COMPAGNIA della CORTE

Bilancio Sociale

2020 - 2021

Compagnia della corte
cooperativa sociale Onlus

via Dei Mille 48 - 27100 PAVIA
cod.fis. e p.iva: 01857410185

compagniadellacorte.it

contatti:
posta@compagniadellacorte.it
tel. 0382.574313

Lettera del presidente agli Stakeholders

Gentili Signori,

Compagnia della Corte è una cooperativa sociale onlus costituita nel 2000 che persegue l'interesse generale della comunità alla promozione umana e all'integrazione sociale attraverso la progettazione culturale, la formazione e l'arte. Siamo attivi nel campo del teatro, della formazione, della musica, dei laboratori scolastici e in carcere, forti della convinzione che la cultura migliori la qualità della vita.

Crediamo nella forza del **lavoro collettivo**, dove ciascuno porta la sua competenza e la sua professionalità, dove l'identità e l'unicità di ciascuno sono un punto di forza e il dialogo è sempre una fonte di ricchezza.

Negli anni una profonda **trasformazione sociale ed economica** ha avuto importanti effetti sul modo di fare cultura. È diventato fondamentale dare il giusto valore alle risorse umane e alla collaborazione. Questo è il modo più efficiente per raggiungere degli obiettivi concreti e condivisi.

Per questo vogliamo **dialogare con il nostro pubblico**, per capire le sue reali necessità, per poter costruire con lui, per **creare insieme** qualcosa di bello e di vivo.

Noi siamo qui, tutti insieme, per presentare il nostro lavoro e i nostri valori e per ascoltare, come è sempre stato, le critiche e le riflessioni di tutti coloro che vogliono condividere con noi un **percorso difficile** come, in questo periodo soprattutto, è quello della Cultura.

Buona lettura e grazie

Vittorio Renuzzi

COMPAGNIA della CORTE

Diamo Valore alla Cultura

Premessa

Perché Compagnia della corte ha deciso di realizzare il bilancio sociale?

Con la trasformazione di Compagnia della corte in cooperativa sociale, diventa necessario esplicitare lo spirito e le regole che hanno contraddistinto in questi anni la sua attività e il suo sviluppo, in modo da dar conto anche ai soggetti esterni la sua identità.

Chi l'ha realizzato?

Il Bilancio Sociale è stato redatto dagli amministratori.

Quale grado di **coinvolgimento** interno c'è stato?

In sede di approvazione del Bilancio di Esercizio, il Bilancio Sociale è stato discusso dall'assemblea dei soci, che ne hanno suggerito modifiche e integrazioni.

Quale è **l'ambito** rispetto al quale il bilancio sociale si propone di rendere conto?

Il Bilancio Sociale presenta, distinguendolo per ambiti di attività, tutto l'operato della cooperativa, realizzato nel 2013. Cerca di dar conto di tutte le questioni rilevanti per gli stakeholder. Nella presentazione dell'operato annuale, il Bilancio Sociale mette in relazione per ciascuna attività gli stakeholder coinvolti, il loro grado di coinvolgimento e l conformità con la mission programmatica e strategica della cooperativa.

Quali sono i **limiti** individuati e quali i miglioramenti introdotti? quali ci si propone per il futuro?

Il primo Bilancio Sociale di Compagnia della corte è uno sforzo concreto per trasmettere in modo chiaro il suo lavoro, la sua energia e la sua operosità. Come primo documento è certamente modificabile e migliorabile. Per le prossimi edizioni, infatti, è previsto un maggior coinvolgimento di tutti gli stakeholder, per farlo diventare un'occasione di dialogo e crescita. l'opinione, l'intervento, il consiglio e la richiesta di tutti i soggetti coinvolti, lo renderanno lo strumento per verificare l'efficacia e la corrispondenza dell'operato della cooperativa alle sue premesse statutarie.

Nota Metodologica

Il BILANCIO SOCIALE si propone di illustrare ai **soci** e ai **fruitori** dei servizi lo **spirito** e le **modalità di attuazione** delle attività formative, da un lato per esplicitare in termini rigorosi le modalità operative e partecipative di ciascun socio e dall'altro per indicare ai possibili futuri fruitori dei nostri servizi **lo spirito e la competenza** con i quali saranno vengono realizzati.

Destinatari principali: soci, collaboratori, fruitori, pubblica amministrazione.

Diffusione: il documento, approvato dall'assemblea dei soci, è disponibile in **formato elettronico** sul sito di Compagnia della corte ed è fornito, in sede contrattuale, a tutti gli **stakeholder**.

Riferimenti.
Per l'elaborazione del documento sono stati adottati, come principali riferimenti generali:
GBS, *Principi di redazione del Bilancio Sociale* (2001);
Linee Guida per la Redazione del Bilancio Sociale, Agenzia per le Onlus;
Modello per la redazione del Bilancio Sociale dei CSV, (2006)

Principi e criteri di rendicontazione:

- **chiarezza**: il presente Bilancio Sociale cerca di esprimere le informazioni in modo chiaro e comprensibile;
- **coerenza**: fornisce informazioni idonee a far comprendere agli stakeholder il nesso esistente tra la missione dichiarata, gli obiettivi strategici, le attività effettivamente svolte e i risultati prodotti;
- **completezza**: identifica gli stakeholder che influenzano e/o sono influenzati dall'organizzazione e inserirsce tutte le informazioni ritenute utili per consentire a tali stakeholder di valutare i risultati sociali, economici e ambientali dell'Organizzazione;
- **inclusione**: coinvolge tutti gli stakeholder rilevanti per assicurare che il processo e il contenuto del Bilancio Sociale rispondano alle loro ragionevoli aspettative e/o esigenze;
- **rilevanza**: si propone di rendicontare le attività che riflettono gli impatti significativi economici, sociali e che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder;
- **periodicità**: la rendicontazione è annuale;
- **trasparenza**:tutte le eventuali stime o valutazioni soggettive effettuate devono sono fondate su ipotesi esplicite e coerenti;
- **veridicità**: le informazioni contenute sono verificabili, sia per gli aspetti positivi che per quelli negativi della gestione.

