradas vendidas mediante el informe de los sistema de ventas contrastado con su aplicación a la contabilidad.
- f) Acreditación de haber solicitado tres presupuestos en los casos previstos en el pacto relativo a los gastos subvencionables.
- g) Elementos de difusión y publicidad. Este material se presentará digitalmente.

f) En caso de subcontratación de empresas vinculadas, justificación precio ajustado a mercado.

3. La no presentación de la justificación en los términos y los plazos indicados podrán dar lugar a su minoración, revocación o reintegro, de acuerdo con la ordenanza mencionada.

Serán también causa de minoración, revocación o reintegro las establecidas en los artículos 40, 42, 43 y 44 de la misma ordenanza.

4. Plazo de justificación:

Noveno. Pago y reintegro

1. Una vez firmado este convenio, el Ayuntamiento de Girona abonará el 75% de la subvención. El pago se hará sin necesidad de constitución de fianza o garantía.

El 25% restante, se abonará una vez se haya justificado, por el beneficiario, la realización de la actividad en los plazos previstos en el pacto octavo del presente convenio.

2. Se producirá la pérdida del derecho al cobro total de la subvención y del reintegro de la parte anticipada en el supuesto de falta de justificación o de concurrencia de alguna de las causas previstas en el artículo 37 de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de subvenciones.

3. En el caso de reducción de la subvención a pagar, ésta se aplicará de forma proporcional a la subvención concedida por cada administración.

Décimo. Control financiero de las subvenciones

1. La competencia para el ejercicio del control financiero de las subvenciones previstas en este convenio corresponderá a la Intervención General del Ayuntamiento de Girona, y se efectuará de conformidad con lo previsto en el título III de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre y la normativa de aplicación en relación al control interno de las entidades locales. A los efectos, se podrán establecer convenios de cooperación y colaboración entre las diferentes administraciones aportantes para proceder al control financiero del proyecto.

2. El control financiero podrá extenderse a las personas físicas o jurídicas a las que se encuentre asociado la entidad beneficiaria de la subvención, así como a cualquier otra persona susceptible de presentar un interés en la realización de las actividades subvencionadas.

Undécimo. Difusión y publicidad

En los materiales informativos y de difusión así como en las acciones de publicidad relativas al objeto de este convenio, se deberá hacer mención explícita a la colaboración del Ayuntamiento de Girona, se deberá incorporar la imagen corporativa de las administraciones y la de Girona, Ciudad de Festivales.

Duodécimo. Infracciones y sanciones administrativas

El régimen sancionador aplicable a esta subvención es el establecido en el título IV de la Ley 38/2003, de 17 de noviembre, general de subvenciones, con las especificaciones oportunas en materia de régimen local de conformidad con el título XI de la Ley 7 / 1985, de 2 de abril, reguladora de las bases del régimen local.

El procedimiento se adecuará a las previsiones establecidas en la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, y en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público.

Decimotercero. Vigencia del convenio

La vigencia de este convenio se establece para los años 2018, 2019 y 2020

Decimocuarto. Extinción

Son causas de extinción de este convenio:

- El agotamiento del periodo de vigencia convenido entre las partes
- El incumplimiento grave y manifiesto, material o legal, de las obligaciones asumidas en el convenio para cada una de las partes;
- Las causas generales previstas en la legislación vigente.

Por el Ajuntament de Girona
El concejal delegado de Cultura y Juventud

Por Bitó Produccions SL

Carles Ribas i Gironès

Josep Domènec i Pou

Certifico,
El secretario general

José Ignacio Araujo Gómez

**MEMÓRIA ARTÍSTICA
TEMPORADA ALTA 2018**

Del 5 de octubre al 10 de diciembre de 2018 se celebrará la vigésimo séptima edición de Temporada Alta, festival organizado por Bitò Producciones y que cuenta con la colaboración del Departamento de Cultura de la Generalidad de Cataluña, del Ministerio de cultura de España y de la Comunidad Económica Europea. Para los apartados específicos del Festival relativos a Producción, Programación internacional e internacionalización de la escena catalana, Creación Contemporánea y programación con artistas gerundenses se solicita también la colaboración del Ayuntamiento de Girona y de la Diputación de Girona. La sección del festival para la que se pide esta subvención contará con, al menos, cincuenta espectáculos de un mínimo de 8 países diferentes. El avance de programación que adjuntamos es provisional y tendrá, seguro, bastantes cambios, pero se mantendrán los mínimos que acabamos de citar. No cerraremos la programación del festival hasta agosto y, por ello, sólo hacemos un pequeño avance.

EL FESTIVAL

El apartado específico del festival descrito antes por el que pedimos esta subvención es el corazón de Temporada Alta que determina que nuestro sea considerado uno de los festivales más importantes de Europa y también un festival profundamente arraigado en nuestras comarcas.

Este apartado del festival es el que más difícilmente consigue de encontrar patrocinio privado por varias razones, básicamente porque las empresas, en general optan por apoyar la programación más comercial y para un público más amplio.

Seguimos haciendo esfuerzos para mantener el nivel alcanzado en los últimos años. Asimismo, trabajamos para conseguir que el Festival además de resultar de máximo interés para el público, pueda convertirse en útil para ayudar a las producciones catalanas a internacionalizarse y salir al extranjero. El Festival, precisamente, ha realizado en los últimos años un gran esfuerzo para convertirse en un referente

internacional, tanto con la semana internacional de programadores como organizando Temporada Alta en América Latina, que en 2018 ha llegado a su sexta edición en Buenos Aires, a su cuarta edición en Montevideo y ha llegado por tercera vez a Lima, creando y ampliando año tras año una plataforma que está ayudando a la internacionalización de algunos grupos y artistas catalanes. Estas ediciones internacionales del festival se organizan con la ayuda de varias instituciones culturales, como el Instituto Ramon Llull y AECID. El objetivo es que siga creciendo en los próximos años e incorporar nuevas sedes y países para seguir promocionando nuestra cultura escénica en el exterior.

Para poder asumir estos objetivos es esencial que este año, teniendo en cuenta las circunstancias económicas actuales, se pueda mantener el nivel de apoyo de todas las administraciones. Este hecho es básico para consolidar y seguir aumentando el alto nivel artístico del Festival. Y también lo es para que siga siendo un lugar de encuentro entre las producciones y los programadores nacionales e internacionales, con el objetivo de que éstos puedan conocer la escena catalana y ayudar a su internacionalización.

