

BILANCIO SOCIALE 2021
cooperativa teatroBlu onlus

ANNO 2021

Introduzione

Il bilancio sociale 2021 offre informazioni sull'andamento della attività della cooperativa svolta nel corso dell'anno.

Lettera del presidente

La cooperativa teatroBlu desidera mettere a disposizione di tutte le persone interessate il proprio bilancio sociale perché vuole così condividere il racconto del proprio lavoro culturale e delle necessità che lo motivano. Il nostro intento è quello di narrare il nostro lavoro e spiegare come è stato impostato nel 2021. È stato un anno di ripresa delle attività con il pubblico in presenza, che ha potuto partecipare alle nostre attività da maggio in poi. Nel periodo invernale, essendo ancora i teatri chiusi a causa della pandemia, la nostra cooperativa ha continuato a proporre attività culturali cercando di trasformare questa situazione avversa in una sfida che si potesse superare e allo stesso tempo ci permettesse di crescere e non fermarci. Possiamo considerare anche questo 2021 un anno particolare e complesso ma che ci ha regalato una grande soddisfazione nella risposta del pubblico che ha saputo seguire con interesse le nostre attività: sia nella loro forma più consolidata e tradizionale delle proposte dal vivo, sia in quella più contemporanea e innovativa, e figlia delle nuove tecnologie, delle proposte digitali.

In quest'ultimo anno infatti abbiamo rafforzato la nostra proposta orientandola con interesse anche verso le nuove tecnologie, che oramai sono diventate una parte indispensabile e contemporanea della produzione culturale. Come sempre vogliamo anche fare un sincero ringraziamento al pubblico che continua a partecipare con entusiasmo e curiosità. Un ringraziamento anche a tutti i soci e a tutti i sostenitori che con la loro presenza e condivisione sostengono la nostra attività culturale e sociale.

Nicola Benussi

presidente e legale rappresentante

Nota metodologica

Il Bilancio 2021 della cooperativa teatroBlu è stato redatto attraverso la raccolta di dati sulle attività svolte e sui loro risultati. I dati presentati fanno riferimento alla stagione 2021 e sono dati che sono stati parzialmente influenzati dalla situazione di pandemia covid che ha influenzato la nostra attività nei primi mesi dell'anno. Dal bilancio sociale risulta che l'andamento dell'attività della cooperativa ha un risultato positivo dovuto alla capacità della cooperativa ad adattarsi - con nuove proposte ma anche con il mantenimento e lo sviluppo delle attività consolidate negli anni - alla situazione che abbiamo attraversato. Il bilancio sociale è stato redatto da Nicola Benussi, legale rappresentante, con la collaborazione dei soci per la raccolta di dati e anche con le informazioni fornite dalla lega Cooperative Coopbund e da Coopservizi. Il bilancio è stato esaminato e approvato dal Cda che ha approvato il bilancio economico e finanziario ed è stato in seguito approvato dall'Assemblea dei soci.

Identità

Ragione sociale: società cooperativa Onlus

Partita I.V.A.: 01677570218 C.F: 01677570218

Forma giuridica: Cooperativa sociale di tipo A

Settore legacoop: sociale

Anno di costituzione: 1998

Associazione di rappresentanza: Legacoopbund Alto-Adige

Attività di interesse generale ex art. 2 del D.L.gs. 112/2017:

- attività teatrali e musicali e video
- attività nel campo della recitazione
- rappresentazioni artistiche
- alta formazione culturale

Descrizione attività

La cooperativa svolge attività di organizzazione di rassegne di spettacoli teatrali per i giovani e le famiglie e per gli adulti. È impegnata anche nella produzione di spettacoli teatrali sia per il pubblico tout court sia per il pubblico interessato a progetti più sperimentali. Promuove anche attività di formazione attraverso la proposta di corsi di formazione teatrale. Le attività si rivolgono a un pubblico dai diversi interessi e composto da tutte le fasce di età dai bambini agli adulti. Nella scelta della programmazione degli spettacoli e dei diversi progetti tiene conto delle esigenze culturali del territorio cercando di proporre temi che possano toccare gli interessi culturali di differenti fruitori.

Principale attività svolta da statuto di tipo A

Per il raggiungimento dello scopo sociale al fine di contribuire alla promozione umana e all'integrazione sociale la cooperativa svolge le seguenti attività: sviluppo delle arti dello spettacolo e di animazione con particolare riferimento al settore teatrale destinato all'infanzia, ai giovani e adolescenti e agli adulti. Con questo fine svolge l'attività di organizzazione, promozione e allestimento di spettacoli teatrali e realizzazioni artistiche e culturali in genere. Realizzazione di video, cortometraggi, in particolare tramite lo studio e la pratica di nuove modalità organizzative, formali e strutturali. Inoltre si occupa di organizzazione di attività didattica, di laboratorio e di animazione, svolgimento e promozione di altre iniziative collaterali sul piano

culturale, di ricerca ed educative, in particolare riferimento al video, alla musica, alle arti figurative e alle lettere e alla cultura locale.

Aspetti socioeconomici di riferimento relativi all'apertura della cooperativa.

La cooperativa ha scelto di operare a Bolzano perché ai tempi della sua fondazione sentivamo la mancanza di una realtà culturale che potesse proporre attività legate al mondo dello spettacolo che fossero vicine alle nuove esigenze che si stavano esprimendo. Sia per quanto riguarda l'attività di spettacoli rivolti alle famiglie che per quanto concerne la formazione l'offerta presente era abbastanza limitata; per cui l'idea iniziale è stata quella di cercare sviluppare un percorso culturale e artistico che potesse soddisfare la crescente richiesta di prodotti culturali da parte del territorio. In questi ultimi anni l'offerta culturale nella nostra regione è cresciuta in modo esponenziale e allo stesso tempo è cresciuta anche la richiesta da parte del pubblico, che è diventata più raffinata e variegata; un bisogno di cultura al quale cerchiamo di rispondere con i nostri progetti e le nostre proposte.

Regione: Trentino-alto-Adige

Provincia: Provincia di Bolzano

Indirizzo sede legale: Bolzano

Via: vicolo Wenter 2

C.A.P.:39100

Regione: Alto-Adige

Provincia: Bolzano

Comune: Bolzano

Telefono: 3358133551

e.mail: info@teatroblu.net

Sito Internet: www.compagniateatroblu.net

FB: [compagniateatroblu](https://www.facebook.com/compagniateatroblu)

Instagram: [compagniateatroblu](https://www.instagram.com/compagniateatroblu)

Storia dell'organizzazione

La cooperativa teatroBlu è una cooperativa teatrale che opera dal 1998 e ha come sede di riferimento Bolzano. La cooperativa è nata anche per creare una realtà in cui diversi artisti che operano nella nostra provincia, ma anche fuori, potessero trovare un'organizzazione con la quale condividere le proprie esperienze. L'idea che ha sempre perseguito è quella di essere una realtà culturale aperta alla cultura in genere e propensa allo sviluppo di progetti di carattere teatrale, musicale e di danza contemporanea, produzioni video, conferenze spettacolo, da ideare, sviluppare e offrire al pubblico. Dagli inizi del 2000 è ente residente al teatro Cristallo di Bolzano in cui propone una buona parte delle sue attività.