Glossario

Bilancio Sociale: strumento di rendicontazione delle responsabilità, dei comportamenti e dei risultati sociali, ambientali ed economici delle attività svolte da un'organizzazione. Ciò al fine di offrire un'informativa strutturata e puntuale a tutti i soggetti interessati non ottenibile a mezzo della sola informazione economica contenuta nel bilancio di esercizio.

Codice di condotta: documento elaborato su basi volontarie che attesta gli impegni dell'ente verso i propri interlocutori.

Codice Etico: il codice etico è un documento elaborato su basi volontarie che esprime gli impegni che l'azienda assume verso gli interlocutori interni. Inoltre, attraverso il codice etico l'impresa può orientare il proprio comportamento circa importanti questioni ambientali, sociali ed economiche.

Customer satisfaction: processo di conoscenza delle percezioni e delle attese dei clienti verso un servizio o un prodotto. È utilizzato per confrontare in termini relativi la bontà di un determinato servizio offerto al pubblico.

Efficacia: si intende la misura in cui l'ente raggiunge i propri obiettivi. Essa riguarda sia la dimensione propriamente operativa, ovvero la capacità di realizzare gli interventi e i servizi programmati (efficacia interna), sia quella sociale, vale a dire la capacità dell'azione amministrativa di soddisfare i bisogni collettivi e di apportare un cambiamento sul livello di benessere della comunità (efficacia esterna).

Efficienza: è il rapporto tra input e output. L'efficienza tecnica (produttività) misura l'attitudine del processo produttivo a trasformare risorse (input) in prodotto (output). Quando agli input si associa il loro valore economico si ha l'efficienza economica del processo; essa è data quindi dal rapporto tra il costo degli input e gli output. L'organizzazione efficiente, pertanto, è quella che con la minore quantità di input produce una maggiore quantità di output.

Gruppo di studio sul bilancio sociale (GBS): nato nel 1999, per iniziativa di docenti universitari, rappresentanti di società di revisione, di ordini professionali e di professionisti della comunicazione, con il compito di definire i principi di redazione del bilancio sociale.

Missione: si riferisce alle ragioni d'essere dell'ente e agli obiettivi di fondo perseguiti dallo stesso.

Personale retribuito: ci si riferisce non solo al personale dipendente, ma in generale al personale che lavora con una certa continuità per l'organizzazione anche con altre tipologie contrattuali (es. personale con contratto a progetto).

Stakeholder: tutti i soggetti (interni o esterni) che influenzano e/o sono influenzati dall'organizzazione.

Turnover: indica il ciclo di rinnovo o la sostituzione del personale (rapporto tra la differenza tra gli ingressi e le uscite dei lavoratori e il numero complessivo dei lavoratori dell'anno precedente).

Identità

Settore di attività

La trasformazione socio - economica e la diminuzione delle risorse, ci ha spinto a elaborare un nuovo metodo che unisce strumenti narrativi a un approccio strategico per migliorare l'efficienza dei progetti e renderli sostenibili nel tempo.

Nella nostra visione la cultura è lo strumento per fare impresa in modo responsabile e moderno.

Nello svolgimento della sua attività formativa, rientra anche l'organizzazione di eventi teatrali e musicali in collaborazione con gli enti pubblici per la creazione di un nuovo pubblico, ritenendo che il miglioramento delle condizioni di vita dell'individuo passino dalla formazione culturale.

Negli ultimi anni, Compagnia della corte ha affinato le proprie competenze di progettazione culturale con la quale mira a valorizzare il messaggio e rafforzare l'identità dell'evento o del soggetto specifico.

Dati anagrafici e forma giuridica:

COMPAGNIA DELLA CORTE - cooperativa sociale Onlus

Sede legale: Pavia, via Dei Mille 48

codice fiscale: 01857410185

Numero Rea: PV000000227042

Numero iscrizione albo coop: A142673

Albo Regionale delle Cooperative Sociali - Lombardia:

Data di iscrizione: 30/03/2015

(fonte Regione Lombardia-ARCOS; Albo regionale cooperative sociali gestito sino al 14 maggio 2015 dalle province lombarde)

Codice sezione: A

Aree intervento: educativa

Consiglio di amministrazione

Nominato con atto del 28/06/2021

Vittorio Renuzzi (presidente)

Giulia Francioni (consigliere)

Gerardo Saudella (consigliere)

Le cariche amministrative **non prevedono compenso**, neppure in forma di rimborsi forfettari.

Composizione della base sociale

All'approvazione del presente bilancio sociale, Compagnia della corte è composta da 7 soci lavoratori, di cui 2 assunti con contratto di lavoro dipendente.

Identità

Oggetto Sociale come previsto dallo Statuto

La cooperativa si propone, con spirito mutualistico e senza fini speculativi, lo scopo di perseguire l'interesse generale della comunità alla promozione umana e all'integrazione sociale dei cittadini, attraverso la gestione di servizi socio-sanitari ed educativi, di cui all'art. 1 lettera a) della legge 8 novembre 1991 n. 381. Il tutto con l'obiettivo di conseguire finalità di solidarietà sociale e di sostegno della società e delle famiglie nei settori dell'assistenza sociale e socio-sanitaria, della beneficenza, istruzione e formazione a favore prevalentemente, anche se non esclusivamente, di minori, adolescenti e giovani in ambito scolastico nonché a favore di detenuti e persone disabili per assicurare le migliori condizioni di vita sotto il profilo morale, sociale e materiale e per prevenire, ridurre e rimuovere le situazioni di bisogno, di rischio, di emarginazione e di disagio sociale.