Tras veintisiete años de festival queremos seguir reinventando y reformulando Temporada Alta paso a paso, y ahora muy especialmente centrándonos en la consolidación de un modelo de festival siguiendo las líneas que se han ido definiendo en los últimos años:

- Mantenimiento del nivel de la programación de Temporada Alta -tanto cuantitativa como sobre todo cualitativamente- especialmente en cuanto a programación internacional, erigiendo el festival como punto de entrada a Cataluña de un número considerable de artistas de diversas partes del mundo, con una especial mirada a los nuevos nombres de la escena europea e iberoamericana. Consideramos que esta mirada es interesante tanto para el público Temporada Alta como para la comunidad artística y teatral del país.

- Potenciación del festival como puerta de salida de las propuestas catalanas más punteras y con más posibilidades de internacionalización, apoyando tanto a los artistas más consolidados del país como nuevas propuestas de los nuevos creadores para dar a conocer tanto al público de Temporada Alta como a los operadores artísticos nacionales e internacionales.
- Potenciación del intercambio de ideas y producciones a nivel internacional mediante la organización de encuentros profesionales en Girona y Salt durante Temporada Alta. Estos encuentros han favorecido el conocimiento mutuo a nivel internacional, y desde hace siete años, con el Encuentro de Desarrolladores, hemos convertido en Girona y Salt durante unos días en un centro de propuestas de coproducción a nivel internacional, con presencia cada vez más numerosa de los grandes festivales y teatros europeos.
- Consolidación del festival como institución productora y coproductora de espectáculos. Ya hace años que Temporada Alta colabora en la producción de diversos espectáculos; esto ayuda a consolidar la línea artística del festival y dar apoyo a las compañías para hacer posible su trabajo. Este papel ha crecido en los últimos años y es muy importante para la consolidación internacional del festival.
- Dotar a la producción local y sobre todo a las producciones con artistas de nuestras comarcas un papel y un protagonismo muy superior al que tendrían si el festival no se hiciera aquí.
- Consolidación de la línea social del festival, con una especial mirada a las actividades que sirvan para la creación del público del futuro, con la implicación del público en edad escolar en proyectos donde se les pueda implicar pedagógicamente.

EJES DEL FESTIVAL OBJETO DE ESTA SOLICITUD DE SUBVENCIONES

Para esta edición, el festival se plantea seguir con las líneas generales que han marcado el crecimiento y consolidación del festival en los últimos años. Para conseguir estos objetivos, la programación de Temporada Alta 2018 se ha planteado en torno a varios ejes básicos:

1- PRODUCCIONES Y COPRODUCCIONES

Temporada Alta ha evolucionado mucho desde sus inicios hasta convertirse en el festival que es actualmente, y su objetivo es seguir creciendo y consolidándose en el mapa de los grandes festivales internacionales.

Una de las líneas que todavía nos separan de los grandes festivales internacionales como el Festival de Aviñón, el Kunsten Festival des Arts de Bruselas, el Wiener Festwochen de Viena o el Tiempo Commun de Lausana -sólo por poner algunos ejemplos- es la capacidad de producción, y por tanto de generación de proyectos propios y de apoyar la creación y los creadores de forma directa.

Desde hace ya bastantes años, Temporada Alta colabora en la producción de una parte considerable de las obras que se estrenan, pero siempre se trata de una colaboración que ayuda a los proyectos, pero que no supone un porcentaje demasiado alto del coste de producción total y por tanto las compañías han tenido que buscar el grueso de la producción por otras vías. En los últimos años se ha abierto de manera más clara una línea de producción y coproducción propia. Esta línea creemos que es imprescindible que la consolidamos e incluso que incrementamos su actividad en los próximos años como uno de los ejes principales del festival y como herramienta estratégica para situar Temporada Alta y los artistas catalanes en el centro del panorama europeo e internacional.

Los ejes básicos que pensamos que debe tener esta línea de producciones y coproducciones desde el primer momento son los siguientes:

- **Producir y coproducir espectáculos básicamente de teatro de texto**, pero también de nuevas dramaturgias, de danza contemporánea y de circo contemporáneo, desde el área de Girona y hacerlo en colaboración con los otros agentes catalanes.

- **Dar soporte a la autoría catalana.** En la edición de 2018 podemos encontrar múltiples ejemplos de autores catalanes de distintos géneros como Joan Yago, Lali Ayguadé, Àlex Rigola, Mal Pelo, Cor de Teatre... entre otros.

- **Colaborar con proyectos internacionales y con artistas internacionales** también con proyectos catalanes que tengan ambición de ir al mercado internacional, con la intención de ayudar a internacionalizar los artistas catalanes y a su vez ir creando una red de complicidades que nos permita tener un papel en la escena internacional. Por eso, este año, Temporada Alta coproducirá “La nieta del Sr. Linh”, dirigida por Guy Cassiers y protagonizada por Lluís Homar y coproducida por el Teatre Lliure. Coproducirá también el nuevo espectáculo d’Stefan Kaegui que se podrá ver en el Festival. También “L’omisión de la Familia Coleman” dirigida por Claudio Tolcachir y seguirá moviendo “Delante la Jubilación” dirigido por Kristian Lupa.

- **Producir y coproducir espectáculos para un público amplio** y muy variado que vaya desde los montajes más mainstream hasta la creación contemporánea.

Con estas producciones habrá diferentes tipos de implicación diferentes: las producciones propias, la producción ejecutiva de las que se hará desde la misma organización del festival, y las coproducciones, gestionadas por las compañías coproducidas.

El festival Temporada Alta -como ya es habitual- este año también coproduce con el Teatro Nacional de Cataluña, con el Teatro Libre de BCN o con el Festival Grec; o colabora en la presentación de espectáculos que se estrenarán o presentarán en Girona y en Salt con diversas instituciones teatrales del país, en colaboración tanto con teatros públicos como con salas alternativas y compañías y productoras privadas y que después harán temporada en Barcelona y Girona.

2- PROGRAMACIÓN INTERNACIONAL E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ESCENA CATALANA

Desde hace ya muchas ediciones, la programación internacional es un eje consolidado y básico de Temporada Alta; el festival quiere contribuir de forma importante a que se vean en nuestro territorio producciones extranjeras o del resto del Estado español, tanto de los nombres ya reconocidos de la escena internacional como de los nuevos artistas que van marcando el futuro de la escena teatral. Este año tenemos previsto presentar una veintena de espectáculos de fuera de Cataluña con la doble intención de mostrar, una vez más, algunos de los grandes artistas internacionales junto con los del resto del Estado. Aunque la programación aún no está cerrada al 100%, en la presente edición, entre otros artistas de fuera de nuestro país, esperamos contar con producciones de Alain Platel, Jan Lawers, Guy Cassiers, Slava Poluline, Claudio Tolcachir, Thomas Ostermeier...

