BILANCIO SOCIALE 2023 cooperativa teatroBlu onlus

**ANNO 2023** 

### **Introduzione**

Il bilancio sociale 2023 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 sviluppato nel 2023. Il 2023 è stato un anno molto soddisfacente per la nostra realtà culturale. Per quanto riguarda l'attività rivolta al pubblico delle famiglie abbiamo organizzato la rassegna "il teatro è dei bambini" che ha avuto una crescita costante del pubblico, ottenendo in diverse date il tutto esaurito. Abbiamo anche rafforzato e integrato con differenti offerte culturali tutta l'attività dedicata alla formazione del pubblico - proponendo corsi e incontri formativi dedicati a tutte le fasce d'età e a diversi temi legati al teatro e alla cultura. Abbiamo anche realizzato progetti di conferenze spettacolo dedicate al tema della salute, del benessere e delle emozioni. Una parte di attività è stata dedicata anche alla realizzazione di progetti realizzati nelle piazze, o in spazi all'aperto, per coinvolgere e interessare anche i cittadini in maniera efficace e intuitiva. Negli spazi all'aperto per il periodo estivo abbiamo organizzato la rassegna "Blu D'estate". Oltre all'attività proposta dal vivo con un coinvolgimento diretto e partecipativo del pubblico abbiamo anche sviluppato l'attività dedicata alle piattaforme digitali, aumentando la nostra presenza sui canali digitali e cercando di arrivare a interessare un pubblico più vasto possibile.

L'obiettivo è stato quello di rafforzare la nostra proposta orientandola con interesse anche verso le nuove tecnologie, che oramai sono diventate una parte indispensabile e contemporanea della produzione e della comunicazione 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.

dott.ssa Susanna Gabos presidente e legale rappresentante

# Nota metodologica

Il Bilancio 2023 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 2023. Dal bilancio sociale risulta che l'andamento dell'attività della cooperativa ha un risultato positivo dovuto alla capacità della cooperativa di continuare ad attivarsi nella ricerca di nuove forme creative e di una diversificazione dei progetti culturali in modo da essere sempre presente nel corso dell'anno sul territorio e mantenere, se possibile aumentandolo, l'interesse del pubblico per gli eventi programmati e realizzati. Il bilancio sociale è stato redatto da Susanna Gabos, 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 svolte 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.compagniatetroblu.net

FB: compagnia teatroblu

Instagram: compagniateatroblu

### Storia dell'organizzazione

La cooperativa teatroBlu è una cooperativa teatrale che opera dal 1998 è 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 sua attività.

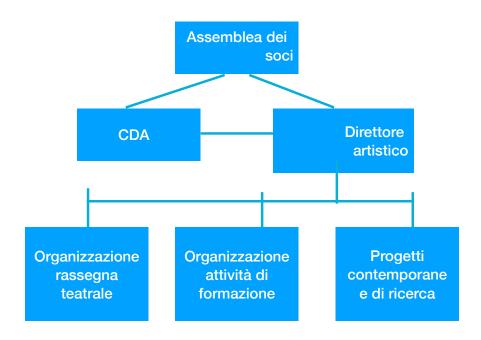
### Mission, finalità, valori e principi della cooperativa

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 sviluppano 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                               | dott.ssa Susanna Gabos             |
| Carica Ricoperta                             | Presidente e legale rappresentante |
| Data prima nomina                            | 29/01/2024                         |
| Periodo in carica                            | dal 2024                           |

| CDA                              | nomina     | Mand<br>ato | da 20 a<br>40 | da 30 a 65 | n. | F | М |
|----------------------------------|------------|-------------|---------------|------------|----|---|---|
| Susanna Gabos presidente cda     | 29/01/2024 | 1°          |               | х          | IT | Х |   |
| Mariaida Benussi vice pres. cda  | 29/01/2024 | 1°          |               | х          | IT | Х |   |
| Ortensia Benussi consigliera cda | 29/01/2024 | 1°          | Х             |            | IT | х |   |

Nell'anno 2023 il Cda si è riunito 16 volte: 07/01/2023 -14/01/2023 -03/02/2023 -10/02/2023 -10/02/2023 -10/03/2023 -14/03/2023 -30/03/2023 -15/05/2023-05/06/2023 -05/07/2023 -03/08/2023 -04/09/2023 -03/10/2023 -03/11/2023 -04/12/2023.

#### **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 5 Donne e 4 Uomini.

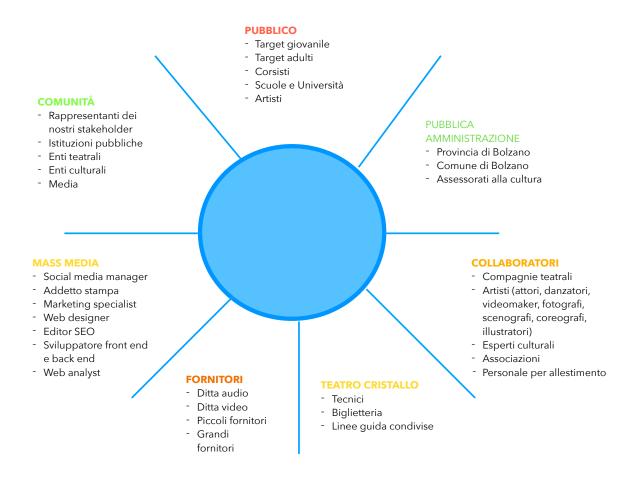
Numero aventi diritto al voto: 9

Nell'anno 2023 l'assemblea dei soci si è riunita 1 volte - 30/05/2023.