Ai fini di cui sopra, i servizi sociali possono essere forniti ai terzi, facenti parte delle categorie bisognose di intervento sociale per motivazioni connesse all'età o alla condizione personale, familiare o sociale, sia gratuitamente, sia a pagamento, a condizioni peraltro possibilmente migliori di quelle rinvenibili sul mercato.

La cooperativa si propone, nel contempo, di far conseguire ai propri soci cooperatori occasioni di lavoro nel settore dei servizi sociali, ed una remunerazione dell'attività lavorativa prestata a migliori condizioni rispetto a quelle ottenibili sul mercato. Pertanto, lo scopo che i soci lavoratori intendono perseguire nella propria sfera individuale è quello di ottenere, tramite la gestione in forma associata e la prestazione della propria attività lavorativa a favore della cooperativa, continuità di occupazione, con le migliori condizioni economiche, sociali e professionali.

La cooperativa, con riferimento ed in conformità al proprio scopo mutualistico e agli interessi e requisiti dei propri soci cooperatori, ha per oggetto la gestione stabile delle seguenti attività:

- organizzazione di laboratori di teatro-terapia e musicoterapia rivolti a bambini, giovani o adulti portatori di disagio fisico, mentale o sociale;

- organizzazione in proprio, o in collaborazione con altri, di eventi culturali volti alla raccolta di fondi a favore di enti no profit e alla sensibilizzazione verso particolari tematiche sociali o sanitarie;

- produzione e promozione di ogni genere di servizio culturale di animazione (ricreativo ed educativo);

- organizzazione e promozione di festival, rassegne e stagioni teatrali sempre finalizzati al raggiungimento dello scopo sociale;

- organizzazione di incontri, convegni, mostre e iniziative culturali, con particolare attenzione al teatro per l'infanzia e per la gioventù;

- organizzazione di laboratori, seminari, corsi di preparazione;

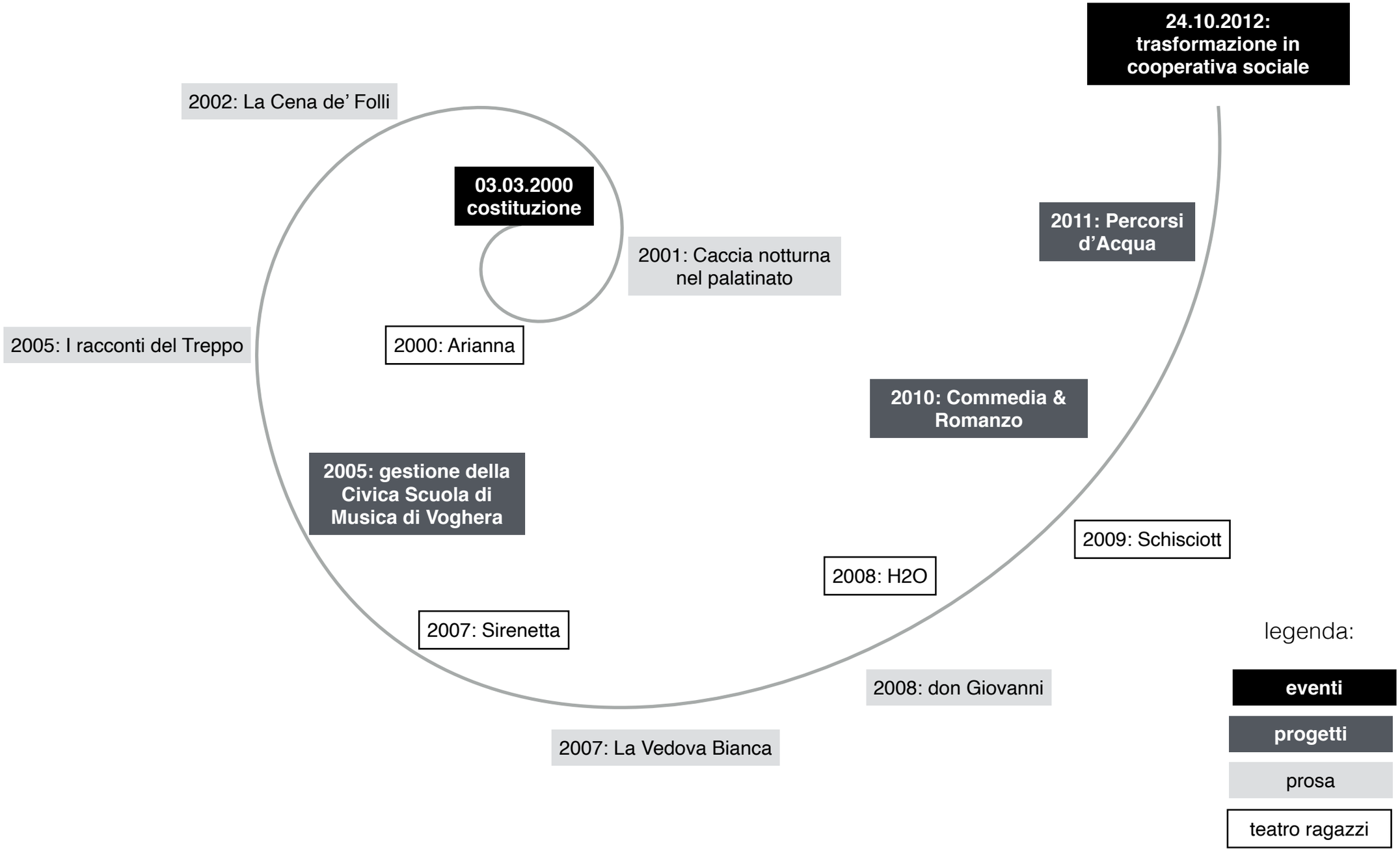
- aggiornamento e formazione per insegnanti, educatori, animatori, genitori e studenti delle scuole dell'obbligo;

- produzione, organizzazione, promozione e distribuzione di produzioni teatrali, spettacoli ed eventi rivolti in primo luogo a minori, giovani, detenuti o disabili;

- elaborazione di materiale didattico diretto soprattutto agli operatori in ambito scolastico.