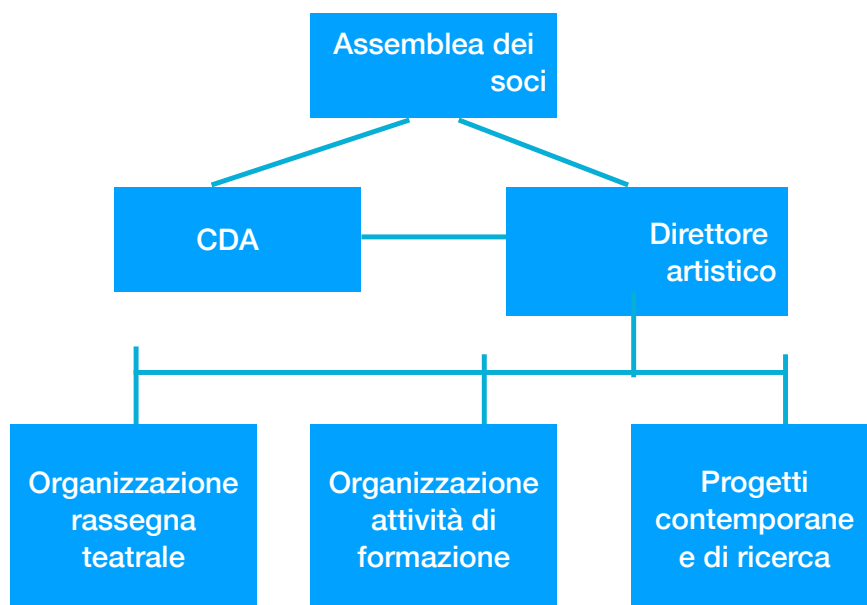
Mission, finalità, valori e principi della cooperativa

La cooperativa teatroBlu è una società cooperativa onlus senza fini di lucro che sviluppa e propone progetti culturali, soprattutto legati alla cultura teatrale ma non solo. L'obiettivo è quello di utilizzare le possibilità che il teatro offre nel creare momenti di aggregazione e di crescita personale. Infatti il teatro proprio per la sua specificità di forma culturale ha la potenzialità di essere utile a tutte le fasce del pubblico e in differenti modi. Per questo motivo la linea di lavoro artistico che seguiamo si sviluppa sia nella direzione di promuovere un teatro da vedere e da godere, come le - rassegne teatrali, le produzioni di spettacoli; sia nella direzione di offrire occasioni in cui i cittadini possono sentirsi protagonisti del teatro, partecipando a attività in cui è fondamentale il coinvolgimento personale: - laboratori, incontri di formazione alle pratiche del teatro, per tutte le età. Inoltre crediamo che sia importante proporre, attraverso le modalità proprie del teatro, progetti culturali che riguardino la nostra città proponendo attività di teatro di ricerca che si sviluppino attraverso la realizzazione di spettacoli più sperimentali - tutto ciò con l'obiettivo di riuscire a coinvolgere tutti i generi di pubblico. Continuiamo a credere che la cultura debba essere un bene comune e possa essere fruita da tutti e per questa ragione pratichiamo da sempre delle politiche di prezzo popolare in modo che nessuno si senta escluso per ragioni economiche. Nella scelta della attività cerchiamo di rispondere sia alle esigenze espresse dal territorio - che sono analizzate attraverso il metodo dell'intervista e della analisi dei dati sociali e culturali sulle attività presenti in provincia - sia alla necessità di arrivare anche al pubblico che non risiede nella nostra provincia attraverso la realizzazione di progetti presentati nei canali digitali o con spettacoli rappresentati in altre regioni.

Governance

L'organizzazione - la cooperativa è costituita da una Assemblea dei soci - un Consiglio di Amministrazione - un direttore Artistico. L'organizzazione è strutturata in incontri progettuali sulle attività preventivate in cui ci si confronta sulle modalità di realizzazione dei vari progetti culturali su cui si vuole concentrare l'attività per ogni stagione teatrale.

Organigramma



Responsabilità e composizione del sistema di governo Assemblea dei soci

L'attività della cooperativa teatroBlu si realizza attraverso i suoi organi: L'Assemblea dei soci e il Consiglio di Amministrazione.

Le competenze dell'assemblea dei soci sono: approvare il rendiconto economico e finanziario il bilancio consuntivo di esercizio; approvare la relazione sulla attività programmata; deliberare sulle scelte artistiche e organizzative; deliberare su ogni argomento posto dal Cda

Responsabilità e composizione del sistema di governo il Cda

Il consiglio direttivo viene eletto dalla assemblea dei soci ed è composto da tre membri: presidente, vice presidente, consigliera. Il consiglio direttivo resta in carica tre anni, i suoi componenti sono rieleggibili e non percepiscono compensi per l'attività nel Cda.

Le attività sono: approvazione delle proposte del bilancio consuntivo da presentare alla assemblea dei soci per l'approvazione; gestione generale della cooperativa, il governo delle attività statuarie e cura dei loro adempimenti, decisioni in merito alle attività e alla programmazione secondo le linee dell'assemblea; cura dell'ordinaria amministrazione; analisi dei costi di programmazione e attività culturale che vengono preventivati.

Presidente e legale rappresentante in carica	
Nome e Cognome	Nicola Benussi
Carica Ricoperta	Presidente e legale rappresentante
Data prima nomina	20/06/1998
Periodo in carica	dal 1998

CDA	nomina	Mandato	da 20 a 40	da 30 a 65	n.	F	M
Nicola Benussi presidente cda	14/05/2018	1°		x	IT		x
Stefano Uvietta vice pres. cda	14/05/2018	1°		x	IT		x
Ginevra Benussi consigliera cda	14/05/2018	1°	x		IT	x	

Nell'anno 2021 il Cda si è riunito 13 volte: 13/02/2021, 15/02/2021, 02/04/2021, 10/05/2021, 01/07/2021, 11/07/2021, 21/07/2021, 01/10/2021, 19/10/2021, 08/11/2021, 08/12/2021, 10/12/2021, 12/12/2021.

Partecipazione

La vita associativa gode di diversi incontri tra i soci, anche al di fuori delle assemblee, anche perché sono interessati alla realizzazione delle attività culturali programmate.

I soci sono 9 di cui 4 Donne e 5 Uomini.

Numero aventi diritto al voto: 9

Nell'anno 2021 l'assemblea dei soci si è riunita 4 volte - 14/06/2021, 20/07/2021, 20/10/2021, 15/12/2021.

La partecipazione dei soci alle assemblee è stata di 8 soci per ogni assemblea, indice di partecipazione del 90%.

Mappa degli Stakeholder

Mappatura dei principali stakeholder:



Sociale: Persone, Obiettivi e Attività

Sviluppo e valorizzazione dei soci

I vantaggi a essere socio

La cooperativa offre alcuni vantaggi agli associati: partecipare secondo le proprie disponibilità all'organizzazione culturale, all'ideazione degli eventi da creare e proporre, sentirsi parte di un organismo vivo che intende favorire la partecipazione personale allo sviluppo della società e al suo miglioramento. I soci possono anche partecipare liberamente alle attività proposte dalla cooperativa come corsi di formazione o eventi-spettacoli-conferenze.

Numero e tipologia soci

Nel 2021 i soci della cooperativa erano 9. Di questi 9 soci sette sono i soci ordinari e due i soci volontari. Nella cooperativa non sono presenti soci sovventori né soci con partecipazione o finanziatori e nessun altro tipo di socio. Il totale dei soci è 9.

Focus Tipologia Soci

Dei soci presenti i soci lavoratori sono tre, non ci sono soci svantaggiati e non ci sono soci persone giuridiche.

Focus Soci persone fisiche

Dei soci presenti nella cooperativa 8 sono laureati e 1 ha il diploma di scuola media superiore - per una percentuale del 90% laureati e 10 % non laureati.

I soci maschi sono 5 e i le socie femmine sono 4 - per una percentuale di 55% soci maschi e 45% socie femmine. Tre soci hanno un'età compresa fino ai 30 anni, cinque soci hanno un'età compresa fino ai 60 anni e 1 socio è oltre i 60 anni di età. Tutti i soci sono di nazionalità italiana. Percentuale età fino ai 30 anni 30% - soci fino ai 60 anni 60% - soci oltre i 60 anni 10%.

Anzianità associativa

Per quanto concerne l'anzianità associativa 4 soci sono in cooperativa dalla sua fondazione e quindi da oltre 20 anni mentre - 5 soci fanno parte della cooperativa da 6 anni

Occupazione: sviluppo e valorizzazione dei lavoratori

Numero occupati

Per quanto concerne l'aspetto della occupazione attualmente nella cooperativa Nel 2021 hanno lavorato tre soci con contratto cococo, altri soci hanno collaborato alla attività con contratto a progetto. Occupati Femmine: 2 - Occupati maschi: 1. L'età compresa tra i 20 e i 60 anni. Tutti gli occupati hanno la laurea e sono di nazionalità italiana.