La partecipazione dei soci alle assemblee è stata di 9 soci per ogni assemblea, indice di partecipazione del 100%.

## 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 2023 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 cinque, 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 medie superiore - per una percentuale del 90% laureati e 10 % non laureati.

I soci maschi sono 4 e i le socie femmine sono 5 - per una percentuale di 55% socie femmine e 45% soci maschi. Tre soci hanno un'età compresa fino ai 30 anni, una socia ha un'età compresa fino ai 60 anni e 4 soci oltre i 60 anni di età. Tutti i soci sono di nazionalità italiana. Percentuale età fino ai 30 anni 35% - soci fino ai 60 anni 10% - soci oltre i 60 anni 55%.

#### 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 8 anni

# Occupazione: sviluppo e valorizzazione dei lavoratori

#### Numero occupati

Per quanto concerne l'aspetto della occupazione attualmente nella cooperativa Nel 2023 hanno lavorato 5 soci con contratto cococo, altri soci hanno collaborato alla attività con contratto a progetto. Occupati Femmine: 3 - Occupati maschi: 2. L'età compresa tra i 26 e i 61 anni. Tutti gli occupati hanno la laurea e sono di nazionalità italiana.

#### Volontari e tirocinanti (svantaggiati e non )

Nel 2023 non abbiamo avuto attività volontaria svolta da soci o non soci della cooperativa.

#### Tipologia di contratti applicati

Nel 2023 hanno lavorato nella cooperativa quattro soci con contratto di collaborazione continuativa e a progetto. Retribuzione annua lorda massima 35365,10 - la retribuzione annua lorda minima 2813,50. Per l'attività del legale rappresentate nelle sue funzioni di legale rappresentante non è stato previsto alcuno compenso.

#### **Turnover**

Nel corso del 2023 è entrata una nuova socia ed è uscito un socio nuovi quindi l'organico medio è sempre di 9 persone.

Nell'anno 2023 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 2023 non sono stati frequentati dai nostri soci diversi corsi formativi inerenti la nostra attività

- Masterclass con Abbondanza/Bertoni dall'8.12.23 al 10.12.23 presso il Teatro alla Cartiera - Entro, siedo, sto. Focus: tecnica, corpo, composizione coreografica, improvvisazione guidata
- Corso TikTok con Diego Fusina, online, ottobre 2023 Focus: target, creation, virality

 Training con Alessandra Bordino, Fattoria a Vapore, Milano, dicembre 2023 -Focus: danza e parole, danza e poesia

Qualità dei servizi

#### Iniziative descrizione

Nel 2023 abbiamo organizzato differenti iniziative:

- Rassegna di teatro 'Il teatro è dei Bambini' periodo gennaio-maggio 2023.
- Rassegna di teatro 'Il teatro è dei Bambini' periodo settembre-dicembre 2023
- Promozione attività: progetto petits bonbon due spettacoli per le scuole spettacolo Niente Paura!
- Attività estate: rassegna Blu d'estate
- Progetto di performance relazionale nelle piazze
- Nuova produzione per la rassegna il teatro è dei bambini: L'uccello di Fuoco
- Conferenze spettacolo: È bella la danza conferenze spettacolo
- Corsi di teatro annuali: Teatro per bambini 3-5 anni
- Corsi di teatro annuali: Teatro per i bambini 6-10 anni
- Corsi di teatro annuali: Sipario ragazzi On Stage per ragazzi
- Corsi di teatro annuali: Cani randagi per giovani e adulti
- Corso di danza contemporanea: ControCorrente
- Attività sulle piattaforme digitali
- Web Chicchi di riso programmazione
- Web progetto Narrarte programmazione

# 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;

12 di 36

- 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.

Nella stagione per l'anno 2023 di attività abbiamo continuato a sviluppare e incentivare proposte culturali dedicate al pubblico dei giovani e delle famiglie, senza dimenticare però le altre fasce di pubblico coinvolto nelle nostre proposte culturali. Le attività sono state organizzate in modo da offrire una diversificazione ragionata delle proposte, così da raggiungere e interessare il pubblico nelle sue diverse fasce d'età e andare incontro a richieste espresse soprattutto dal pubblico dei giovani e delle famiglie. Le diverse attività hanno adottato il principio dei "vasi comunicanti" che ha permesso al pubblico di essere coinvolto in momenti culturali collegati tra di loro. Abbiamo cercato di, per quanto possibile, di instaurare collaborazioni con realtà culturali presenti nel territorio: Associazione Cristallo, Circoscrizione Europa Novacella, Centro Santa Chiara di Trento, Teatro Stabile di Bolzano, Associazione Musica Blu, Museo Civico, Libera Università di Bolzano. Altre associazioni presenti sul territorio per la condivisione e partecipazione al progetto Youth Restart: centro giovani Pierino Valer, Pad, Villa delle Rose la Strada, Jugenddinest Bozen,

Associazione Juvenes, Associazione Officine Vispa, Associazione Bunker, Associazione Cooltour Alcune collaborazioni sono state efficaci, altre collaborazioni si sono rivelate difficili e non particolarmente significative.