Essa potrà inoltre compiere tutte le operazioni immobiliari, mobiliari, creditizie e finanziarie atte a raggiungere gli scopi sociali e potrà avvalersi di tutte le agevolazioni di legge.

Storia


24.10.2012: trasformazione in cooperativa sociale
2002: La Cena de' Folli
03.03.2000 costituzione
2011: Percorsi d'Acqua
2001: Caccia notturna nel palatinato
2005: I racconti del Treppo
2000: Arianna
2010: Commedia & Romanzo
2005: gestione della Civica Scuola di Musica di Voghera
2009: Schisciott
2008: H2O
2007: Sirenetta
legenda:
2008: don Giovanni
eventi
progetti
2007: La Vedova Bianca
prosa
teatro ragazzi

Storia

Compagnia della corte, costituita in cooperativa nel 2000, nasce dalla fusione di diverse esperienze più che decennali. Dal 2012 Compagnia della corte è cooperativa sociale.

Compagnia della corte si occupa di promuovere cultura per l'impresa, per il sociale e per la formazione.

Gestisce progetti di diffusione della cultura e di valorizzazione del territorio. Utilizzando i metodi dello storytelling e della drammaturgia, svolge attività di consulenza per la redazione, miglioramento, presentazione e gestione di progetti culturali.

Dal 2012 Compagnia della corte ha accentuato la propria ricerca sui mezzi e metodi di comunicazione, come strumento per migliorare l'efficacia delle proposte progettuali.

Si occupa di analisi dei bisogni e mappatura del pubblico, svolgendo ricerche di Audience Developement e Audience Engagement. Ha realizzato il questionario **ETVAC** (in collaborazione con CSV) sui consumi culturali della città di Pavia.

Nel 2009 realizza la campagna di comunicazione del Laboratorio Interculturale "**Through the Waste**" Attraverso la "Desolazione" in collaborazione con il Centro Universitari Teatro e l'Università di Pavia.

Nel 2010 ha affrontato la promozione del progetto **Commedia & Romanzo**, costruito sull'adattamento di romanzi classici in spettacoli della Commedia dell'Arte, in collaborazione con la Provincia di Pavia.

Del 2011 è il Progetto **Percorsi d'Acqua** sulla sensibilizzazione ecologica.

Dal 2012 collabora con il collettivo **Emporio Winckle**r per l'analisi del discorso, occupandosi dello studio della parola nel contesto e nell'uso all'interno di un progetto di comunicazione.

Nel 2013, nell'ambito delle consulenze progettuali, realizza un apposito servizio di miglioramento degli aspetti di elaborazione e presentazione dell'idea.

Nel 2014 sperimenta nuove modalità di comunicazione nell'ambito del progetto **Twister**, in collaborazione con la rivista Hystrio.

Nel 2015 il progetto **Memento Hominem**, pensato per gli spazi museali, si propone come format in cui l'uso della tecnologia e dello spettacolo non hanno scopi unicamente didattici ma sono strumenti in grado di dare voce all'oggetto in mostra.

Collabora, in qualità di consulente sugli aspetti di compilazione dei budget preventivi e rendicontativi alla realizzazione di **GoAsso** software di gestione degli enti no profit.

storia

COMPAGNIA della CORTE

con il patrocinio di COMUNE DI PAVIA ASSESSORATO ALLA CULTURA

in collaborazione con CENTRO SERVIZI VOLONTARIATO di Pavia e provincia

e ti vengo a cercare...

E ti vengo a cercare con la scusa di doverti parlare perché mi piace ciò che pensi e che dici perché in te vedo le mie radici

F. Battiato

Tanto le amministrazioni locali quanto gli operatori sociali sono consapevoli di quale valore gli interventi di promozione culturale abbiano sulle comunità.
La **cultura** può costituire un **fattore di sviluppo** delle aree urbane o extraurbane se tiene conto dei reali bisogni della cittadinanza dal momento che un'adeguata pianificazione degli interventi migliora l'efficacia delle iniziative e consolida il loro effetto sul territorio anche nel medio-lungo periodo.

Anche a Pavia emerge l'esigenza di acquisire una **maggiore conoscenza del contesto**, delle difficoltà incontrate dai promotori e della effettiva domanda di eventi e servizi collaterali, al fine di pianificare strategie di promozione culturale che rispondano alle aspettative e alle necessità del territorio.
Il progetto "E ti vengo a cercare..." promosso da Compagnia della corte muove da questa considerazioni ed è finalizzato a ricostruire un quadro conoscitivo dell'offerta culturale proposta nella città di Pavia, così come viene percepita dal pubblico e dai promotori.