Desde la edición de 2011 se organiza dentro del marco del festival una semana profesional con una programación pensada especialmente para que los programadores de fuera puedan conocer las propuestas más interesantes e innovadoras de la creación escénica del país. Una semana de programación especial y encuentros profesionales que en las anteriores ediciones convocó decenas de programadores hasta llegar a superar el

centenar en las últimas ediciones y ayudó a la distribución posterior tanto nacional como internacional de alguno de los espectáculos presentados. Desde la edición de 2012 y dentro de la semana profesional, existe un foco dedicado a los proyectos de coproducción, presentándose en un ámbito profesional proyectos de creación para potenciar el conocimiento, la circulación e incluso las coproducciones entre socios de países diversos.

El compromiso con la internacionalización de las producciones es uno de los ejes de presente y de futuro de Temporada Alta; además de la actividad que se realiza durante el festival en Girona y Salt se ha abierto una línea internacional del festival con Temporada Alta en Buenos Aires, que ya lleva seis ediciones, Temporada Alta en Montevideo que se celebra desde el 2015, y en 2016 por primera vez se celebró Temporada Alta en Lima, y que tienen como objetivo principal presentar una muestra de artistas y espectáculos catalanes en estas tres capitales para favorecer su internacionalización y que en un futuro podría ampliarse a otros países .

Otra línea de internacionalización es la participación en proyectos internacionales. En este sentido, la CEE acaba de concedernos una subvención al programa europeo Pyrenart. Durante 3 años, Temporada Alta participará en este proyecto de la Unión Europea de más de 2M de euros para incentivar la producción y las relaciones escénicas a ambos lados del Pirineo.

En este programa Temporada Alta ha asociado con 5 entidades francesas (Réseau en scène Languedoc Roussillon / Le Parvis Scène National Tarbes Pyrénées / CIRCA, Pôle National Cirque - Auch Gers Occitania / Association pour le Développement et l'Action Culturelle de Foix et de la Ariège / Office Artistique de la Région Aquitaine) y 3 del Estado Español (Patronato Municipal de Artes Escénicas y de la Imagen de Zaragoza / Escuela de Navarra de Teatro -el colectivo - / BAD - Festival de Teatro y Danza contemporánea de Bilbao) para vestir un proyecto conjunto con la intención de crear estrategias y líneas de trabajo para mejorar su potencial artístico y económico.

Otra, de las líneas claras a nivel internacional de Temporada Alta es la de tener una mirada especial hacia Iberoamérica, uno de los focos más interesantes de teatro fuera de Europa. A raíz que ya hace bastantes años que Temporada Alta tiene una mirada especial hacia espectáculos y compañías procedentes de los países iberoamericanos, desde el año 2013 el festival ha recibido el apoyo de Iberescena y ha presentado el ciclo "Conexión Iberoamérica", que tiene continuidad en esta edición. Este ciclo se incluye en la voluntad de Temporada Alta de ser un punto de encuentro del teatro iberoamericano y europeo, generando una circulación de artistas y espectáculos en ambas direcciones tanto en el ámbito del festival en Girona y Salt como, en los últimos años, de Temporada Alta en Buenos Aires, Temporada Alta en Lima y Temporada Alta en Montevideo, que lleva artistas y espectáculos catalanes a Argentina, a Perú y a Uruguay con gran repercusión de público en estas ciudades. En cualquier caso, todo el proyecto de Temporada Alta en Iberoamérica no es objeto de esta solicitud y no forma parte del presupuesto del Festival Temporada Alta que estamos presentando en este documento.

3- CREACIÓN CONTEMPORANEA

Tanto en la producción de espectáculos como en la programación ponemos especial énfasis en los espectáculos de Creación Contemporánea porque por un lado serán los que marcarán el futuro de la escena catalana, por otra parte, son los espectáculo por los que al extranjero se valora más nuestra escena y, finalmente, son espectáculo siempre deficitarios y los que más dificultades tienen para conectar con un público amplio, lo que en todo el mundo los hace inviables sin un importante apoyo público.

4- PROMOCIÓN DE LA ESCENA GERUNDENSE

Temporada Alta es un Festival internacional de primer nivel, pero es un festival que se hace en Girona, que está muy arraigado en la zona donde ha nacido y eso le da una

personalidad muy marcada. No pretendemos hacer, ni haremos, un festival local, pero sí queremos que en Temporada Alta autores/as, compañías, productoras y artistas gerundenses tengan un papel relevante y queremos también que el festival sirva para artistas gerundenses trabajen con artistas fuera nuestras comarcas y, si se puede, con artistas internacionales. Por otra parte, en la programación habrá un número importante de artistas locales para que el hecho de estar allí les da mucha más visibilidad. Por lo tanto, aunque nuestra ambición es nacional e internacional, dedicaremos una muy especial atención a la creación vinculada a las comarcas de Girona con el propósito de que pueda acceder cada vez más en los circuitos nacionales y, en su caso, internacionales.

5- ÁMBITO SOCIAL

El festival tiene como una de sus líneas consolidadas su vertiente social. Consciente de que no todo el mundo puede pagarse una entrada, trabajamos proactivamente para que las personas con más dificultades, relacionadas a entidades sociales, pueda vivir el festival. En la edición de este año 2018 mantendremos y ampliaremos el esfuerzo en esta línea que permitió el año pasado que más de 400 jóvenes en riesgo de exclusión asistieran a algún espectáculo. Esta iniciativa, que se ha visto muy reforzada en las últimas ediciones, se hace junto con una decena de entidades sociales que se muestran no sólo receptivas, sino que se convierten colaboradoras directas del festival (por ejemplo, Plataforma Educativa, Fundación Oscobe, Asociación Vila-roja, Ludoteca de Salt, Fundación Ramon Noguera, Fundación Astros, Fundación Astrid, Red de centros cívicos de Girona, Conarte, Caritas ...).

Pero, aparte de todas las entradas que Temporada Alta ha cedido y que seguirá dando a favor de la sociedad, el Festival se ha implicado en más de una treintena de entidades

sociales, asociaciones y escuelas en decenas de actividades, buscando las sinergias conjuntas con el objetivo de buscar la satisfacción en el conocimiento y el hecho teatral.