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 ha previsto, 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 digitale 2023

Nel corso del 2023 la presenza digitale della Compagnia teatroBlu ha lavorato su due fronti:

- raggiungimento di nuovi pubblici,
- fidelizzazione dei presenti.

Per seguire questi due focus principali il lavoro online si è sviluppato su 4 canali: Facebook, Instagram, YouTube, Newsletter. Questa diversificazione è necessaria per andare a coinvolgere in modo inclusivo tutti i vari e potenziali target - sia d'ambito locale che nazionale.

Non dimentichiamo inoltre la presenza di un lavoro di PR e di comunicati stampa che hanno portato alla pubblicazione degli eventi della Compagnia durante il corso dell'anno sulle varie testate giornalistiche e d'informazione online.

#### La content creation digitale per i canali social

La content creation per i canali social ha lavorare parallelamente su tre diversi fronti: intrattenimento, informazione, comunicazione, in percentuali diverse. Infatti vista la nostra attività circa il 60% dei contenuti sono focalizzati sulla comunicazione, la restante percentuale sull'intrattenimento e l'informazione. Questo per più motivi:

- prima di tutto il focus principale della Compagnia è comunicare le varie attività che propone a teatro, come la rassegna Il teatro è dei bambini, i corsi, le conferenzel spettacolo, etc, e che propone nella Provincia di Bolzano, come le performance partecipative etc,
- la compagnia non si presenta al pubblico esclusivamente come un ente neutro di informazione sulla cultura e sullo spettacolo, quindi il pubblico non si aspetta questo tipo di lavoro, che andrebbe invece ad oscurare il focus primario.

In ogni caso è sempre stato dato il corretto spazio alle notizie importanti o interessanti d'ambito culturale a livello sia locale che nazionale, senza snaturare però la Compagnia. Il pubblico ha apprezzato questa direzione chiara, come dimostrano i dati esposti di seguito.

Lavorando in questo modo abbiamo costruito una content creation che andasse prima di tutto a far sentire partecipe il pubblico alle varie attività e proposte sviluppare, anche con contenuti più legati all'intrattenimento.

Il processo di creazione dei contenuti si avvale dei seguenti passaggi - modificabili e ampliabili a seconda del tipo di contenuti:

- studio costante delle novità della content creation e delle diverse piattaforme, andando quindi ad analizzare nuove tecniche, app, trend, musiche, etc,

- analisi periodica degli insights, delle personas e delle esigenze per adattare i contenuti,
- preparazione e sviluppo di un calendario editoriale coerente e strutturato sulla rete dei vari social utilizzati,
- creazione dei contenuti (presentata in seguito) e programmazione con tools appositi.

#### **Facebook**

La presenza online su Facebook si è svolta in modo costante e continuativo ed ha seguito le varie proposte della compagnia. La content creation si è focalizzata su:

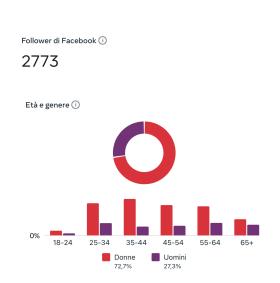
- immagini con caption dedicate,
- reel,
- condivisione di informazioni.

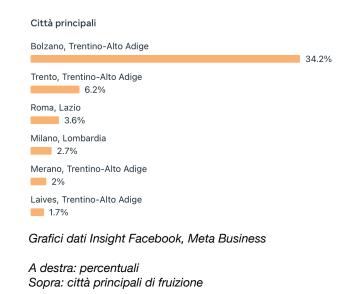
La decisione di comunicare prevalentemente con immagini è data dalla risposta del pubblico, che si è trovato più coinvolto e partecipe alle stesse.

È stato sviluppato a partire da gennaio un vero e proprio storytelling sulla compagnia, che ha portato anche a una maggiore fidelizzazione del pubblico - come possiamo confermare in modo trasparente con gli screen sotto riportati direttamente dagli insight di Facebook.



Come possiamo notare dai grafici (che per questioni di trasparenza sono stati presi come screenshot reali da META) nel corso dell'anno la presenza su Facebook della Compagnia ha avuto uno sviluppo notevole dato anche dalla fidelizzazione del pubblico. Il pubblico infatti è aumentato ed è così suddiviso:





Dai dati sopra esposti possiamo notare che la community è solida ed è così suddivisa: 72,2% donne e 27,8% uomini. La partecipazione per età è più o meno stabile dai 25 ai 60 anni. La maggior parte delle persone che fruiscono dell'attività digitale su Facebook è locale: vediamo infatti la maggioranza a Bolzano, poi città vicine come Trento (altro capoluogo di regione), Merano o Laives. Notiamo inoltre la presenza di una percentuale di persone che seguono l'attività da Roma e Milano: questi probabilmente arrivati alla compagnia per le vacanze oppure per gli stage (gli stage infatti richiamano persone a livello nazionale).