Attraverso **due questionari compilabili on-line** (uno destinato al pubblico ed uno ai promotori di eventi) verranno acquisiti dati relativi alla composizione dell'offerta attuale, alle modalità in cui i cittadini partecipano e consumano i servizi culturali, al loro grado di soddisfazione e alla percezione che i promotori stessi hanno delle ricadute economico-sociali.

collaborazioni

Università degli Studi di Pavia (facoltà di lettere)

Università degli Studi di Bergamo

Università degli Studi della Calabria

Fondazione Cariplo

Fondazione Piemonte dal Vivo

Fondazione Sviluppo Oltrepo Pavese

Camera di Commercio di Brescia

Collegio Universitario Santa Caterina - Pavia

Almo Collegio Borromeo

Collegio Ghislieri

Salone Teresiano, Biblioteca Universitaria, Pavia

Teatro Fraschini

Teatro Sociale di Stradella

Teatro Civico Tortona

Echo arte e comunicazione - Pavia

Glifo - Pavia

Biblioteche civiche di Pavia, San Martino Siccomario e Landriano

Case Circondariali di Bollate, Voghera, Pavia

Associazione culturale “Società dell’Accademia” di Voghera

Fondazione “Adolescere” Voghera

Centro Tempo Reale, Firenze

Solc Mùsica i Tradiciò del Lluçanès – Barcellona

LE CONSERVATOIRE OCCITAN, Centre des Musiques et danses Traditionelles

Toulouse Midi-Pyrénées - Tolosa

Il Trebbo - Milano

Teatro della Contraddizione - Milano

Associazione BabyGang - Milano

Compagnia Sanpapiè - Milano

OUTIS Centro Nazionale Drammaturgia - Milano

APOLF Centro Formazione Professionale Comune di Pavia - Pavia

CESVIP Lombardia

Hystrio - Trimestrale di teatro

Nuove Settimane Barocche - Brescia

Orchestra Filarmonica Italiana - Bergamo

Codice Etico

Alla base dell'attività di COMPAGNIA DELLA CORTE ci sono alcuni **principi** inderogabili:

1. Chi si occupa di Cultura e Formazione deve essere **trasparente** e **corretto**;

   Non è possibile immaginare di creare Cultura a nessun livello se non si rifiutano scorciatoie, compromessi, elusioni fiscali o legali. L'onerosità burocratica, fiscale o amministrativa è un ostacolo che bisogna rimuovere anche con un'azione politica e collettiva e non aggirare con escamotage e furberie. Solo in questo modo si può crescere.

2. I **rapporti** tra i soci sono precisi e regolamentati;

   I soci e i collaboratori devono essere informati sulle condizioni economiche e gli obblighi connessi alla loro attività. La conoscenza della struttura dei costi, insieme alla consapevolezza del proprio ruolo all'interno di un processo consente di ottenere il massimo dell'efficienza nello svolgimento delle proprie mansioni nel rispetto degli sforzi che l'ente compie per garantire la qualità dei servizi offerti. (Il regolamento dei soci è stato approvato dall'Assemblea il 28.4.2006)

3. Il rispetto **dell'Ambiente**;

   L'attenzione per l'ecologia e la società sono fondamentali. Tutta l'attività deve essere compatibile dal punto di vista ecologico (tutta la documentazione di Compagnia della corte è prodotta e distribuita in formato elettronico, evitando il più possibile l'uso di carta e stampati) e da quello sociale (la formazione nei confronti di soggetti deboli o problematici è sempre supportata da consulenti esperti).

4. **Preparazione** e studio;

   Nessun progetto deve nascere dall'improvvisazione o dall'opportunità, ma ci deve essere un attento esame del problema da affrontare, uno studio dello stato dell'arte e un'analisi degli strumenti da adottare. L'autoformazione è alla base dell'efficacia delle azioni e della loro continuità nel tempo.

Visione

Il nostro logo è una **mano**.
Ricorda una piccola mano esoterica affollata di simboli e amuleti.

È una **mano aperta** che non si chiude a pugno per nascondere o offendere,
ma che mostra la sua **disponibilità** e il suo **carattere**.

Noi siamo così: una mano che si tende all'esterno, che raccoglie
suggerimenti, oggetti, segni **per restituirli come doni o strumenti**.

Missione

Strumenti

L'attività della cooperativa si indirizza essenzialmente su due settori specifici: un'attività **di consulenza** indirizzata agli enti culturali e un'attività di diffusione della cultura con l'obiettivo del miglioramento e della **formazione di un nuovo pubblico** più consapevole.

Gli **strumenti** per il perseguimento di questi fini sono legati alla cultura e alle arti dal vivo in particolare.

La **collaborazione** con altri enti che possano fornire una consulenza essenziale per l'arricchimento degli enti culturali e delle imprese creative perfezionando i loro strumenti.

Metodo

Aiutiamo chi sta cercando di dare vita a un **nuovo progetto**, valorizzando i punti di forza della sua idea e mettendola in relazione con il contesto e l'attenzione di tutti i soggetti interessati.

Ci occupiamo di far comprendere che offrire un prodotto, un servizio o un'esperienza, non garantisce il successo di lungo periodo. È necessario essere **consapevoli** che un'idea fa parte di un **percorso** più ampio; che un progetto per nascere, crescere e vivere deve restare collegato alle aspettative del mondo che lo circonda, alla sua storia, alla sua cultura, al suo futuro.

Audience Engagement

Non si tratta solo di vendere un biglietto in più: il tema è quello di creare uno spettatore appassionato, che tornerà a trovarci perché si sente parte di una comunità. Anzi di instaurare con lui una relazione che possa spingerlo a non essere solo uno spettatore passivo, ma un partecipante attivo.

Formazione

L'attività nasce dalla necessità di creare nuove opportunità di formazione e crescita, per generare una dipendenza dal teatro e dall'arte che faccia crescere (anche numericamente).

Portare in una comunità della buona arte, migliora il gusto e crea dipendenza. E la dipendenza spinge a cercare dentro e fuori di sé nuove suggestioni e ulteriore arte.

Un individuo consapevole del suo bisogno di arte e cultura, vuole vivere in una società migliore.