El año pasado, en la edición de 2017, en el marco del Festival y con la colaboración de Temporada Alta, la Fundación “La Ciutat Invisible” arrancó un nuevo proyecto enfocado al público escolar: Proyecto A TEMPO Artes y Formación donde se busca generar y promover espacios de interacción entre jóvenes, estudiantes, profesionales de la educación y profesionales de las artes y la cultura con el objetivo de trabajar de manera sincronizada. En 2017 participaron en el proyecto 3.690 estudiantes y 181 docentes. La idea es poder aumentar en 2018 esta cifra. Todo esto representa una voluntad clara del Festival de interferir socialmente en su entorno, sabiendo que la cultura es el instrumento más eficaz en la socialización.

OTROS EJES DEL FESTIVAL NO OBJETO DE ESTA SOLICITUD

No pedimos subvención al Ayuntamiento de Girona ni a la Diputación para la parte del festival dedicada al teatro más comercial y a la música popular, porque entre las aportaciones de los patrocinadores, las entradas y las aportaciones públicas de la Generalitat y del Ministerio de Cultura hacen que esta parte del festival sea viable:

LA AUTORÍA I LA CREACIÓN CATALANA

Temporada Alta tiene la vocación de ser el gran festival de país, donde se presentan con normalidad tanto los artistas consolidados como los nuevos creadores que va generando el país en todos los ámbitos escénicos (autores, coreógrafos, directores...) y su entorno natural de presentación a la comunidad teatral internacional. La apuesta por los artistas y creadores del país ha sido clara y lo seguirá siendo en 2018, donde la mayoría de los espectáculos presentados en Temporada Alta son creados por artistas catalanes. El

festival continúa también con la consolidación de ejes de programación dedicados a los autores del país.

Una vez más, en la edición de 2018 el festival volverá a tener una considerable representación de jóvenes creadores catalanes para potenciar la cantera artística del país. Con la nueva situación aparecida a raíz de los últimos años de crisis, es especialmente difícil para los jóvenes artistas encontrar posibilidades de producción y espacios de exhibición de su trabajo. Temporada Alta quiere contribuir en la medida de lo posible a ayudar a los jóvenes artistas en este sentido. La vocación es ir dando el relevo a las nuevas generaciones especialmente en estos momentos tan complejos para dar continuidad generacional a los creadores del país.

TEATRO COMERCIAL Y MÚSICA POPULAR

La parte más grande del festival que dejamos fuera de esta solicitud de subvención es toda la dedicada al teatro comercial ya la música popular y lo hacemos porque nos parece que con las aportaciones de los patrocinadores, la parte de la subvención de la Generalitat que hay corresponde y la del INAEM y de otras entidades, más los ingresos de taquilla, esta parte del festival será sostenible y así podremos dedicar las aportaciones del Ayuntamiento de Girona y de la Diputación específicamente a los ejes descritos anteriormente.

Esto lo hacemos este año como prueba con la intención de consolidarlo los próximos años y así podernos ir acercando a un modelo más claro y más comparable al de los países europeos.

EL PÚBLICO DEL FESTIVAL

El público ha sido desde su primera edición un protagonista básico del festival. Temporada Alta ha crecido junto con su público y es por eso por lo que es un festival muy arraigado en un entorno social que cambia cada día. La programación se ha hecho con la idea de llegar a un público cada vez más amplio, pero al mismo tiempo subir cada edición un escalón más en la calidad y variedad de los espectáculos que se proponen. Incluso en los años más complicados económicamente, el festival ha mantenido el nivel y la variedad, y el público ha reafirmado su apoyo al festival con ocupaciones superiores al 90%. Esto nos da impulso para trabajar en proponer una programación que sea aún más un modelo de calidad y variedad de registros.

Temporada Alta ha tenido siempre el objetivo de acercar todo tipo de públicos al festival, y en los últimos años, de una forma especialmente intensa no sólo ha buscado llevar el público al teatro, sino que también ha querido acercar el teatro a posibles espectadores haciendo su acceso más fácil. Esto se ha traducido en dos líneas de trabajo: por un lado una ampliación de los municipios que son sede del festival, que además de Girona y Salt ya ha llegado a Bescanó, Banyoles, Palafrugell, Fornells de la Selva, Torroella de Montgrí y este año a Sant Feliu de Guíxols; y por la otra, especialmente en la ciudad de Girona, está haciendo llegar los espectáculos a nuevas sedes, tales como bibliotecas, centros cívicos o espacios singulares de la ciudad y sus barrios que favorecen la presencia de nuevos públicos a las propuestas del festival .

UN MODELO DE TRANSPARENCIA

Temporada Alta tiene un firme compromiso con el público, basado en la transparencia y la rendición de cuentas ante la ciudadanía en relación con uno de los eventos culturales más notables en nuestro país.

La fiscalización presupuestaria de Temporada Alta, la efectúan las instituciones públicas que cofinancian el Festival, a las que se aportan todas las facturas originales con sus comprobantes de pago y en las que se facilita también la contabilidad de la empresa Bitò Produccions. Durante estos 26 años se han intervenido y fiscalizado las cuentas del Festival, al menos la parte que les correspondía, por parte del Ayuntamiento de Girona, la Diputación de Girona, la Generalitat, el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Hacienda y la Comunidad Europea. En todos los casos las cuentas se han considerado ajustadas y correctas.

Pero más allá de las auditorías realizadas cada año, la voluntad del Festival se basa en explicar a la ciudadanía, a los mecenas y también a las administraciones el funcionamiento del festival, el personal, su organización, el presupuesto y su ejecución, la gestión de las entradas, la financiación y el sistema de producciones y coproducciones. Un esfuerzo de transparencia con la voluntad de que se conozca el festival y toda aquella persona que adquiere una entrada sepa de qué evento forma parte.

Toda la información del Festival está colgada en el espacio web del Temporada Alta en el apartado modelo de gestión, un apartado que se actualiza cada año y representa un espacio inédito en el resto de los festivales internacionales de Europa, pero que nosotros consideramos imprescindible en beneficio de la credibilidad y el rigor.