Volontari e tirocinanti (svantaggiati e non)

Nel 2021 non abbiamo avuto attività volontaria svolta da soci o non soci della cooperativa.

Tipologia di contratti applicati

Nel 2021 hanno lavorato nella cooperativa cinque soci con contratto di collaborazione continuativa e a progetto. Retribuzione annua lorda massima 38641,00 - la retribuzione annua lorda minima 5447,00. Per l'attività del legale rappresentate nelle sue funzioni di legale rappresentante non è stato previsto alcuno compenso.

Turnover

Nel corso del 2021 non sono entrati nuovi soci e non è uscito nessuno dei soci presenti, quindi l'organico medio è sempre di 9 persone.

Nell'anno 2021 non si sono verificati infortuni sul lavoro ne ci sono stati contenziosi in materia di salute e sicurezza ne in materia di lavoro.

Formazione

Nel 2021 da alcuni soci sono state frequentate le seguenti attività di aggiornamento:

- Corso SEO Online

A cura di Posizionamento motori di ricerca,

Focus: seo on site, se on page, Wordpress, creazione contenuti di valore, link building, link earning, social, analytics e webmaster tools, seo avanzata, fb ads.

- Copy Master

A cura di Marketers Academy,

Focus: comprensione del target, branding & copywriting, creazione della community, tecniche di copywriting, sales page (headline, sub-headline, etc), conversioni-

- YouTube Start

A cura di Marketers Academy,

Focus: mindset, creazione struttura solida, YouTube seo.

Qualità dei servizi

Iniziative descrizione

Nel 2021 abbiamo organizzato differenti iniziative:

Organizzazione Rassegna di teatro 'Il teatro è dei Bambini' - periodo gennaio marzo 2021(sospesa per chiusura teatro)

- Attività On line nel periodo covid
- Rassegna di teatro 'Il teatro è dei Bambini' - periodo ottobre dicembre 2021.
- Nuova produzione di teatro per le famiglie: Fratellino Sorellina
- Nuova produzione: spettacolo di teatro per tutti: Dante MarketPlace
- Ripresa produzione anno precedente: Forse che sì Forse che no
- Corsi di teatro: Bimbi in scena per bambini e Teatro in gioco
- Corsi di teatro: Facciamo finta di...
- Corsi di teatro: On Stage per ragazzi
- Corsi di teatro: Cani randagi per giovani e adulti
- Corso di teatro danza: Controcorrente

Per l'offerta di spettacolo dal vivo abbiamo cercato di raggiungere i seguenti obiettivi che possono determinare i criteri qualitativi:

- promozione della qualificazione professionale degli operatori coinvolti (artistici e amministrativi);
- realizzazione attività culturali innovative che permettono la partecipazione attiva e diretta della cittadinanza

-
- promozione di proposte culturali sviluppate in provincia di Bolzano e suscettibili di circuitazione;
 - sviluppo della creatività, con particolare attenzione alle giovani generazioni;
 - ricerca di nuovo pubblico attraverso azioni mirate o strategie di medio-lungo periodo;
 - l'incentivazione dell'occupazione giovanile;
 - collaborazione con istituzioni culturali qualificate o con altri enti e associazioni del territorio;
 - nuove produzioni che hanno previsto l'uso di diversi linguaggi espressivi;
 - produzioni che hanno attinto ad un repertorio contemporaneo;
 - produzioni che hanno previsto la sinergia con altri settori (turismo, beni culturali, istruzione) al fine di sviluppare strumenti di comunicazione destinati ad attrarre nuovo pubblico;
 - produzioni che sono state rivolte alle generazioni più giovani, a fasce di pubblico non abituali o residenti in aree urbane periferiche;
 - produzioni che hanno puntato anche a una logica di riequilibrio territoriale;
 - iniziative mirate alla formazione del pubblico;
 - produzioni che hanno sostenuto la domanda attraverso modalità, sedi e orari non tradizionali;
 - proposta di attività finalizzate a favorire la crescita di nuovi artisti e artiste;
 - favorire la durata delle produzioni, promuovendone le riprese e gli sbocchi nell'industria culturale, anche nel settore video;
 - produzioni che prevedono un sistema ticketing diversificato, destinato a giovani, anziani, famiglie, non residenti
 - realizzazione di iniziative formative e promozionali per il pubblico al fine di fornire a spettatrici e spettatori, da una parte, occasioni e strumenti di crescita delle proprie capacità critiche, agevolando la fruizione dei diversi linguaggi della scena.

Nel 2021 la nostra attività si è diversificata in due direzioni che si sono succedute l'una all'altra, e ora si intrecciano per creare una maggiore completezza della nostra offerta culturale. Nel primi mesi dell'anno, essendo ancora in vigore la chiusura dei teatri e quindi l'impossibilità di svolgere una programmazione che permettesse una partecipazione del pubblico dal vivo, abbiamo ampliato la nostra attività sui canali digitali. Nello stesso periodo abbiamo lavorato sulle nostre nuove produzioni in

previsione della loro messinscena alla riapertura dei teatri. Nella seconda parte di stagione, che identifichiamo con la riapertura dei teatri e della possibilità di realizzare le attività con la presenza del pubblico abbiamo proposto diversi progetti sia di messinscena che di formazione. In collegamento con la direzione intrapresa negli anni precedenti abbiamo continuato a incentivare le proposte dedicate al pubblico dei giovani e delle famiglie, senza dimenticare però le altre fasce di pubblico. Abbiamo operato concentrandoci su una diversificazione ragionata delle proposte, in modo da raggiungere e interessare le diverse fasce di età del pubblico e andare incontro a richieste espresse soprattutto dal pubblico dei giovani e delle famiglie. Sono anche continuate le collaborazioni con artisti e organizzatori che operano anche in altre realtà culturali presenti nel territorio, da quelle con l'associazione Cristallo a quelle con Musica Blu e la Quinta danza e con altri artisti locali.

L'obiettivo che ci siamo prefissi è stato quello di dare continuità alla rassegna di teatro per le famiglie che abbiamo impostato e realizzato in questa stagione di teatro, e sviluppare le diverse attività dedicate alla propedeutica e alla formazione del pubblico, inoltre abbiamo dedicato molte energie a ampliare e sviluppare la nostra attività culturale sui canali digitali: sia per quanto riguarda le proposte culturali che per le varie strategie di comunicazione messe in atto in questi mesi.

In questo modo abbiamo cercato dare continuità agli obiettivi raggiunti con i progetti precedenti in cui si prevedeva la necessità di mantenere l'offerta di laboratori di teatro per i bambini e e altre attività specifiche come: la creazione di nuove produzioni teatrali e l'ideazione di progetti che permettano una maggiore partecipazione del pubblico, soprattutto negli eventi all'aperto.

Lo scopo è stato sempre quello di pensare che il teatro nella sua formula di teatro per le famiglie e per i giovani e gli adulti può essere un veicolo che trasformi il frequentatore delle varie attività in uno spettatore attivo. L'attività complessiva è stata anche orientata nel trovare chiari punti di contatto con le linee strategiche proposte dall'Ente Gestore Associazione Cristallo e dell'Assessorato alla Cultura della Provincia di Bolzano.

Il nostro progetto prevede, tra gli altri temi, un particolare riferimento ai seguenti punti:

- educazione alla cittadinanza attiva: rassegna teatrale e progetti di propedeutica
- collegamento con la realtà cooperativistica e ricerca di sinergie nel settore delle cooperative culturali e sociali: produzioni teatrali

- partecipazione delle nuove generazioni ai processi culturali - giovani protagonisti dei processi culturali e protagonisti al servizio del territorio: progetti di formazione, progetti di produzione.