Il lavoro di content creation che ha portato a questi risultati durante il 2023 si è sviluppato nel seguente modo: come accennato il focus principale è stato dato alle immagini, immagini riprese da spettacoli o create ad hoc dall'illustratrice della compagnia che si occupa anche dei manifesti. Ad affiancare le immagini ci sono sempre state caption specifiche scritte in ottica SEO e con font per i social in modo da rendere più piacevole la lettura.

Oltre alle immagini abbiamo proposto anche dei formati reel per raccontare degli eventi nello specifico, in particolare i video di questa tipologia sono stati scelti per raccontare le performance.

Questi contenuti hanno portato concretamente a una conversione misurabile, sia sugli acquisti dei biglietti degli spettacoli, sia sulla partecipazione a corsi e/o attività.

Abbiamo anche pubblicato contenuti link con caption di accompagnamenti per eventi culturali importanti nella zona o informazioni interessanti di cultura d'ambito nazionale.

Il processo di lavoro per la creazione dei contenuti si è svolto nel seguente modo:

- scelta del post da creare secondo il piano editoriale,
- scelta del contenuto-immagine da proporre e sistemazione grafica/estetica dello stesso,
- analisi delle keyword presenti e creazione della caption,
- immissione in Meta Business per la pubblicazione o programmazione con sistemazione font,
- programmazione secondo gli orari più adatti.

#### Instagram

Anche su Instagram il focus principale è stato comunicare le attività della compagnia e continuare il suo storytelling.

I contenuti proposti sono quelli tipici della piattaforma: foto e reels. A differenza di Facebook su Instagram sono stati proposti molto più reels, che hanno infatti un'interazione maggiore come voluto dalla piattaforma.

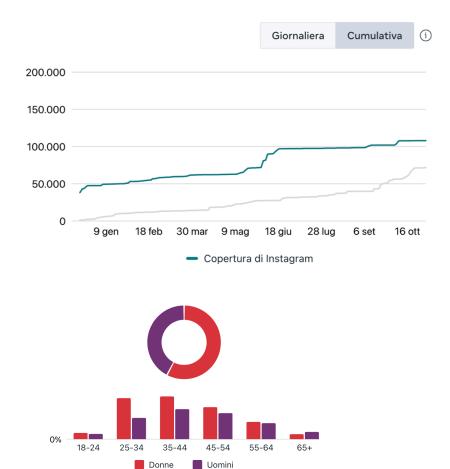
Alla creazione di un post precede l'analisi e lo studio secondo la proposta del piano editoriale. Se si tratta di immagini o caroselli si opera come su Facebook. Se invece si tratta di una creazione reel i passaggi sono maggiori: c'è infatti anche l'intervento del videomaker che crea il prodotto-reel secondo le indicazioni del SMM e sempre tramite un brainstorming.

In questo caso quindi il videomaker discute insieme al team il tipo di prodotto da creare, cosa si vuole comunicare, quale deve essere l'estetica e altri aspetti simili. Successivamente si prende il tempo di realizzare il prodotto e mostrarlo poi al resto della Compagnia per l'approvazione.

Dopo aver avuto il prodotto la SMM - come per Facebook - si occupa di programmarlo secondo del linee specificate prima.

Un altro aspetto importante di Instagram è la presenza delle stories, che sono state usate sia per informare le persone delle diverse attività, sia per raccontare i backstage del lavoro della Compagnia. Questo secondo aspetto in particolare suscita sempre molto interesse nelle persone ed ottiene ottime interazioni.

Per quanto concerne i risultati la Compagnia su Instagram è cresciuta ulteriormente, possiamo infatti vedere dai grafici un incremento del pubblico:



Grafici dati Insight Instagram, Meta Business

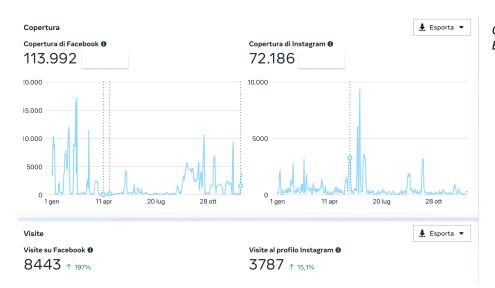
A lato: crescita nella Copertura Sotto: percentuali del pubblico

Possiamo notare come anche su Instagram ci sia stata una crescita del pubblico, per quanto riguarda le percentuali di persone raggiunte vediamo una maggioranza che ha dichiarato il sesso femminile (57,7%) e il restante 42,3% che si è dichiarato maschile.