**MEMORIA ECONÓMICA
FESTIVAL TEMPORADA ALTA 2018**

PRESUPUESTO 2018

INGRESOS	
TAQUILLAS	170.000 €
COMISIONES	4.200 €
ESPONSORIZACIÓN	251.418 €
AYUNTAMIENTO DE GIRONA	597.500 €
AYUNTAMIENTO DE SALT	33.000 €
GENERALITAT DE CATALUNYA	460.000 €
DIPUTACIÓN DE GIRONA	250.000 €
UNIÓN EUROPEA (PYRENART)	60.000 €
COPRODUCTORES	111.800 €
TOTAL	1.937.918 €

GASTOS	
CACHÉS	324.000 €
DERECHOS DE AUTOR	12.600 €
HOTEL, DIETAS Y DESPLAZAMIENTOS	189.000 €
GASTOS PRODUCCIÓN	28.200 €
PRODUCCIÓN TÉCNICA	34.000 €
PRENSA Y COMUNICACIÓN	348.000 €
PERSONAL	342.000 €
OTROS GASTOS	23.400 €
ACCIÓN COMERCIAL	4.800 €
COMISSION VENTA ENTRADAS	9.350 €
COMISIONES BANCARIAS	1.650 €
GASTOS DE PRODUCCIÓN TA	312.500 €
APORTACIÓN A LA PRODUCCIÓN	120.000 €
SUBTOTAL	1.749.500 €
GASTOS INDIRECTOS	188.418 €
TOTAL GASTOS	1.937.918 €

DETALLE DE CONCEPTOS QUE INTEGRAN EL PRESUPUESTO

INGRESOS

1- TAQUILLAS

Es el importe cobrado por la venta de entradas (incluye gastos de gestión del sistema de ticketing) de los diferentes espectáculos que organiza el Festival Temporada Alta. Se trata de una previsión que se hace desde la dirección artística, fundamentada en la previsión de la programación y la experiencia de años anteriores.

Para hacer estos cálculos, se parte de la previsión de ingresos por venta de entradas según cada espacio escénico y según un porcentaje para de empleo.

2- SPONSORIZACIÓN Y OTROS RECURSOS

La actividad de sponsorización se lleva a cabo durante todo el año. Hay dos modalidades: la nueva captación y las renovaciones. Las renovaciones se suelen llevar a cabo durante los siete primeros meses del año y la captación se extiende también durante el festival, utilizando el escaparate que supone el Temporada Alta con el fin de atraer nuevas empresas. El importe que aparece en el presupuesto es una previsión fundamentada en las renovaciones pactadas a la fecha de cerrarse el programa (finales de julio). Ahora bien, como que la actividad continúa, se pueden producir diferencias a la finalización del festival.

Este apartado incluye también los acuerdos de colaboración de intercambios con medios de comunicación u otras empresas que hacen contraprestaciones en especies, pero valoradas económicamente.

Introducimos "otros recursos" porque en algunas ediciones se producen ingresos extraordinarios debido a residencias de compañías.

3- AYUNTAMIENTO DE GIRONA

Se firman convenio directamente con la entidad pública. El importe de la subvención es en base a conversaciones mantenidas con esta entidad y que luego se materializa en la firma del acuerdo.

4- AYUNTAMIENTO DE SALT

Cantidad presupuestada por el Ayuntamiento de Salt.

5- GENERALITAT

Cantidad presupuestada por la Generalitat.

6- DIPUTACIÓN DE GIRONA

Cantidad presupuestada por la Diputación de Girona

7- INAEM

Cantidad adjudicada por el INAEM por la línea de subvenciones de festivales.

8- INTERREG

Ingresos provenientes del proyecto europeo Pyrenart en el que participa Temporada Alta junto con la Scène Nacional de Tarbes, Scène Nacional de Foix, CIRCA, Réseau en Scena, Festival BAD de Bilbao, Ayuntamiento de Zaragoza y Escuela de Teatro de Navarra.

GASTOS

1- CACHÉS

Son los importes que se pagan a las compañías para las representaciones. A estas alturas está prácticamente cerrada la programación, pero la previsión del importe se puede ver afectada en tanto en cuanto algunos de los espectáculos programados pueden doblar funciones si la venta que se producirá a inicios de septiembre así lo hacen necesario.

2- DERECHOS DE AUTOR

Como norma general, estamos hablando del pago del 10% de la recaudación de taquilla limpia, aunque estos porcentajes pueden ser diferentes en función de si el autor está o no dentro de SGAE o se gestiona directamente sus derechos y en función de la tipología de espectáculo (si es música puede ser del 8,5%)

Hablamos de taquilla neta en relación con el importe íntegro de recaudación por taquillas, descontado el IVA y los gastos de gestión y comisiones ligadas a cada transacción.

El importe que aparece en el presupuesto es una previsión según el importe previsto de taquilla ya que va directamente vinculado.

3- HOTELES, DIETAS Y DESPLAZAMIENTOS

Gastos de alojamiento, dietas, viajes, transportes escenografía, y transfers de las compañías que se contratan para actuar en el festival.

Estos gastos no se sabe exactamente su importe hasta que no se hace la contratación definitiva del caché. Entonces se conoce las necesidades de transporte, los días de estancia, el número de personas que venden y, por tanto, los viajes (en tren o avión) necesarios y las dietas. Hay que tener en cuenta que el número de estrenos que programa el festival es muy importante, de ahí que los gastos exactos no se pueden conocer hasta fechas cercanas al bolo (pensamos con una implantación de escenografía de un espectáculo que se ha de estrenar y no se tiene por tanto conocimiento de los días que finalmente se necesitarán o, por ejemplo, por contrato se tienen previstas a veces más de una función pero no se materializarán hasta el inicio de ventas y ver el seguimiento y esto afecta a las estancias y vuelos).

4 i 5- GASTOS PRODUCCIÓN Y TÉCNICA DEL FESTIVAL

Las diferentes partidas que componen estos gastos son:

- Sobretítulos e intérpretes: el festival tiene muchas obras en versión original (lengua propia de la compañía), lo que obliga a su traducción y sobre titulación y el alquiler del material técnico correspondiente (pantallas de leds, proyectores)

- Catering: son gastos que se producen por los caterings que piden las compañías en su rider por contrato.
- Azafatas: es el personal de sala que realiza las tareas de atención y acomodación de públicos en el teatro municipal de Girona.
- Otros gastos de producción: a modo de ejemplo podemos hablar del sastre, servicios de lavandería, contratación de ambulancias que tenemos que hacer por normativa, personal que sirve el vino o el cava (que suelen ser cedidos) después de los estrenos, etc.
- Alquiler de material técnico y de material vídeo para sobretítulos. • Alquiler y afinación de pianos: en los espectáculos que lo requieren.
- Transbordos: gastos generados por la contratación de transportes y / o personal para poder entrar algunas escenografías en el barrio viejo de Girona (sobre todo teatro municipal). Esto se produce de manera habitual para que los trailers que transportan la escenografía de las compañías que actúan en el municipal no pueden tener acceso por reglamento ni por dimensiones.
- Cargas y descargas (empresa que se encarga de las cargas y descargas de las escenografías y utilería de los espectáculos)
- Otros alquileres y gastos técnicos como pueden ser la compra fungible como cintas, filtros, moqueta, alquileres de gradas, certificados ingenieros, seguros, etc.