Attività dalla riapertura dei teatri

Teatro all'aperto: produzione spettacolo Fratellino Sorellina

Alla possibilità di riprendere a proporre iniziative culturali con la presenza del pubblico abbiamo risposto promuovendo e organizzando le rappresentazioni della nostra ultima produzione: Fratellino Sorellina. Lo spettacolo è stato rappresentato nel periodo agosto - settembre nei seguenti luoghi: Parco dei Cappuccini, Teatro Cristallo, Parco delle Semirurali. Questa nuova ultima produzione è parte del genere Teatro-pop, una nuova forma teatrale che stiamo sperimentando in questi ultimi anni in cui convivono diversi generi della messinscena - la narrazione - la danza - la musica. L'obiettivo è stato quello di realizzare uno spettacolo di intrattenimento che potesse arrivare a qualsiasi tipo di pubblico, e soprattutto a quello delle famiglie, usando un linguaggio semplice, ma allo stesso tempo poetico e narrativo, e una forma di racconto per immagini create dai movimenti dei corpi che fossero allo stesso tempo affascinanti e accattivanti. Il risultato di queste rappresentazioni all'aperto è stato positivo - ogni rappresentazione ha avuto il tutto esaurito - e abbiamo anche rispettato la direttiva anti-covid del numero massimo di spettatori stabilito dalle indicazioni fornite dal comune di Bolzano per quanto riguarda la rappresentazione di spettacoli all'aperto.

Rassegna teatrale il Teatro è dei Bambini

La rassegna 'Il teatro è dei Bambini' è ripresa il 9 ottobre con la rappresentazione dello spettacolo: Il piccolo Clown - della compagnia teatro dei Somari; i posti disponibili per lo spettacolo erano la metà della capienza del teatro e sono stati tutti esauriti. Il secondo spettacolo rappresentato è stato lo spettacolo di teatro narrazione: Forse che sì forse che no, una ripresa della nostra produzione dell'anno precedente, realizzata anche con l'intento di cercare di proporre le produzioni anche negli anni successivi. Anche questa seconda proposta ha avuto una buona affluenza di pubblico che è aumentato rispetto allo spettacolo di apertura, denotando una tendenza alla crescita del pubblico che speriamo sarà confermata anche nei prossimi spettacoli. Il terzo spettacolo è stato Pippi Calzelunghe e il quarto la nostra

produzione Forse che sì forse che no, entrambi gli spettacoli hanno registrato una buona affluenza di pubblico.

Come sempre la rassegna il Teatro è dei Bambini si identifica nell'idea di offrire uno sguardo a tutto tondo sul genere del teatro per le famiglie, proponendo spettacoli realizzati con tecniche differenti e originali, nel tentativo di costruire una stagione che possa offrire al pubblico la possibilità di conoscere e fruire di questo tipo di spettacolo vedendolo nelle sue diverse forme espressive e artistiche. In questo modo ci siamo orientati nella direzione della formazione dello spettatore, bambino e adulto, promuovendo la sperimentazione e la conoscenza del teatro per le famiglie proposto sia nelle sue forme più conosciute e riconoscibili che in quelle meno conosciute, ma non per questo meno affascinanti.

Attività presidiate ex attività di interesse generale art.2 del decreto legislativo n112/2017

Organizzazione e gestione attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura e della pratica del volontariato, e delle attività di interesse generale di cui al presente articolo. A seguire i dati di presenza per l'anno 2021 della nostra attività al teatro Cristallo e nella sala Giuliani dello stesso, che è il teatro in cui abbiamo la residenza e le attività svolte all'aperto nelle piazze della città. Come si può notare a causa della chiusura del teatro nel periodo gennaio marzo la quantità di attività svolta è stata limitata rispetto alle stagioni precedenti l'arrivo della pandemia.

Spettacoli e formazione presentati nella stagione teatrale:

ANNO 2021 UTILIZZO TEATRO E SALA CORSI											
	GEN	FEB	MAR	APR	MAG	GIU	SET	OTT	NOV	DIC	TOT
Spettacoli								2	1	1	4
Corsi								8	8	7	23

Spettacoli periodo ottobre dicembre 2021	in teatro	entrate
Il piccolo clown	X	209
Forse che sì Forse che no	X	220
Pippi Calzelunghe	X	430
Fratellino Sorellina	X	120

Spettacoli periodo ottobre dicembre 2021		in teatro	entrate
Spettacoli all'aperto		in piazza	
Fratellino Sorellina 1 replica (posti limitati causa covid)	1 replica	X	70
Fratellino Sorellina 2 replica (posti limitati causa covid)	2 replica	X	55
Fratellino Sorellina 3 replica (posti limitati causa covid)	3 replica	X	120
Dante Market Place 16/12/21	replica	X	180
Dante Market Place 17/12/21	replica	X	214
Dante Market Place 18/12/21	replica	X	209
Dante Market Place 19/12/21	replica	X	202
Tot			2029

L'attività che è parte di un forte interesse sociale è tutta l'attività che abbiamo proposto nella parte dell'offerta culturale riguardante i corsi teatrali. Nel corso del 2021 siamo riusciti a organizzare e proporre corsi di formazione per tutte le età dai bambini di 3 anni agli adulti - tutti i corsi avevano raggiunto il 100% di iscrizioni . A questa attività con il pubblico in presenza è stata anche affiancata tutta l'attività svolta sui canali digitali che verrà narrata nella sezione specifica.

Attività periodo ottobre dicembre 2021	iscritti	incontri	entrate complessive
Cani Randagi corso teatro adulti	46	18	396
On stage corso ragazzi 10-16	30	9	270
Facciamo finta di corso 3-5 anni	10	10	100
Bimbi in Scena corso 6-10 anni	18	10	180
controcorrente danza	12	10	120
Tot			1066

Attività sui canali digitali

Nell'anno 2021 l'attività sul web è stata incentrata su 3 piattaforme, usate alternativamente a seconda del periodo e dell'obiettivo. I social in questione, scelti

con l'obiettivo di arrivare a diverse tipologie di target dei pubblici, sono Facebook, Instagram e You Tube. Il lavoro svolto ha trovato il suo punto centrale nella ricerca di fidelizzare il pubblico e nella creazione di una community stabile e sempre più ampia. I contenuti hanno mirato a sviluppare principalmente tre punti, intrattenimento, informazione e comunicazione:

- Intrattenimento: coinvolgimento del pubblico, facendolo sentire più vicino alla compagnia, usando fotografia, storytelling, video, grafiche, testi;
- Informazione: news sul mondo del teatro e dello spettacolo, soprattutto durante il periodo di chiusura per Covid-19;
- Comunicazione: legata alla comunicazione delle attività della Compagnia.

Considerando che nella prima metà dell'anno (fino a giugno 2021) i teatri sono stati chiusi, l'attività digitale è stata strutturata adattandosi alle diverse esigenze. L'attività si è sviluppata su Facebook, Instagram, YouTube e si è avvalsa della Newsletter. La scelta di utilizzare queste piattaforme è dettata dalla volontà di proporre prodotti diversi a target diversi. Come sappiamo l'età media degli utenti Facebook è più alta di quelli di Instagram, mentre YouTube permette di produrre contenuti più lunghi realizzati appositamente per chi sceglie di passare del tempo sulla piattaforma. Concentrandoci su questi canali quindi abbiamo:

1. Creato e informato gli utenti Facebook con post ad hoc e rimandandoli alle altre piattaforme
2. Creato contenuti per Instagram mantenendo la relazione con i follower e rimandandoli alle altre piattaforme;
3. Realizzato video lunghi su YouTube proponendo prodotti di intrattenimento a lunga durata.

In questo modo i social sono stati connessi gli uni agli altri e si è creata una relazione fra le varie tipologie di contenuto.

Successivamente, da giugno in poi con la riapertura della possibilità di promuovere lo spettacolo dal vivo, la produzione dei contenuti si è ampliata, unendo a quelli precedenti anche l'informazione e creazione legata a corsi, spettacoli, performance e altre attività. È stato dato spazio anche ai contenuti delle proposte culturali realizzate "dal vivo", quindi micro video di backstage e spettacoli o racconti (fotografici o testuali) di ciò che è avvenuto in teatro o nelle piazze.

Facebook

Durante il primo periodo dell'anno, da gennaio a giugno 2021, le attività dal vivo sono state fermate, come ordinato dai Decreti Legge. Per questo motivo l'attività di è incentrata sul digitale.