Notiamo come le linee dei grafici in partenza fossero già considerevoli e l'aumento che c'è stato è in crescita costante, questo perché - come abbiamo accennato prima - quest'anno il focus principale della compagnia è stata la fidelizzazione del pubblico. Come si sa i contenuti social di diversificano fra contenuti freddi e contenuti caldi, i primi per raggiungere nuovi potenziali clienti, i secondi invece per fidelizzare i pubblici presenti. Infatti la maggior parte dei contenuti pubblicati sono stati contenuti a caldo, non sponsorizzati ma focalizzati proprio sulla fidelizzazione delle personas. La crescita costante dei grafici dimostra come la strategia abbia funzionato. I dati

delle vendite e della partecipazione alle attività confermano che l'intento è riuscito e abbiamo visto una maggiore fidelizzazione del pubblico.

Sulle piattaforme META la copertura è aumentata ed ha portato a un aumento delle visite attive e volute del profilo, da parte del pubblico, come si può evincere dal seguente grafico:



Grafici dati Insight Meta Business, anno 2023



Grafici dati Analytics YouTube, Meta Business Analisi del canale: Visualizzazioni e tempo di Visualizzazione

#### YouTube

Durante il 2023 YouTube non è stato sviluppato un progetto che ha previsto la pubblicazione di content creation nuove su questa piattaforma. Nonostante ciò i video sono sempre stati proposti nei luoghi dedicati su Facebook, aumentando infatti le visualizzazioni del canale che sono passate da 52.182 a 72.881 nel corso del 2023.

Il pubblico raggiunto è così suddiviso, alleghiamo screenshot degli *Analytics* di YouTube per trasparenza.

Dal grafico possiamo notare come la percentuale di visualizzazioni maggiore raggiunta è in chi si dichiara donna, ma allo stesso tempo il tempo di visualizzazione maggiore è presente:

- negli uomini nella fascia adulta,
- nelle donne nella fascia giovanile.

L'arrivo degli utenti ai video di YouTube è dipeso da due fattori essenziali:

- condivisione dei contenuti video (con link) sulle nostre pagine, all'interno della newsletter e sui gruppi appositi proposti da META,
- posizionamento dato direttamente da YouTube che ha proposto i nostri video ad utenti potenzialmente interessati, grazie scrittura SEO per i testi e gestione del caricamento video finalizzata al raggiungimento di un determinato target: genitori per i Chicchi di riso e appassionati d'arte per Narr.A.rte.

Infatti dagli Analytics YouTube Studio si può evincere che le sorgenti di traffico sono suddivise nelle seguenti percentuali: il 48,7% - esterna, 19,1% - ricerca di YouTube, 5,9% - funzioni di navigazione, 5,0% - fonte diretta, 13,4% - video consigliati.

L'analisi delle Analytics ci mostrano come il lavoro di pubblicazione svolto in precedenza su YouTube sia efficace, in quanto il traffico proviene da ricerche autonome o esterne dell'utente, alla query il social risponde con i video di Chicchi di riso o Narr.Arte. La SEO quindi è stata utilizzata nel modo ottimale, così come le keyword e agli strumenti di posizionamento organico. È importante sottolineare anche che il risultato positivo è dato da visualizzazioni unicamente organiche, in quanto nessun video è stato sponsorizzato ai propri target.

#### **Newsletter**

La newsletter è stata utilizzata come strumento social per informare gli iscritti delle varia attività della compagnia o delle attività culturali presenti sulla città di Bolzano.

Il loro carattere informativo coinvolge sempre il lavoro di ricerca e costruzione del contenuto oltre che la sua programmazione.

In generale il tasso d'apertura delle mail è stato molto alto, questo significa che c'è un buon gancio sia nel Subject che nella Preview, ma soprattutto che le persone sono interessate all'attività della compagnia.

#### **Digital PR**

L'attività digitale legata alla compagnia si è direzionata anche sul digital pr local. La prima cosa lavorando è stata costruire una rete fra giornalisti (digital) e testate di eventi online, per andare ad aumentare la web reputation e la brand awarness della compagnia.

Successivamente sono stati creati comunicati stampa specifici per il digital PR per le attività proposte da teatroBlu. In questo anno si è deciso di focalizzarsi principalmente su realtà digitali locali, in modo da raggiunge un pubblico specifico e aumentare la brand awarness.

#### Attività 2023

#### Rassegna teatrale il Teatro è dei Bambini

La stagione il Teatro è dei Bambini ha proposto al pubblico complessivamente 10 spettacoli di teatro per le famiglie.

Come si può vedere dai dati indicati abbiamo avuto una buona presenza media del pubblico in sala. Un altro dato significativo è che la nostra produzione "Niente Paura! La vera storia di Giovannino senza paura" ha ottenuto una buon gradimento del pubblico che ha partecipato numeroso.

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 2023 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.