6- PRENSA Y COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación es realizada directamente Bitò Producciones SL a través de su departamento de comunicación. Asimismo, se subcontratan empresas y personas para la realización de varias tareas. A modo de ejemplo: redacción de textos para el programa y suplemento de La Vanguardia, redacción de programas de mano, maquetaciones, contenidos web, diseños, clippings de prensa, gestión de la prensa en Madrid y Barcelona, distribución de materiales de publicidad y comunicación , programas

informáticos para la gestión de públicos del festival, adwords, otras publicidades en redes sociales, publicidad en periódicos, revistas, televisión y radios, etc.

Asimismo, se incluye elementos de comunicación offline: banderolas, mupis, carteleras, etc ...

Las diferentes partidas que componen estos gastos son:

- Plan de visibilidad en las subsedes del festival (biombos, banderolas, elementos decorativos...)
- Contenidos:
 - Publicaciones (dossiers, programes de mano, traducciones, producción y distribución de la revista y del suplemento especial del festival que sale en La Vanguardia)
 - Web i Digital (traducciones, aplicaciones, plus TA, recomana.cat, boletines)
 - Otros (Spot, fotografía)
- Imagen (diseño gráfico, mejoras página venta, diseño cartel)
- Internacionalización (rueda de prensa de presentación del festival a Madrid, gastos de periodistas y invitados al festival)
- Publicidad, Visibilidad y Difusión
 - Medios (Diari Girona, El Punt, La Vanguardia, CCMA...)
 - Campañas digitales (Facebook, Ubika, Playground, Teatralnet...)
 - Señalización (banners, vinilos...)
 - Materiales Genéricos (bolsas, camisetas, carpetas, lanyards, acreditaciones...)
 - Campañas específicas de algunos espectáculos
- Prensa y bloggers (prensa, clipping, press trips, interpretes...)
- Mecenazgo (fotografía, adaptaciones web, bombos, vinilos, dossiers...)
- Funcionamiento (horas soporte y mejoras web, plus TA, Playbrand...)
- Gastos de comunicación de la producción realizada por el festival

Algunas de las empresas con las que trabajamos son Basetis (diseños), Sundisa (banderolas), Facebook (campañas digitales),

7- PERSONAL

El Festival, como todos los grandes festivales internacionales, supone el desarrollo de muchas actividades durante todo el año. Caras al público general, el gran grueso se produce durante los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre, pero el resto del año se caracteriza por una tarea constante y directa de muchos de los profesionales de Bitò Producciones. La intensidad es diferente en función de los trabajos desarrollados y puede abarcar toda o parte de la jornada laboral anual.

Los profesionales implicados directamente con dedicación específica en el desarrollo del festival están ligados a los departamentos de gerencia, dirección financiera, programación, producción, técnica, comunicación, marketing, tiqueting, comercial-mecenazgo, informática, administración y contable, limpieza y profesional técnico de sala .

Atendiendo a criterios de dedicación horaria, Bitò hace una imputación de cada una de las personas que han trabajado en Temporada Alta unas mensualidades al año que se corresponden con el tiempo dedicado anual en el Festival. Por este motivo, todo el personal que se declara es personal directo del proyecto.

Además, de noviembre a junio de cada año, se participa en el Festival Notodofilm con la organización, producción y celebración del premio de teatro "Cine y escena".

Asimismo, y en colaboración con el Cine Truffaut, se organiza el ciclo National Theatre Live desde el mes de febrero hasta el mes de junio.

La faceta productora del Festival también hace que parte del personal trabaje directamente para las producciones que se acabarán estrenando durante Temporada Alta.

Por último, mencionar la participación en diferentes proyectos europeos que suponen un goteo continuo de actividades y reuniones internacional. En lo que va de año, el proyecto PYRENART que presentamos públicamente en rueda de prensa el mes de mayo, ha supuesto reuniones con los diferentes socios en Zaragoza, Tarbes, Montpellier y Aviñón, entre otros.

CALENDARIO ORIENTATIVO DE TAREAS:**DE ENERO A DICIEMBRE**

- ✓ Lectura de textos.
- ✓ Visualización de proyectos.
- ✓ Entrevistas con dramaturgos, directores, compañías, etc.
- ✓ Búsqueda de textos, repartimientos y tareas relacionadas con las producciones y coproducciones.
- ✓ Búsqueda y negociación con coproductores.
- ✓ Captación de recursos privados y mantenimiento de la cartera de mecenazgo.
- ✓ Negociación de intercambios.
- ✓ Gestiones con instituciones, empresas y diferentes colectivos.
- ✓ Negociaciones con las diferentes administraciones que subvencionen el Festival.
- ✓ Viajes y reuniones para proyectos internacionales.
- ✓ Asistencia a festivales y visualización de obras de teatro.
- ✓ Elaboración y seguimiento de presupuestos, control presupuestario
- ✓ Coordinación financiera.
- ✓ Negociación con proveedores.
- ✓ Mantenimiento de web, redes sociales, entrada contenidos y envío periódico de newsletters e informaciones a las BBDD.
- ✓ Actualizaciones y mejoras del sistema de venta de entradas
- ✓ Mantenimiento de la base de datos del festival.