Su Facebook il lavoro svolto è stato il seguente:

- Creazione di contenuti di intrattenimento, con fotografie o grafiche, caption apposite;
- Condivisione con annesso storytelling dei 3 progetti su YouTube: Chicchi di riso, Narr.A.rte - le opere d'arte in 2 min, Freedom - i Discorsi sulla libertà;
- Condivisione e creazione di contenuti legati alla analisi del periodo vissuto nel mondo teatrale: dalle chiusure teatrali alle novità ministeriali;
- Condivisione di contenuti interessanti di altri operanti nel mondo dell'arte.

Da giugno in poi, oltre al proseguo delle precedenti attività, si sono aggiunti:

- Creazione di contenuti fotografici e grafici per la promozione e la comunicazione delle attività della compagnia: i corsi teatrali (cani randagi, on stage, facciamo finta di..., contro corrente), della rassegna teatrale organizzata dalla Compagnia presso il Teatro Cristallo: Il teatro è dei bambini, e degli spettacoli organizzati nella Provincia di Bolzano e in altre città italiane: Fratellino Sorellina, Forse che sì Forse che no, Dante Market Place.
- Creazione di video realizzati appositamente per la comunicazione degli spettacoli: intrecciando danza, teatro e illustrazioni - oltre alla grafica e alla musica.

Il lavoro fatto in preparazione ai contenuti è legato sia alla costante informazione in merito alle programmazioni teatrali e collettive dei vari mesi, sia a una creazione grafica - fotografica ed estetica dei contenuti. Il tutto unito a uno studio della caption coinvolgente e chiara. La collaborazione è stata molteplice, ogni esperto si è occupato di un aspetto della produzione per arrivare alla fine con un prodotto completo.

I contenuti sono stati pubblicati secondo un piano editoriale precedentemente realizzato e studiato, concordato e approvato dalla direzione.

Il pubblico è cresciuto durante l'anno 2021, come si evince dai grafici estrapolati dagli insight dei social network allegati, la percentuale di copertura è aumentata del 92,6%.

Instagram

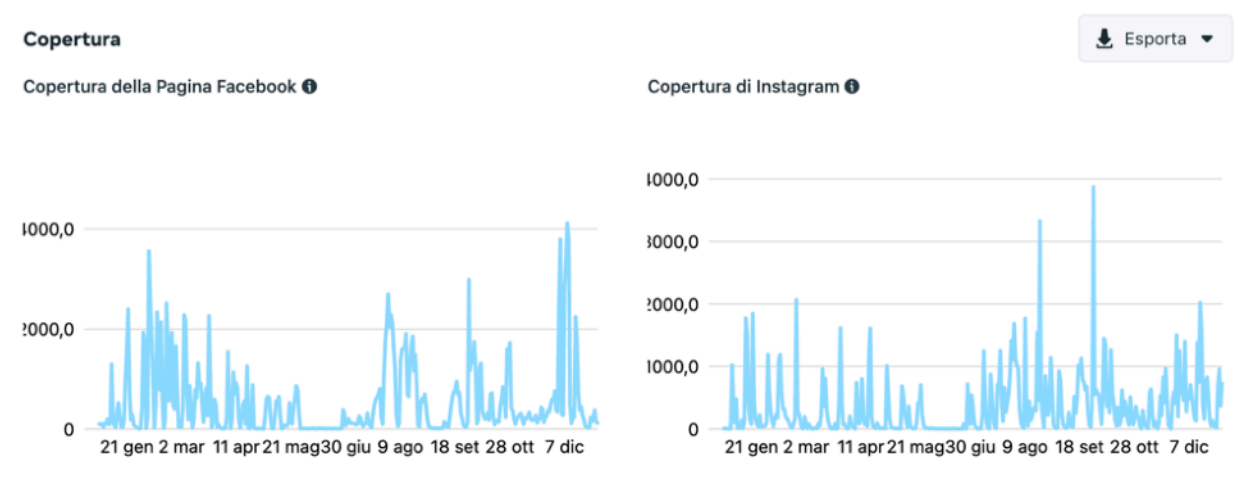
La strategia di content creation di Instagram si è intrecciata a quella con Facebook. Qui l'uso delle stories è stato quotidiano, per creare un coinvolgimento immediato nell'utente.

Troviamo quindi la realizzazione di:

- Post classici;
- Caroselli;
- Reels;
- Video;
- Stories.

I contenuti realizzati ad hoc sul feed sono stati dedicati all'intrattenimento e alla comunicazione: con fotografia, grafiche, video in modalità video o reels. Le stories invece sono state utilizzate sia per questi due aspetti sia per dare informazioni sull'attualità del mondo dello spettacolo.

La copertura di Instagram ha un'impronta più nazionale, come si evince dal grafico, mentre quella di Facebook è più regionale. Anche per questo motivo i contenuti prodotti sono studiati appositamente. La proposta digitale online su Facebook è focalizzata sul coinvolgere le persone della zona, mentre quella su Instagram va ad accrescere il personal branding della compagnia a livello nazionale. I social così costruiscono una comunicazione a 360°.



YouTube

Sul nostro canale YouTube ci siamo occupati esclusivamente di intrattenimento. Abbiamo continuato la produzione creativa e i video per i progetti:

- *Narr.A.rte - le opere d'arte in 2 min*: La condizione di chiusura dei teatri ci ha stimolati a trovare nuove forme di comunicazione teatrale, che potessero essere adatte ai canali digitali e quindi alla fruizione online. Abbiamo pensato di unire le nostre competenze nel campo del teatro con la nostra passione per l'arte, arrivando così a creare gli appuntamenti del progetto. Ogni puntata ci racconta l'arte dei più grandi artisti di sempre, usando la forma della narrazione teatrale, che attraverso la drammaturgia contemporanea e la sua interpretazione, vuole far entrare lo spettatore all'interno del quadro, coinvolgendolo e proponendogli uno sguardo sull'epoca, sul significato dell'opera e sulle intenzioni dell'artista. L'idea è quella di rendere il progetto agile e fruibile a tutti in qualsiasi momento e con il mezzo preferito. La risposta a Narr.A.rte è stata positiva, oltre ai feedback dati in privato, è stata richiesta una pubblicazione del progetto sulla rivista nazionale di cultura "Mediterraneo e Dintorni - Periodico di cultura, turismo, arti, eventi e società" (uscito a marzo 2021). Il lavoro nella creazione di questi video tocca vari punti: innanzitutto la scelta dell'opera, lo studio e la costruzione unica e personale di un testo che andasse a riassumere tutto ciò che l'opera vuole dire. Un secondo momento è dedicato alla preparazione tecnica e recitativa del brano. Infine una parte del lavoro si concentra sulla creazione e montaggio del video, la scelta e applicazione delle musica, e la pubblicazione strategica dello stesso.

I video prodotti sono 14: Eugene Delacroix - *La libertà che guida il popolo*, Edgar Degas - *La famiglia Bellelli*, Eugene Delacroix - *Donne in Algeri nei loro appartamenti*, Rembrandt - *La ronda di notte*, Francesco Hayez - *Il bacio*, Van Gogh - *Notte stellata*, Vermeer - *La ragazza con l'orecchino di perla*, Pablo Picasso - *Guernica*, Renoir - *Ballo al Moulin de la Galette*, Seurat - *Una domenica pomeriggio sull'isola della Grande Jatte*, Munch - *L'urlo*, Klimt - *Il bacio*, Millais - *Ophelia*, Degas - *La lezione di danza*, Dal - *La persistenza della memoria*;

- *Chicchi di riso*: Un progetto per le famiglie, dove i video consistono nel racconto di una fiaba o favola. Sempre andando nella direzione commistione delle forme artistiche: i video sono realizzati con una voce narrante che racconta le avventure dei protagonisti delle storie realizzati con l'antica tecnica delle figurine su nero. Il progetto ha voluto sviluppare la relazione con pubblico delle famiglie che ci segue. Inoltre, i video realizzati hanno anche una componente sociale e di formazione: per

esempio il video *L'orso e il panda* affronta il tema dell'insegnamento e di come ogni bambino ha una sua peculiarità e intelligenza. Un altro esempio invece è *L'orso bianco e la foca*, che parla della problematica ambientale dello scioglimento dei ghiacci per il surriscaldamento globale.