## Spettacoli e formazione presentati nella stagione teatrale:

| Data da  | Data a   | Rassegna di teatro e spettacoli   | Spett. | attività | 99 | perc. |
|----------|----------|---|--------|----------|----|-------|
| 07/01/23 | 07/01/23 | Storie incartate per principesse ribelli  | 263    |          | 1  | 62%   |
| 21/01/23 | 21/01/23 | Quadrotto tondino e la luna   | 92     |          | 1  | 120%  |
| 04/02/23 | 04/02/23 | Niente Paura!   | 314    |          | 1  | 74%   |
| 18/02/23 | 18/02/23 | Tre piccioni con una favola   | 153    |          | 1  | 38%   |
| 21/10/20 | 21/10/23 | pesca di emozioni   | 264    |          | 1  | 63%   |
| 12/10/23 | 12/10/23 | Spettacolo forse che sì forse che no - alunni delle<br>scuole a numero chiuso in palcoscenico -<br>capienza massima | 76     |          | 1  | 100%% |
| 13/10/23 | 13/10/23 | Spettacolo forse che sì forse che no - alunni delle<br>scuole a numero chiuso in palcoscenico -<br>capienza massima | 74     |          | 1  | 100%% |
| 9/6/23   | 9/6/23   | Blu d'estate teatro all'aperto - Ciccio Ninetto -<br>dato orientativo essendo all'aperto - piazzetta<br>Cristallo   | 60     |          | 1  | 100%% |
| 22/06/23 | 22/06/23 | Blu d'estate teatro all'aperto -Forse che sì forse<br>che no - dato medio essendo all'aperto - parco<br>Firmian     | 50     |          | 1  | 100%% |
| 29/06/23 | 29/06/23 | Blu d'estate teatro all'aperto -Niente paura!- dato<br>medio essendo all'aperto - Piazza Pichler                    | 50     |          | 1  | 100%% |
| 30/06/23 | 30/06/23 | Blu d'estate teatro all'aperto -RendezVous —<br>dato medio essendo all'aperto - Piazza Ziller                       | 100    |          | 1  | 100%% |
| 01/09/23 | 01/09/23 | Blu d'estate teatro all'aperto -Il Circo Pouet — dato medio essendo all'aperto - cortile teatro Cristallo           | 100    |          | 1  | 100%% |
| 18/06/23 | 18/06/23 | Entscheiden performance - dato medio essendo all'aperto parco semirurali  | 100    |          | 1  | 100%% |
| 22/07/23 | 22/07/23 | Entscheiden performance dato medio essendo all'aperto Piazza matteottii   | 200    |          | 1  | 100%% |
| 01/09/23 | 01/09/23 | Entscheiden performance - dato medio essendo<br>all'aperto Piazza viale Europa                                      | 100    |          | 1  | 100%% |
| 6/10/23  | 6/10/23  | Entscheiden performance - la lunga notte dei<br>musei - 6 rappresentazioni pubblico circolante                      | 800    |          | 6  | 100%% |
| 12/10/23 | 12/10/23 | Spettacolo forse che sì forse che no - alunni delle<br>scuole a numero chiuso in palcoscenico -<br>capienza massima | 76     |          | 1  | 100%% |
| 13/10/23 | 13/10/23 | Spettacolo forse che sì forse che no - alunni delle<br>scuple a numero chiuso in palcoscenico -<br>capienza massima | 74     |          | 1  | 100%% |
| 21/10/23 | 21/10/23 | A pesca di emozioni rassegna teatro   | 264    |          | 1  | 70%   |
|          |          | Totali parziale 1   | 3210   |          | 24 |       |

| Data da  | Data a   | Rassegna di teatro e spettacoli              | Spett. | attività | 99 | perc. |
|----------|----------|--|--------|----------|----|-------|
| 11/11/23 | 11/11/23 | Abbracci - rassegna teatrale                 | 402    |          | 1  | 96%   |
| 25/11/23 | 25/11/23 | Il gatto con gli stivali - rassegna teatrale | 435    |          | 1  | 110%  |
| 16/12/23 | 16/12/23 | l'uccello di fuoco - rassegna teatrale       | 265    |          | 1  | 70%   |
|          |          | totale parziale 2                            | 1102   |          | 3  |       |
|          |          | Totale parziale 1                            | 3210   |          | 24 |       |
|          |          | Totale attività spettacoli                   | 4312   |          | 27 |       |

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 2023 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 illustrata nella sezione dedicata .

#### Dati presenza del pubblico - attività teatro partecipativo

| data da  | data a   | 2023 attività di teatro partecipativo                   | pres. | att. | gg. | perc. |
|----------|----------|---|-------|------|-----|-------|
| 10/01/23 | 24/05/23 | Cani randagi mercoledì 20 inc. per 24                   | 480   |      | 20  | 100%% |
| 10/01/23 | 24/05/23 | Cani randagi martedì 20 inc per 22                      | 440   |      | 20  | 100%% |
| 18/10/23 | 01/11/23 | Cani randagi mercoledì 3 inc per 28                     | 84    |      | 3   | 100%% |
| 24/10/23 | 31/10/23 | Cani randagi martedì 2 inc per 22                       | 44    |      | 2   | 100%% |
| 10/01/23 | 24/05/23 | Corso danza cont. Controcorrente 11 * 20                | 220   |      | 20  | 100%% |
| 10/10/23 | 31/10/23 | Corso danza cont. Controcorrente 3 * 19                 | 57    |      | 3   | 100%% |
| 10/01/23 | 24/05/23 | On stage 18 allievi - 20 incontri                       | 360   |      | 20  | 100%% |
| 18/10/23 | 24/10/23 | On stage 20 allievi - 2 incontri                        | 40    |      | 2   | 100%% |
| 10/01/23 | 24/05/23 | Corso 6-10 anni 21 allievi - 20 incontri                | 420   |      | 20  | 100%% |
| 24/10/23 | 31/10/23 | Corso 6-10 anni 20 allievi - 2 incontri                 | 40    |      | 2   | 100%% |
| 10/01/23 | 24/05/23 | Corso materne Facciamo finta di 10 - 10 incontri        | 100   |      | 10  | 100%% |
| 24/10/23 | 31/10/23 | Corso materne Facciamo finta di 12 allievi - 2 incontri | 24    |      | 2   | 100%% |