TEMPORADA ALTA MES A MES

ENERO:

- ✓ Es el mes de las valoraciones del festival anterior. En base a los informes de la gente que trabaja, de los proveedores, de los voluntarios, del que se extrae de todos los correos informativos de Temporada Alta y de las encuestas finales a compañías y público, se hace un diagnóstico de lo que ha pasado y de los elementos más críticos para tener en cuenta caras en la siguiente edición. En un primer estadio se trabaja individualmente y por área y fruto de esta tarea se emite un informe que se pondrá sobre la mesa en una reunión general de valoración. A partir de aquí, las propuestas de mejora se tratan entre dirección y cada una de las áreas implicadas.
- ✓ Paralelamente, y bajo la dirección financiera de Bitò, administración comienza a trabajar la cuenta justificativa para preparar la auditoría correspondiente y la justificación de las subvenciones. Se reclaman las facturas pendientes de llegar, se ultiman pagos y se liquida con las diferentes subsedes y puntos de venta.
- ✓ También es en este momento cuando se redactan las memorias individuales que se presentarán a cada empresa patrocinadora, con recopilación de todos los elementos de comunicación y acciones personalizadas que se han llevado a cabo.
- ✓ La Dirección artística del festival trabaja todo el año en el diseño de la programación y en las negociaciones de futuras producciones.
- ✓ Coordinación y seguimiento del festival Notodofilm.fest.
- ✓ Preparación de la programación y materiales para el National Theatre Live.
- ✓ Programación del sistema de ventas del National Theatre Live i formación de los puntos de venta.

FEBRERO:

- ✓ Liderados por tiqueting, empezamos la revisión y purga de las bases de datos para evitar duplicados, actualizar cargos en empresas e instituciones, incorporación de nuevos clientes y replanteo de las segmentaciones. Esta tarea puede durar un par o tres de meses.

- ✓ La Dirección artística del festival trabaja todo el año en el diseño de la programación y en las negociaciones de futuras producciones
- ✓ Inicio del National Theatre Live en colaboración con el Truffaut. Gestión de la programación, de la venta de entradas y de las liquidaciones, elaboración de materiales para activar e incentivar la venta, elaboración de newsletters y otros contenidos, activación redes sociales.
- ✓ Revisión de los perfiles de compradores en base a los informes generados por comunicación.
- ✓ Mecenazgo comienza las visitas para la entrega de los informes personalizados y hacer una valoración individual del festival, recogiendo los inputs de las empresas que colaboran con el club de mecenazgo.

MARZO Y ABRIL

- ✓ Elaboración del plan de comunicación del festival: determinación de los objetivos de parte de la Dirección Artística y establecimiento del plan de acciones.
- ✓ La Dirección artística del festival sigue trabajando en el diseño de la programación y en les negociaciones de futuras producciones
- ✓ Tiqueting propone mejoras procedimentales, paquetes de venta diferentes, revisión de descuentos, precios.
- ✓ Continúa el National Theatre Live y el Notodofilm.
- ✓ Producción empieza las gestiones con compañías y artistas indicados por dirección artística, se piden cachés y técnica analiza las necesidades técnicas de material y su viabilidad teniendo en cuenta los espacios del festival.
- ✓ Comunicación empieza el trabajo para la adaptación del diseño del festival al nuevo cartel.
- ✓ Comienzan las negociaciones con espacios y subsedes del festival.
- ✓ Definimos presupuestos.
- ✓ Seguimiento de las cuentas justificativas enviadas.

- ✓ Mecenazgo está haciendo reuniones de renovación y prospección de nuevas empresas.
- ✓ Encuentro con proveedores y negociaciones económicas.
- ✓ Las diferentes áreas de trabajo hacen propuesta de incorporaciones de personal i se empiezan a definir calendarios i equipos.

MAYO Y JUNIO

- ✓ Se continua con las negociaciones con compañías y a finales de junio empieza a cerrarse la programación.
- ✓ Dirección artística determina los espectáculos que saldrán en venta anticipada.
- ✓ Producción integra los datos del festival al Marcato y empiezan los envíos de contratos para su negociación y signatura.
- ✓ Técnica visita los espacios con jefes técnicos de compañías para ver lo que se debe implementar en los espectáculos.
- ✓ Se ultima el cierre de las fichas técnicas a pesar de las dificultades teniendo en cuenta el volumen de estrenos que tiene el festival (hasta que las compañías llegan a Girona y se implementa la escenografía no se acaba de cerrar la técnica).
- ✓ A principios de mayo iniciamos la producción para la llamada del voluntariado: revisemos la casuística del año anterior, las encuestas contestadas por los voluntarios, hacemos calendario y determinamos contenidos de formación. Comunicación comienza campaña que acaba con la convocatoria de todos los inscritos en el Teatro de Salt. Cada año se inscriben entre 60-70 voluntarios.
- ✓ Comunicación empieza a preparar contenidos de la página web, del programa del festival y suplemento de La Vanguardia.

- ✓ Mecenazgo continúa con la ronda de visitas y las negociaciones con proveedores y empresas para el intercambio de productos por actividades relacionadas con las post-funciones, regalos de compañía, estrenos, etc .
- ✓ Salen a la venta algunos espectáculos y se inicia la campaña de prensa y comunicación asociada.
- ✓ Finaliza el ciclo National Theatre Live.
- ✓ Celebración de la gala y selección de los 5 finalistas que vendrán al festival con el Notodofilm.
- ✓ Este año 2018 se presenta el festival a Paris.
- ✓ Reunions Pyrenart en Zaragoza y Montpellier.

JULIO Y AGOSTO

- ✓ Cierre definitivo de la programación.
- ✓ Continuemos con la elaboración de contenidos y el resto de los materiales de comunicación (banderolas, mupis, anuncios en prensa, etc).
- ✓ Tiqueting, comunicación y mecenazgo ponen en común las contraprestaciones de El Club de mecenazgo.
- ✓ Incorporaciones del festival y períodos de formación.
- ✓ Estrategias de gestión de públicos.
- ✓ Planificación de la rueda de prensa y les diferentes presentaciones del festival.
- ✓ Definición estrategia de redes sociales.
- ✓ Período de formación del personal de taquilla de los diferentes espacios y subsedes...
- ✓ El equipo artístico explica la programación a los equipos de trabajo, taquilla, personal de sala. Con especial atención al personal de comunicación quien debe trabajar los contenidos en función del espectáculo.
- ✓ Preparación de la rueda de prensa de inicio de festival que se celebra a finales de agosto.
- ✓ Celebración del acto de entrega del programa a los mecenes i agradecimientos.

- ✓ Distribución del programa del festival.
- ✓ Cierre de todos los contratos.
- ✓ Asistencia a diferentes festivales con especial atención a Avignon, por el mercado que representa para Temporada Alta.
- ✓ Reunió Pyrenart a Avignon.