I video prodotti nel corso del 2021 sono stati 13: *La rana e il maiale, Il lupo e il coniglietto, La mamma e le bambine, La chiocciola e il canarino, La bambina addormentata, L'orso bianco e la foca, L'elefante la scimmia e il cammello, Il coccodrillo smemorato, Le scarpette magiche, L'orso e il panda, Lo squalo e la stella marina, Il cagnolino e la lepre, L'ippopotamo e il maiale*;

- *Freedom* propone, in versione italiana, i discorsi per la libertà che sono stati pronunciati dalle più grandi personalità politiche e artistiche della nostra satira recente e che hanno reso più vivo il nostro passato e il nostro presente. In queste creazioni il lavoro è stato sia di ricerca dei brani da interpretare, sia di studio e analisi della recitazione, realizzata ad hoc per ogni testo. Inoltre c'è stato un lavoro di creazione delle illustrazioni da parte di un artista, e infine di montaggio, scelta delle musiche e pubblicazione strategica del video.

I video prodotti sono 2: *Martin Luther King - I have a dream, William Ernest Henley - Invictus*.

Dati visualizzazioni progetti digitali nel periodo di chiusura dei teatri:

Progetto	Numero video prodotti, gennaio-maggio 2021	Visualizzazioni complessive (pubbliche su YouTube)
<i>Narr.A.rte</i> - le opere d'arte in 2 min	14 video produzioni	7.878
<i>Chicchi di riso</i> - le storie per bambini	13 video produzioni	15.811
<i>Freedom</i> - I discorsi sulla libertà	2 video produzioni	1.244
	TOT video: 29	TOT visualizzazioni: 24.933*

Newsletter

La newsletter è un altro canale che abbiamo utilizzato durante l'anno 2021 per continuare a mantenere un collegamento il nostro pubblico. Sono state mandate periodicamente con cadenza regolare per informare tutte le persone iscritte in merito alle attività della Compagnia, sia per gli spettacoli che per le diverse attività formative e di intrattenimento. Realizzate *ad hoc* per ogni occasione, hanno presentato i vari

spettacoli proposti, la stagione teatrale Il teatro è dei bambini, i corsi di formazione ed i workshop tenuti dalla compagnia.

La percentuale di apertura è dell'80%, quella di click ai vari link - ove inseriti - in media del 86%.

Utenti per tipologia di servizio

Gli utenti che hanno fruito della nostra attività appartengono a tutte le fasce di età.

Tipologia di servizio: partecipazione diretta	fascia d'età	utenti diretti	complessivi
Formazione periodo ottobre dicembre 2021	3-5	calcolati su incontri di partecipazione	100
Formazione periodo ottobre dicembre 2021	6-10	calcolati su incontri di partecipazione	180
Formazione periodo ottobre dicembre 2021	11-16	calcolati su incontri di partecipazione	270
Formazione periodo ottobre dicembre 2021	20-60	calcolati su incontri di partecipazione	516
Spettacoli teatrali	tutti	calcolati su incontri di partecipazione	2029
Totale complessivo			3095

Tipologia di Servizio: Canali digitali	fascia d'età	n. proposte	copertura visualizzazioni
FB: Content creation	18-65	180	46633
IG: Content creation specifica progetti	18-65	18	26057
IG: Content creation generale	18-65	38	61971
YT: Chicchi di riso	4-60	14	15811
YT: Narr.A.rte	18-60	13	7878
YT: Freedom	25-55	2	1244
Totale complessivo			159594

Impatti dell'attività

Ricaduta sull'occupazione territoriale

L'attività che la Cooperativa ha svolto nel 2021, per la sua specificità, non ha avuto una ricaduta diretta sull'occupazione territoriale. Anche se diversi partecipanti alle attività formative le hanno seguite per migliorare il loro rendimento nel posto di lavoro sviluppando una maggiore consapevolezza di sé e delle proprie potenzialità.

Rapporto con la collettività

Il rapporto con la collettività è composto da due parti: quello sviluppato e mantenuto nei progetti che abbiamo descritto in incontri dal vivo e partecipati, e quello mantenuto attraverso i canali digitali e le campagne di comunicazione.

Il rapporto è stato caratterizzato quindi dalla presenza fisica agli eventi nostra e dei nostri spettatori, con cui abbiamo avuto modo di rapportarci a conclusione dei vari spettacoli, di confrontarci e creare una relazione. Un'altra forma di rapporto si è realizzata sui canali digitali attraverso la nostra continua presenza online caratterizzata anche da una efficace attenzione ai singoli utenti che scrivevano direttamente alle nostre pagine.

Inoltre, il rapporto con la collettività è stato sviluppato e mantenuto anche dalla comunicazione sui media strutturata attraverso i canali più tradizionali come gli articoli sui giornali, sulle riviste online e i servizi della Rai TG3 locale, oltre che con l'affissione di manifesti e la distribuzione di Flyers con una modalità adeguata al genere di proposta presentata.

Nel 2021 la nostra comunicazione cartacea e digitale ha coperto i seguenti canali:

Stampa cartacea e Online	Alto Adige, Corriere dell'Alto Adige, Qui Bolzano, Inside, Dolomiten, L'adige - quotidiano indipendente del TAA, Trentino libero, Metropolis Cultura & Sociale, Buongiorno Sudtirolo, Alto Adige Innovazione, Il nord est quotidiano, Virgilio., Il dolomiti, La voce di Bolzano - Quotidiano indipendente
Tv	Rai TG3
Portali Online Nazionali	Teatri Online, teatro.it, Spettacolo news, sipario.it
Portali Online Locali	Bolzano-Bozen, Suedtirolerland, Kultur-bz, Sudtirolo Bolzano, Janesien, Inside Bz, Mente locale

Il sito Web

Un canale utilizzato per mantenere il rapporto con la collettività è anche il nostro sito web, è sempre molto seguito e fornisce le ultime news sulle attività programmate, dalle produzioni alle informazioni sulle attività di formazione e su quelle culturali.

E' un sito ottimizzato per tutti gli apparecchi digitali: la fruizione può essere fatta da computer, tablet o smartphone.

Viene mantenuto costantemente il controllo sull'andamento del sito grazie a Google Business.

Social Network

La Cooperativa teatroBlu ha sviluppato una rete importante di comunicazione sui canali digitali a livello nazionale. In particolare dedicandosi a Facebook, Instagram e YouTube, e attraverso l'invio delle newsletter, scelti per andare a coprire i diversi target.

La comunicazione e il rapporto con la comunità sviluppato su questi canali ha dato risultati significativi, dimostrando la seguente partecipazione:

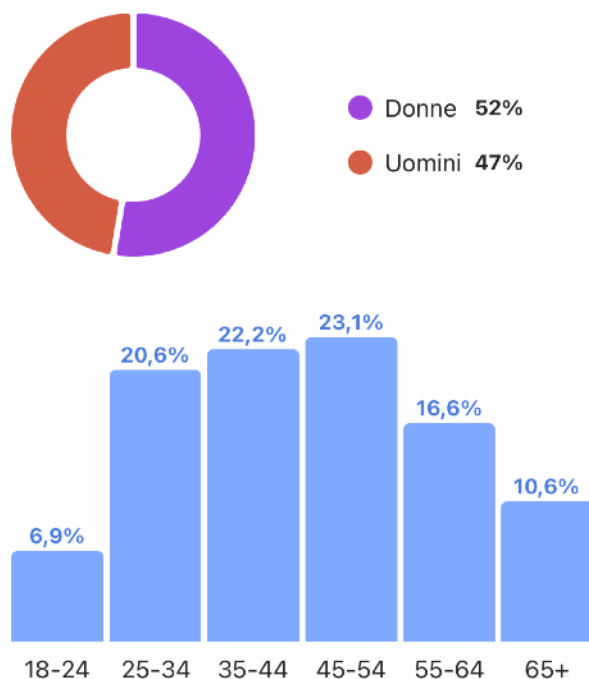
Rapporto con la collettività: Instagram e Facebook (Meta)

Il pubblico di Instagram e di Facebook è cresciuto durante il 2021, sono aumentate le interazioni e la partecipazione.