Progettazione

L'obiettivo è quello di **migliorare l'efficienza** degli enti culturali per **liberare risorse** da destinare alla loro attività istituzionale

Il **metodo** si base su una **struttura temporale** che accompagni gli enti per **tutta la durata** del progetto

passato
condivisione dell'idea e analisi della potenzialità

È necessario capire in che **contesto** ci si muove per essere più **efficaci** nella proposta che si intende fare

determinare la **sostenibilità** e **fattibilità** del progetto culturale

presente
rielaborazione **dell'idea** e definizione degli **obiettivi** per stendere un progetto completo di documentazione descrittiva

Ricerca delle **opportunità** giuste per finanziare il progetto, **analisi dei bandi**

futuro
La **comunicazione** e la **promozione** sono elementi essenziali per la vita di un progetto culturale.

Verifica delle spese sostenute e redazione di bilancio consuntivo, anche in relazione a **rendicontazione** per bandi

Progettazione

principali consulenze

AEP Onlus,
Associazione Musicale Duomo, Biblioteca Teresiana - MIC,
Croce Verde Pavese,
Ecate ETS,
Fondazione Barbara Fanny Facchera Onlus,
Fondazione San Raffaele,
GecoB srl,
Ghilarza Summer School OdV,
Hystrio,
Il Trebbo,
Infonote,
Le Città Visibili APS,
Linee Libere, Linguaggicreativi,
Maria Ausiliatrice - Ente Ecclesiastico,
Minima Theatralia APS,
Nuove, Settimane Barocche ETS,
Orchestra Filarmonica Italiana,
Parrocchia del Carmine,
Pianoinbilico,
Teatro della Contraddizione,
Ticinum Festival APS

principali linee di contributo

FUS 2021; FUS Triennale
FUS Progetti Speciali
EU Horizon 2020
EU bando ERC
Fondazione Cariplo Area Cultura;
Fondazione Banca del Monte di Lombardia;
Fondazioni Comunitarie (Milano, Pavia, Varese, Monza, Lecco)
Fondazione di Sardegna
Regione Lombardia
8 per mille Valdesi
Banca d'Italia
Comune di Milano (attività continuativa)

Voghera Digital - 2021

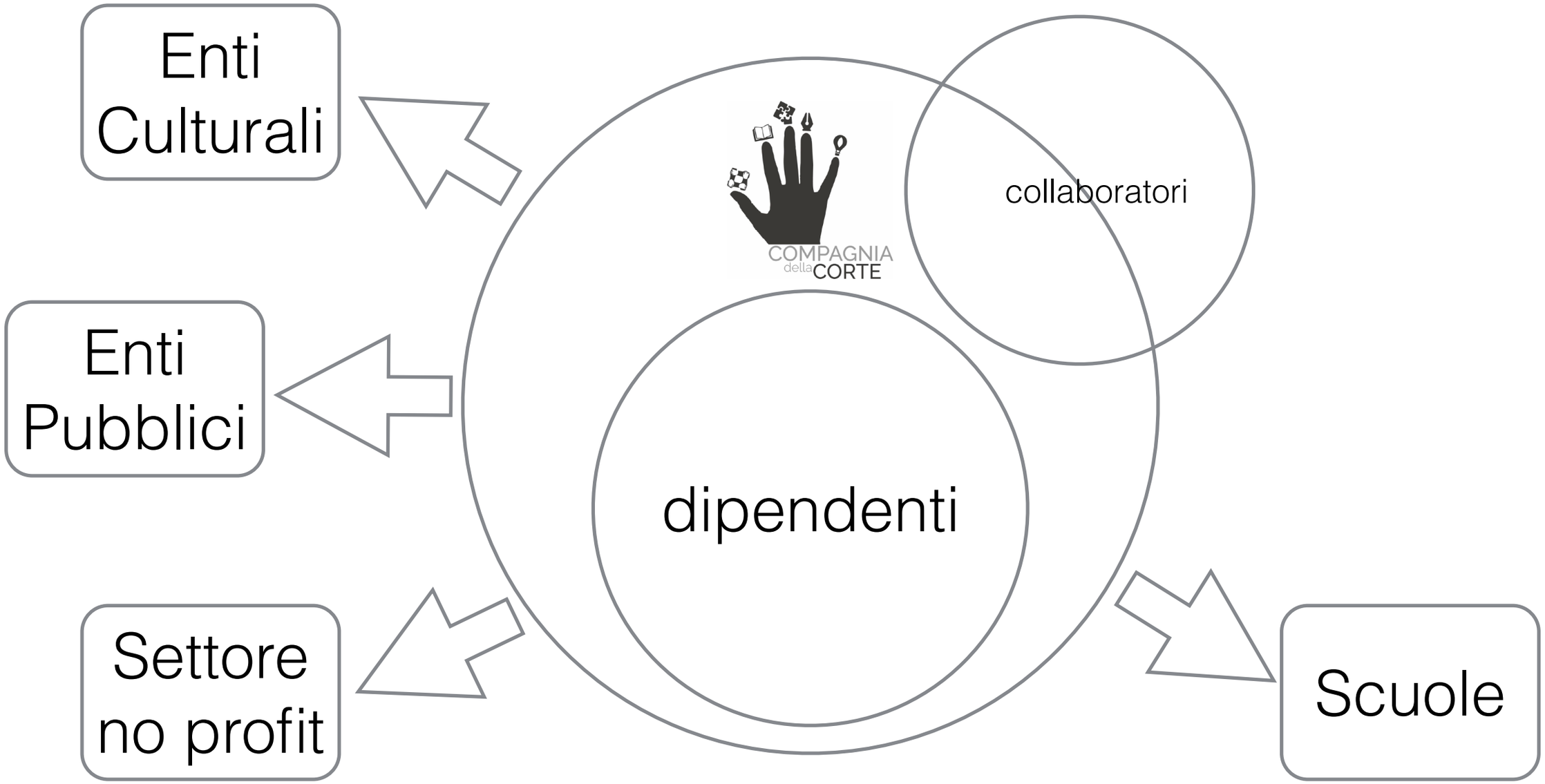
Voghera Digital ha vinto il premio **Best Digital Awards** al **Web Marketing Festival 2021** di Rimini