SEPTIEMBRE

- ✓ Preparación de la venta preferente con comunicación, tiqueting y mecenazgo.
- ✓ Formación del personal que se incorpora a la venta estos días en el call center.
- ✓ Preparación de los equipos informáticos y tecnológicos del festival.
- ✓ Visitas a espacios para verificar las condiciones técnicas necesarias para la venta de entrada y accesos a espectáculos.
- ✓ Preparación de la venta intensiva y formación de taquilleros y taquilleras.
- ✓ Distribución del programa.
- ✓ Colocación de banderolas y otros elementos de señalética exterior.
- ✓ Presentación de la programación de diferentes colectivos: bibliotecas, institutos, El Club, entre otros
- ✓ Explicación de la programación a los voluntarios.
- ✓ Organización de una jornada especial de venta a mediados de mes de septiembre.
- ✓ Celebración de diferentes actos de mecenazgo.
- ✓ Presentación del Festival a Madrid con periodistas e integrantes de consultas y embajadas de países representados en el festival.
- ✓ Primeras residencias.
- ✓ Visitas de los voluntarios a los espacios.
- ✓ Diferentes visitas técnicas.
- ✓ Lanzamiento del suplemento de La Vanguardia.
- ✓ Inicio de ruedas de prensa individualizadas por espectáculos
- ✓ Elaboración de programas de mano.

OCTUBRE, NOVIEMBRE Y DICIEMBRE

- ✓ Estrena de Temporada Alta Y desarrollo del Festival con todo lo que comporta para todas las áreas de trabajo de Bitò.

- ✓ Cuando finaliza diciembre, preparación de la rueda de prensa de cierre donde están involucrados todos los equipos de trabajo para la recogida de datos que se presentaran a los periodistas.
- ✓ Campaña en prensa y en diferentes soportes de comunicación con cifras de cierre y agradecimientos.
- ✓ Elaboración y recogida de informes de todos los que de una manera u otra han trabajado o colaborado con el festival.
- ✓ Reunión de cierre general donde se pone en común todo lo que no ha funcionado.
- ✓ Cierre del período de colaboración con los voluntarios y celebración de sesiones correspondientes.
- ✓ Celebración del acto de cierre orientado al club de mecenazgo.
- ✓ Se ultiman pagos y se empieza a preparar la cuenta justificativa.

8- OTROS GASTOS

Son gastos directos del festival que no se incluyen en los otros apartados del presupuesto. Algunos ejemplos serían los seguros de voluntarios, las que pueden tener lugar para asegurar espectáculos o actividades de calle en caso de lluvia, presentaciones del festival, desarrollo de estudios, consultorías para proyectos europeos donde participa Temporada Alta.

9- ACCIÓN COMERCIAL

Son los gastos derivados de la captación de mecenazgo o ligadas al Club de mecenazgo como presentación de la programación, acciones post-función, eventos dirigidos a patrocinadores, acto de clausura al final del festival, entre otros.

10- COMISSION VENTA ENTRADAS

Son los gastos de tiqueting generadas por la venta de las entradas (con carácter general, pero con alguna excepción, es de 1€ por entrada y el 2% del volumen total de ventas y están asociadas al coste de la plataforma de venta que se utiliza para el festival.

11- COMISSIONES BANCARIAS

Son las generadas por los pagos hechos a las compañías, sobre todo las de carácter internacional, emisión de recibos a los mecenas y mantenimiento de los tpyv bancarios asociados a la venta de las entradas del festival.

12-GASTOS DE PRODUCCIÓN TA

Temporada Alta es un festival que no solamente exhibe si no que, como el resto de principales festivales europeos, tiene una línea de producción propia.

Producir significa, entre otros:

- Elección de los espectáculos (textos), directores, reparto y resto de personal técnico.
- Elección de escenografía.
- Gestión de los derechos de autor.
- Búsqueda de coproductores.
- Búsqueda y reserva de espacios de ensayo.
- Gestión de la compañía.
- Etc.

En este apartado se incluye los gastos como retribuciones de dirección, actores y personal artístico y técnico; diseño y creación de la escenografía; diseño y creación del vestuario; diseño de luces y sonido; dietas y desplazamientos de la compañía; utilería; compra y alquiler de materiales técnicos; etc.

13- APORTACIÓN A LA PRODUCCIÓN

La coproducción es una práctica habitual en el sector teatral y cinematográfico nacional e internacional, la cual consiste en aportar una cantidad de dinero a una compañía para que pueda llevar a cabo o mejorar un espectáculo que ha producido pero que aún se ha de estrenar. O en otros casos, además, se lleva la producción ejecutiva (se elige el reparto, los equipos técnicos, la sala de ensayo, la escenografía, el diseño de luz y sonido, el vestuario...).

La selección de estos espectáculos responde a criterios artísticos, teniendo en cuenta que el sello Temporada Alta los ayuda en la búsqueda de giras posteriores.

ORGANIGRAMA



EMPRESAS CON VINCULACIÓN

La compañía mantiene vinculación con las personas o entidades que se indican a continuación, les que prestan los servicios que indican en el festival Temporada Alta:

- **Cent un mil dinou, produccions i serveis Tècnics SL**

Domicilio: c/ Sèquia, número 5, 1er 4a, 17001, Girona

CIF: B17930587

Se mantiene vinculación por razón de participación (coincidencia parcial de socios) y de unidad de dirección (coincidencia parcial de administradores).

La sociedad vinculada presta a la compañía, en el marco del Festival Temporada Alta, servicios de ticketing y de arrendamiento de material técnico por importe inicialmente presupuestado de 19.000 €. El presupuesto de dichos servicios representa un porcentaje del 1,05% sobre el presupuesto global del Festival.

- **Ubud produccions SL**

Domicilio: c/ Ronda del puig, número 6, 17834, Porqueres

CIF: B55100416

Se mantiene vinculación por razón de participación (coincidencia parcial de socios) y de unidad de dirección (coincidencia parcial de administradores).

La sociedad vinculada presta a la compañía, en el marco del Festival Temporada Alta, servicios de dirección técnica por un importe total presupuestado de 9.845 €. El presupuesto global de los mencionados servicios representa un porcentaje del 0,5% sobre el presupuesto global del Festival.

- **Nanouk films SL**

Domicili: c/ Còrsega, número, 236, principal, 0836, Barcelona

CIF: B62855879

Es manté vinculació per raó de parentiu entre socis.

La sociedad vinculada presta a la compañía, en el marco del Festival Temporada Alta, servicios profesionales de publicidad e imagen por un importe total presupuestado de 20.000 €. El presupuesto global de los mencionados servicios representa un porcentaje del 1,1% sobre el presupuesto global del Festival.