La pagina Facebook ed il profilo Instagram sono seguiti da uomini e donne nella seguente percentuale:

Uomini	47%
Donne	52%

In una fascia d'età che va dai 18 ai 65+ anni. Il picco di partecipazione è fra i 25 e i 54 anni.

Età e genere i

Rapporto con la collettività: YouTube

Il canale è seguito da un pubblico prevalentemente femminile - in maggioranza d'età compresa fra i 45 e i 54 anni.

La partecipazione è evidente dal numero di visualizzazioni, dai commenti e dalle persone che ci hanno contattati successivamente per avere informazioni in merito all'uscita di nuovi video - o per ringraziare.

Un importante rapporto che si è andato a creare grazie a YouTube è la pubblicazione di un articolo ad hoc sul progetto *Narr.A.rte - le opere d'arte in 2 min*, a cura della rivista nazionale di cultura *Mediterraneo e d'intorni*.

Rapporto con la pubblica Amministrazione

Anche nel 2021 la cooperativa ha lavorato in collaborazione con la Pubblica Amministrazione, nello specifico l'Assessorato alla Cultura della Provincia Autonoma di Bolzano e l'Assessorato alla Cultura del Comune di Bolzano. Con questi Assessorati ha cercato di mantenere un rapporto di dialogo e di trasparenza. Le attività che abbiamo espresso nel corso dell'anno sono state sostenute sia per l'indirizzo culturale che per il sostegno finanziario da entrambi gli assessorati.

Desideriamo anche rilevare la disponibilità dell'Assessorato alla Cultura della Provincia di Bolzano anche per il 2021 di permettere alla realtà culturali del territorio, e quindi anche alla nostra, una variazione sui progetti presentati e approvati prima della pandemia - che erano tutti progetti che prevedevano la presenza del pubblico nelle sale - ridefinendo la programmazione in una direzione digitale o ideando altri progetti più adatti che prima non erano stati previsti, in modo da poter continuare a svolgere la nostra attività e stimolandoci a trovare nuove forme di espressione creativa per raggiungere e coinvolgere il pubblico della nostra provincia.

- ambito attività svolta: programmazione rassegna teatrale - corsi di formazione nell'ambito dello spettacolo - attività di cultura digitale - produzioni teatrali
- denominazione P.A. coinvolta: Assessorato alla Cultura della Provincia Autonoma di Bolzano - Assessorato alla Cultura del Comune di Bolzano

Impatti ambientali

Il tema dell'ambiente è un tema molto importante per la cooperativa che anche nel 2021 ha operato in diversi modi per la sua salvaguardia. Come sempre per le scenografie delle produzioni si è scelto di utilizzare materiale riciclabile o riutilizzabile, e comunque ogni scenografia realizzata è stata pensata per poter durare nel tempo ed eventualmente essere anche riutilizzata per altre produzioni future. Si è avuta una gestione controllata dei consumi sia per quanto riguarda gli spostamenti che per l'utilizzo di corrente necessaria al funzionamento di luci teatrali e impianti tecnici. Inoltre i nostri soci sono tutti vegetariani e alcuni vegani perché crediamo che il consumo della carne sia uno dei fattori più impattanti sull'ambiente a causa delle modalità di produzione. Ricordiamo questo come un punto importante per il miglioramento ambientale basta considerare che i prodotti di origine animale sono responsabili del 185 delle emissioni di Co2 superando di molto l'industria dei trasporti che producono il 13,5% di Co2. Con una alimentazione vegetale risparmiamo ogni giorno 9 kg di Co2 - più di due Mq di foresta - 20 Kg di grano - e 4163 litri d'acqua - e soprattutto la vita di un animale.

Attività e obiettivi economici finanziari

Situazione economico finanziaria e patrimoniale

Nel 2021 la cooperativa ha dovuto sospendere nella prima parte dell'anno diverse attività che costituivano una fonte importante di entrate a causa della pandemia covid e della conseguente chiusura dei teatri e degli spazi di aggregazione. Questa

situazione è stata affrontata con una riduzione, ove possibile, delle spese e con una pianificazione di progetti che potessero essere pronti per il momento in cui fosse riaperta la possibilità di proporre attività con il pubblico in presenza, l'obiettivo è stato quello di arrivare ad avere comunque un utile d'esercizio positivo. Nonostante la mancanza di diverse entrate abbiamo avuto un sostegno economico sia dal parte del governo attraverso il Ministero per le attività culturali e il contributo del decreto ristori , che da parte della Provincia di Bolzano (sia la Provincia che l'Assessorato alla Cultura Uffici Ripartizione 15). Infatti vogliamo rilevare che i dirigenti culturali della Provincia hanno saputo adottare strategie di sostegno permettendo alle realtà culturali di mantenere il contributo concesso per il 2021 considerando anche la possibilità di modificare la programmazione culturale. Anche l'Assessorato alla Cultura del Comune di Bolzano ha saputo far fronte alla situazione sostenendo con un contributo la realizzazione di una produzione che è stata presentata all'aperto in estate in diverse piazze della città, permettendoci così di continuare a lavorare e creare. Inoltre abbiamo avuto anche una discreta entrata per le donazioni legate al 5 per mille - effettuate dai cittadini che hanno deciso di sostenere la nostra attività.

Attivo patrimoniale, patrimonio proprio, utile di esercizio

Dati bilancio economico

Fatturato: 13.656

Attivo patrimoniale: 63.806

Patrimonio proprio: 30.365

Utile d'esercizio: 3.418

Valore della produzione

Valore della produzione anno 2021 - 108.524

Valore della produzione anno 2020 - 106.167

Valore della produzione anno 2019 - 102.434

Composizione del Valore della produzione (descrizione dei ricavi)

Ricavi da pubblica amministrazione: 90.710 - 83%

Ricavi da aziende profit:

Ricavi da organizzazione del terzo settore e della cooperazione: 1200,00 1,3 %

Ricavi da persone fisiche: 6165,00 - 6%

Donazioni (compreso 5 per mille): 737,00 - 0,7%

Altri ricavi 9712,00 - 9%

totale: 108.524,00

Fatturato per servizio (ex attività di interesse generale ex art.2 del Dlg.112/2017)

ATECORI 2007 dell'attività codice 90.01.01 attività nel campo della recitazione - codice 90.01.09 altre rappresentazioni artistiche - codice 85.05.09 altra formazione culturale	
Tipologia di servizi	Fatturato
i) Organizzazione e gestione attività culturali, artistiche o ricreative di interesse sociale, incluse attività, anche editoriali, di promozione e diffusione della cultura e della pratica del volontariato, e delle attività di interesse generale di cui al presente articolo:	13656,00
Fatturato per servizio cooperative tip. A	
Tipologia di servizio	
Altri Servizi	
Ricreazione, intrattenimento, animazione e promozione culturale	13656,00

Responsabilità Sociale e Ambientale

Buone pratiche

Nel 2021 abbiamo attuato diverse buone pratiche. Per quanto riguarda la parità di genere nelle attività formative proposte abbiamo cercato di offrire la stessa possibilità di partecipazione sia alle persone di genere femminile che maschile, cercando di creare gruppi di interesse equilibrati. Inoltre abbiamo continuato con la nostra politica di azioni volte al rispetto dell'ambiente e alcuni nostri soci hanno partecipato attivamente ad attività di comunicazione sui temi dell'ambiente e della necessità di modificare alcuni comportamenti quotidiani per partecipare attivamente alla sua salvaguardia anche in realtà diverse e altre associazioni impegnate per la salvaguardia dell'ambiente. La cooperativa si è inoltre impegnata ad usare sia per le produzioni che per l'attività di ordinaria amministrazione materiali facilmente riciclabili. Per confrontarci sempre di più con i temi legati alla salvaguardia dell'ambiente da ottobre è partito anche il corso On stage per ragazzi, il corso è dedicato al tema del riciclo della plastica e tutti i concetti ad esso collegato. Il progetto prevede una messinscena realizzata dai ragazzi del corso nel 2022. In questo modo desideriamo coinvolgere sia i ragazzi che le loro famiglie a riflettere e

approfondire le questioni legate all'ambiente in cui viviamo e di cui siamo responsabili.