L'edizione, in collaborazione con il **comune di Voghera** ha l'obiettivo di **creare e rafforzare le connessioni tra PA, aziende e cittadini.**

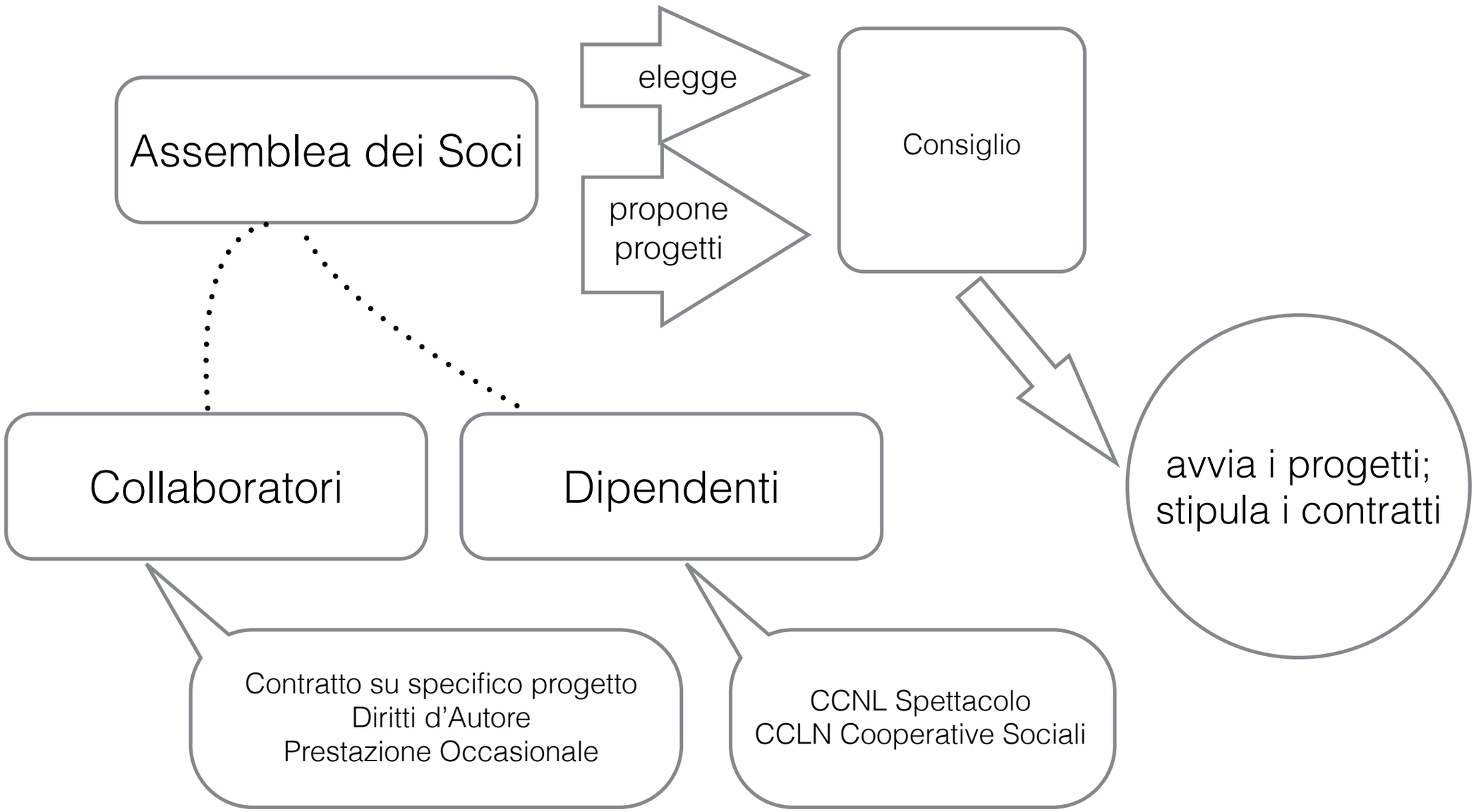
Nelle tre giornate si è parlato di
- **digitalizzazione della PA,**
- **servizi al cittadino,**
- **sviluppo aziende e nuovi orizzonti sul web,**
- **internet per le famiglie,**
- **promozione del territorio e Smart City.**

L'evento è stato trasmesso in digitale per permettere una maggiore
partecipazione e favorire una più efficace relazione tra i partner pubblici e
privati.
La scelta di questo evento in versione virtuale è una soluzione che punta ad
un'alta fruibilità (disponibile sia dagli smartphone che dai computer).
L'evento si è svolto con due tavole rotonde al giorno una alla mattina e una al
pomeriggio.
Sono stati realizzati momenti informativi e formativi alternati a interviste.
La giornata del sabato, dedicata alla famiglia, ha previsto una serie di attività per ragazzi di età compresa tra quelli delle elementari e delle superiori, sempre organizzati in digitale.