|          |          | Totale presenze pubblico 2023                       | 8393 | 219 |       |
|----------|----------|---|------|-----|-------|
|          |          | Totale attività spettacoli                          | 4312 | 27  |       |
|          |          | Totale attività per il pubblico                     | 4081 | 192 |       |
| 24/10/23 | 19/12/23 | Corso 3-5 media 12 10 inc                           | 120  | 10  | 100%  |
| 24/10/23 | 19/12/23 | Corso 6-10 media 20 10 inc                          | 200  | 10  | 100%  |
| 03/10/23 | 19/12/23 | Controcorrente media 18 is*12                       | 216  | 12  | 100%  |
| 24/10/23 | 19/12/23 | Cani randagi martedì 10 per 25 is media             | 250  | 10  | 100%  |
| 24/10/23 | 19/12/23 | Cani randagi mercoledì 10 per 24 is media           | 240  | 10  | 100%  |
| 24/10/23 | 19/12/23 | On stage 18 media * 10 inc                          | 180  | 10  | 100%  |
| 31/03/23 | 31/03/23 | Tessere legami conferenza performance<br>TanzMuseum | 60   | 1   | 90%   |
| 03/03/23 | 03/03/23 | Tessere legami conferenza 'Tessere legami'          | 60   | 1   | 90%   |
|          |          | 2023 conferenze spettacolo                          |      |     |       |
| 27/05/23 | 27/05/23 | Spettacolo studio corso cani randagi martedì        | 130  | 1   | 100%% |
| 26/05/23 | 26/05/23 | Spettacolo corso On stage                           | 102  | 1   | 100%% |
| 25/05/23 | 25/05/23 | Spettacolo studio corso cani randagi mercoledì      | 120  | 1   | 100%% |
| 24/05/23 | 24/05/23 | Spettacolo corso dai 6-10 anni pubblico             | 94   | 1   | 100%% |

| Tipologia di Servizio: Canali digitali | fascia d'età | n. proposte (escluse stories)                                     | copertura solo<br>del 2023 |
|--|--------------|---|----------------------------|
| FB: Content creation                   | 18-65        | 272   | 113.992                    |
| IG: Content creation                   | 18-65        | 138   | 72.186                     |
| YT: Chicchi di riso                    | 4-18         | 8 - totale visualizzazione solo nuovi video chicchi di riso: 8143 |                            |
| YT: Narr.A.rte                         | 18-65        | 8 - totale visualizzazione solo nuovi<br>video Narra.Arte: 3700   |                            |
|  |              | Totale visualizzazioni YT, compresi i video già presenti:         | 20.699                     |
| Totale complessivo                     |              |   | 206.877                    |

Fonti Dati analytics insight delle rispetti piattaforme - allegati screen nella sezione dedicata alle attività digitali

# 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 gennaio maggio  settembre dicembre 2023 | 20/55        | calcolati su incontri<br>di partecipazione | 2281        |
| Formazione periodo gennaio maggio  settembre dicembre 2023 | 3-5          | calcolati su incontri<br>di partecipazione | 124         |
| Formazione periodo gennaio maggio  settembre dicembre 2023 | 6-10         | calcolati su incontri<br>di partecipazione | 754         |
| Formazione periodo gennaio maggio  settembre dicembre 2023 | 11-16        | calcolati su incontri<br>di partecipazione | 682         |
| Spettacoli teatrali  | 3-65         | calcolati su incontri<br>di partecipazione | 4312        |
| Conferenze spettacolo 2                                    | 20-70        | calcolati su presente a numero chiuso      | 120         |
| Totale complessivo   |              |  | 8273        |

# Impatti dell'attività

#### Ricaduta sull'occupazione territoriale

L'attività che la Cooperativa ha svolto nel 2023, 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 come negli anni precedenti 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 2023 la nostra comunicazione cartacea e digitale è stata presente sui 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 Sudtirol, 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, Sudtirol<br>Bolzano, Janesien, Inside Bz, Mente locale  |  |  |  |

#### Il sito Web

Un altro canale usato per mantenere il rapporto con la collettività è il sito web, sempre molto seguito, che fornisce tutte le ultime news e le informazioni sulle attività programmate. Dalle produzioni ai corsi, dagli stage alle iniziative culturali. Il sito web è ottimizzato per essere fruibile su ogni apparecchio elettronico, come smartphone, computer o tablet. Viene mantenuto costantemente il controllo sull'andamento del sito grazie a Google Business. Sul profilo vengono inoltre caricate le novità in modo che appaiano facilmente a chiunque cerchi sui motori di ricerca la compagnia o key legate a "teatro Bolzano" o "corsi di teatro Bolzano" e simili. Questo fatto anche in grazie all'ottimizzazione SEO.