Partnership, collaborazioni con altre organizzazioni

Alcuni dei progetti che sono stati realizzati hanno coinvolto anche altre associazioni.

Denominazione: Associazione la Quinta Danza

Tipologia -Dante Market Place - spettacolo performativo - Controcorrente.

Con l'associazione la Quinta danza abbiamo collaborato per la realizzazione del progetto Dante market Place, di cui ha curato la parte coreografica. Inoltre sempre con questa associazione abbiamo collaborato per la realizzazione dei corsi di teatro-danza.

Denominazione: Associazione teatro Cristallo

Tipologia - rassegna Il teatro è dei bambini - rassegna di spettacoli.

Con l'associazione Cristallo abbiamo collaborato per quanto riguarda la comunicazione del progetto di rassegna teatrale dedicata al pubblico delle famiglie.

Denominazione: Associazione Aria teatro

Tipologia Attività: la collaborazione con questa associazione ha previsto la circuitazione di spettacoli teatrali nella nostra sede e nella loro sede.

Coinvolgimento degli Stakeholder

La Compagnia teatroBlu nel corso dell'anno ha costruito rapporti con stakeholder interni ed esterni ai diversi progetti.

Per quanto riguarda gli **stakeholder interni**, la compagnia si è avvalsa di collaboratori differenti a seconda dei progetti realizzati. Sono stati interpellati esperti culturali come consulenti in alcune situazioni. La compagnia ha inoltre lavorato con artisti, fra cui attori, danzatori, fotografi, coreografi, illustratori, scenografi; ma anche con esperti tecnici in ambito digitale, con grafici e videomaker, con tecnici teatrali assunti appositamente per le produzioni sia in teatro che in esterna.

In particolare nel 2021 uno Stakeholder d'eccellenza è stata la Libera Università di Bolzano, che ha sostenuto la nostra comunicazione in merito al progetto Dante Market Place, partecipando attivamente grazie ad Decado della facoltà di design.

Il rapporto con le altre compagnie teatrali si è concretizzato in due momenti: sia quando le compagnie sono state scelte e assunte per la stagione teatrale *Il teatro è dei bambini*, sia quando la Compagnia teatroBlu si è spostata in altri luoghi per portare in scena i propri spettacoli.

Compresi negli stakeholder interni ci sono i professionisti digitali: la collaborazione è stata creata con la social media manager e marketing specialist, l'addetto stampa, il web designer e sviluppatore front end e back end, l'editor SEO, la web analyst. Ogni collaboratore si è preoccupato di creare una strategia *ad hoc* per la compagnia e metterla in pratica per tutto il 2021, con continui aggiornamenti ed incontri di supervisione e dialogo per accertare l'efficacia della strategia, sotto la supervisione della direzione.

Come collaboratori hanno anche partecipato i tecnici e gli addetti alla biglietteria del teatro cristallo, con cui si è instaurato un rapporto continuativo alle prove ed alle rappresentazioni della Compagnia e degli spettacoli da essa organizzati. Inoltre dobbiamo citare i rapporti con i fornitori: le ditte audio e video, i piccoli e grandi fornitori, si sono sviluppati per ogni singolo progetto.

I rapporti con gli **stakeholder esterni** sono stati notevolmente proficui: prima di tutto quelli con il pubblico (giovanile, adulti, di corsisti, di scuole ed università, di artisti), con cui si è mantenuta una costante relazione grazie ai social media e alla loro partecipazione alle attività in presenza, grazie alle quali si è potuto colloquiare. Inoltre con gli enti culturali e teatrali, i media, con cui si sono instaurati collaborazioni periodiche. Sempre all'interno degli stakeholder esterni è stata presente la pubblica amministrazione, quindi la Provincia di Bolzano, il Comune di Bolzano e gli Assessorati alla cultura, a cui si sono presentati i vari progetti ed il cui supporto ne ha permesso la realizzazione.

Le strategie utilizzate nelle relazioni con gli stakeholder, a seconda dei progetti e della tipologia, sono state: di ascolto e dialogo, di coinvolgimento e partecipazione, di richiesta esplicita, collaborazione, di relazione e fidelizzazione, partenariato, di marketing, legate alla sostenibilità del progetto, di informazione - immagine - comunicazione - consensus building, ma anche brand awareness.

Innovazione

Nel corso del 2021 la Cooperativa Compagnia teatroBlu ha sviluppato maggiormente il lavoro nel mondo del digitale e delle nuove tecnologie, oltre a quello della contaminazione tra le arti.

Sono stati sviluppati i progetti digitali già esistenti quali Narr.A.rte e Chicchi di riso, ma è stato aggiunto un lavoro in merito ai discorsi più influenti del mondo: Freedom. Dove il lavoro ha coinvolto sia un aspetto di studio e recitativo che uno tecnologico.

In queste tipologie di proposta c'è stato un lavoro preliminare riguardante lo studio dell'approccio al digitale a:

- L'arte: già di per sé è fruibile visivamente, ma si può raccontare anche senza l'opera fisica di fronte, usando un approccio visuale differente? Quale tipo di tecnologia si può utilizzare per raccontarla senza togliere valore all'opera? Come fare convergere l'aspetto estetico e quello storico dell'opera per emozionare e coinvolgere lo spettatore attraverso le tecniche di recitazione?;
- Le storie per bambini: in che modo si può mantenere viva l'attenzione di un bambino tramite un racconto-video? Che cosa risulta efficace per intrattenere e per informare/istruire? In questo caso è stato fatto anche uno studio sulla estetica delle immagini per trovare uno stile di rappresentazione artistica della storia che fosse in linea con le intenzioni e i principi della Compagnia, che fosse diversa da ciò che già esiste e soprattutto che potesse coinvolgere i piccoli ascoltatori;
- I discorsi teorici più importanti: come trasmetterli attraverso la tecnologia? Come trasportarli nel web dandogli maggiore enfasi senza perdere il loro significato profondo?

Sono state tutte proposte innovative che hanno cercato di dare una forma diversa alla cultura proposta nel mondo digitale e hanno avuto un riscontro molto positivo.

L'aspetto innovativo più importante del 2021 però è stato l'uso di *aesthetic video* di danza, recitazione e musica, montati in modo speciale, per comunicare alle persone il progetto Dante Market Place. Il lavoro ha coinvolto gli artisti della compagnia, alcuni danzatori, il musicista della performance e un videomaker - che si è occupato anche del montaggio. Il risultato è stato originale e la risposta del pubblico attiva. Infatti l'evento ha avuto un grande successo. Proporremo questo tipo di comunicazione anche nell'anno 2022.

Obiettivi di miglioramento 2022

Miglioramento della rendicontazione sociale

- **Stesura del bilancio sociale:** continuare a organizzare durante l'anno la raccolta dei dati e la loro analisi per facilitare la stesura finale del bilancio sociale e renderla più organica.

Obiettivi di miglioramento strategici.

- **Sviluppo comunicazione social:** ampliare ulteriormente il pubblico presente sulle piattaforme digitali.
- Creazione di partnership: con altre realtà presenti sul territorio nazionale.

- Sponsorship: cercare di creare una rete di sponsor per alcuni progetti specifici.
- Ampliamento **dell'area tecnologica**: acquisizione di ulteriori competenze nella gestione di programmi per la realizzazione video e audio, sia in formato breve che lungo.
- **Comunicazione sui canali tradizionali**: miglioramento della gestione della comunicazione con i giornali locali e nazionali, sviluppo dei rapporti con le testatieteatrali nazionali.
- **Ricerca di nuove forme di vendita**: promozione delle attività della cooperativa e della vendita degli spettacoli con ancora maggiore efficacia.
- **Impegno ambientale**: ideazione di progetti che riguardino il tema dell'ambiente in maniera più diretta e specifica, sia con spettacoli che con attività.
- **Sviluppare i progetti digitali**: aumentare le proposte offerte sui canali digitali trovando anche nuove forme di realizzazione e condivisione, cercando di arrivare anche agli utenti non inseriti nel mondo della cultura.
- **Ricerca**: sviluppare percorsi di creazione teatrale innovativi e di ricerca.