#### Rapporto con la pubblica Amministrazione

Anche nel 2023 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.

- ambito attività svolta: programmazione rassegna teatrale corsi di formazione nell'ambito dello spettacolo attività di cultura digitale - conferenze spettacolo 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 2023 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 2023 la cooperativa ha sostenuto la sua attività con le entrate avute nella programmazione e realizzazione delle varie attività, proposta di spettacoli teatrali, corsi e attività di formazione, vendita di produzioni teatrali sul territorio nazionale. Inoltre ha avuto un sostegno economico da parte dell'assessorato alla cultura della Provinica Autonoma di Bolzano e dell'Assessorato alla cultura del Comune di Bolzano - un sostegno che si è mantenuto in linea con gli anni precedenti. L'obiettivo perseguito dalla gestione economica del 2023 è stato quello di arrivare ad avere una predita di esercizio minima e sostenibile.

### Attivo patrimoniale, patrimonio proprio, utile di esercizio

#### Dati bilancio economico

Fatturato: 49.372,09

Attivo patrimoniale: 40.613,00 Patrimonio proprio: 21.251,00 Utile d'esercizio: - 6.312,31

#### Valore della produzione

Valore della produzione anno 2023 - 123.311,00 Valore della produzione anno 2022 -114.029,00 Valore della produzione anno 2021 - 108.524,00

#### Composizione del Valore della produzione (descrizione dei ricavi)

Ricavi da pubblica amministrazione: 73.867,83 - 61%

Ricavi da aziende profit: 17.842,51 - 14%

Ricavi da organizzazione del terzo settore e della cooperazione:

Ricavi da persone fisiche: 31.600,66 - 25%

Donazioni (compreso 5 per mille):

totale: 123.311,00

# 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: |           |
| Fatturato per servizio cooperative tip. A   |           |
| Tipologia di servizio   |           |
| Altri Servizi   |           |
| Ricreazione, intrattenimento, animazione e promozione culturale   | 49372,09  |

# Responsabilità Sociale e Ambientale

#### **Buone pratiche**

Nel 2023 abbiamo attivato 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. Abbiamo anche deciso, se possibile, di utilizzare impianti di illuminazione a led, per gli spettacoli, in modo da incidere il meno possibile suo consumo di energia elettrica.

### Partnership, collaborazioni con altre organizzazioni

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

Associazione Cristallo, Circoscrizione Europa Novacella, Centro Santa Chiara di Trento, Teatro Stabile di Bolzano, Associazione Musica Blu, Museo Civico, Libera Università di Bolzano. Altre associazioni Alcune collaborazioni sono state efficaci, altre collaborazioni si sono rivelate difficili e non particolarmente significative.

Denominazione: Associazione la Quinta Danza

Tipologia - Entscheiden - spettacolo performativo.

Con le associazioni presenti sul territorio abbiamo collaborato un un progetto rivolto ai giovani Youth Restart con il nostro spettacolo Entscheiden - centro giovani Pierino Valer, Pad, Villa delle Rose la Strada, Jugenddinest Bozen, Associazione Juvenes, Associazione Officine Vispa, Associazione Bunker, Associazione Cooltour.

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 Aida

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

Associazione Aria teatro

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

Associazione Proscenio 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 anche nel 2023 di differenti collaboratori coinvolti 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.

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 2023, 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.

Sono stati attivati anche rapporti con gli **stakeholder esterni**: 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 awarness.

## **Innovazione**

Nel corso del 2023 la Cooperativa Compagnia teatroBlu ha mantenuto una costante attenzione verso mondo del digitale e delle nuove tecnologie, oltre a quello della contaminazione tra le arti.

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 toglie 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;

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.

• Una comunicazione più contemporanea. Un'ulteriore aspetto innovativo che, partito nel 2021, è proseguito ed è stato sviluppato nel 2023 è stato l'uso di aesthetic video di recitazione, movimento e musica, montati in modo speciale, per comunicare alle persone i progetti prodotti. Il lavoro ha coinvolto gli artisti della compagnia, scenografi, danzatori, musicisti e un videomarker - che si è occupato anche del montaggio dei differenti video. Il risultato è stato originale e la risposta del pubblico attiva. Proporremo questo tipo di comunicazione anche nell'anno 2023.

# Obiettivi di miglioramento 2023

#### 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, un punto che oramai deve essere considerato come una costante vista la direzione fortemente social intrapresa dalla comunità contemporanea.
- Creazione di partnership: con altre realtà presenti sul territorio nazionale. Cercando si superare le barriere e le difficoltà che questa direzione comporta.
- Sponsorship: cercare di creare una rete di sponsor per alcuni progetti specifici. Un obiettivo che intendiamo ancora perseguire anche se molto difficile.
- 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 testate che si occupano di teatro a I livello nazionale. Questo è un punto su cui lavorare con impegno visto che i quotidiani locali sono sempre meno propensi a collaborare significativamente.
- 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.