Mappa e coinvolgimento Stakeholder



Struttura e Organizzazione



Personale

tipologia	soci	non soci
dipendente	2	0
collaboratore (voucher)	1	1
professionista	4	0
volontario	0	0

Indicatori Economici

Indici di Bilancio

	2019	2020	2021
Indice di Liquidità	1,10	1,49	1,21
Rapporto di Indebitamento	15,45	9,18	83,82
Rotazione dei Crediti in giorni	150,02	100,16	95,12
Incidenza del costo del personale sul valore	0,29	0,20	0,30
Valore della produzione per addetto	29795,00 €	7326,17 €	8845,00 €

Riparto del Valore Aggiunto

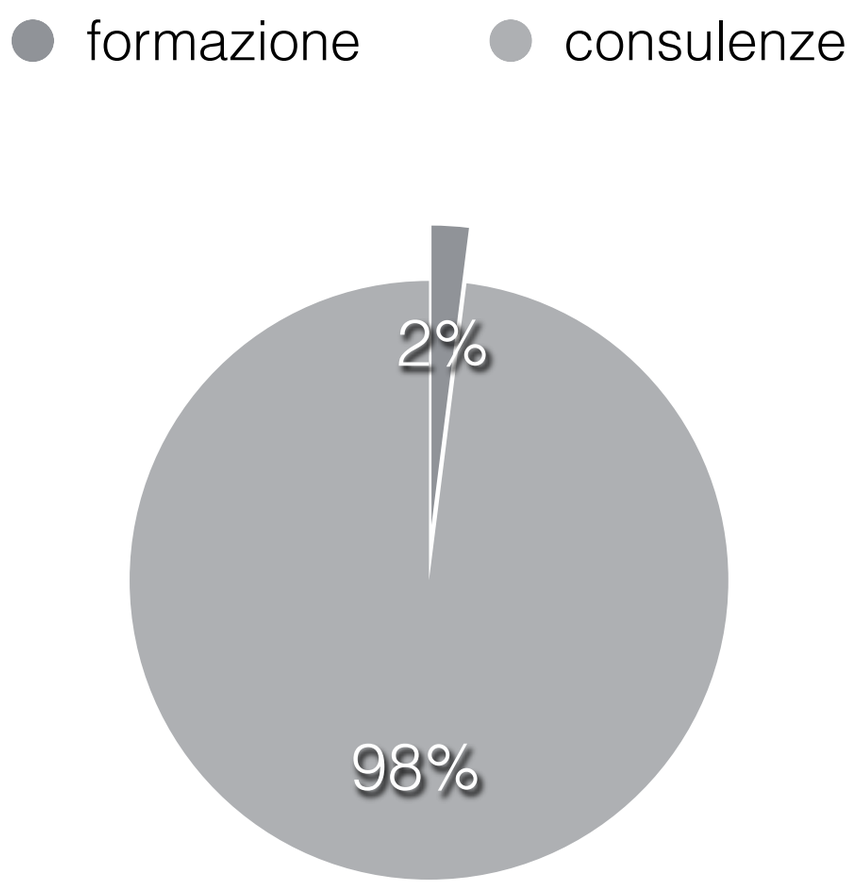
	2019	2020	2021
Remunerazione del personale	43175,00 €	8872,00 €	15842,00 €
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Remunerazione dell'Azienda	5058,00 €	-531,00 €	-4446,00 €

Valore Aggiunto Globale

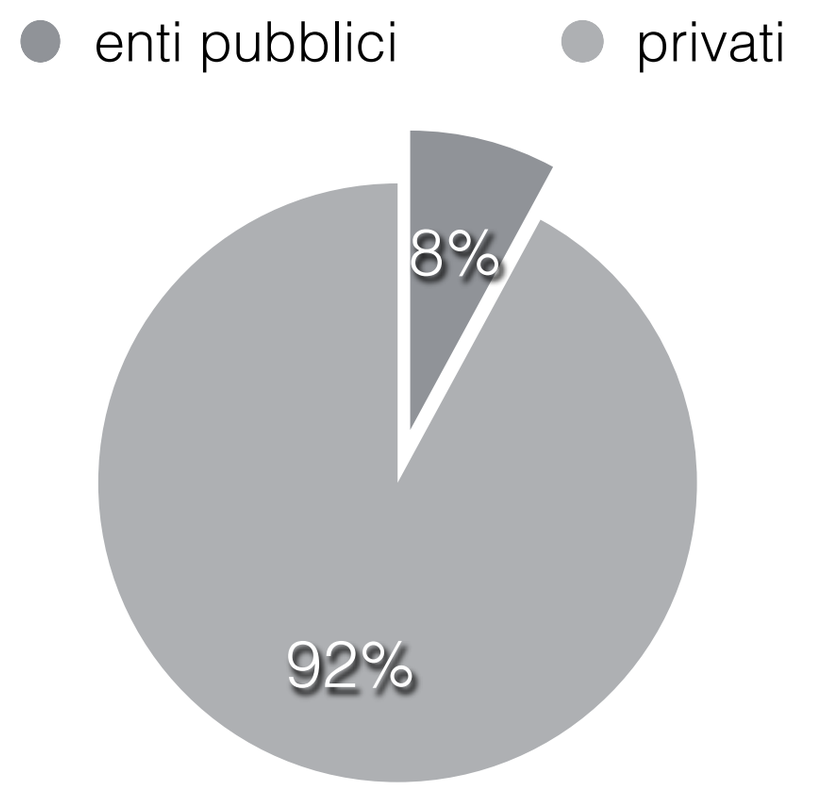
	2019	2020	2021
A - valore della produzione	148975,00 €	43957,00 €	53070,00 €
B - costi intermedi della produzione	99141,00 €	34745,00 €	41003,00 €
Valore aggiunto caratteristico lordo (A-B)	49834,00 €	9212,00 €	12067,00 €
C - Componenti accessori e straordinari	-4431,00 €	20208,00 €	19406,00 €
Valore aggiunto globale lordo (A-B+C)	45403,00 €	29420,00 €	31473,00 €
D - Ammortamenti	619,00 €	0,00 €	0,00 €
Valore aggiunto caratteristico netto (A-B+C-D)	44784,00 €	29420,00 €	31473,00 €
E - Contributo economico attività volontari	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Valore aggiunto globale (A-B+C-D+E)	44784,00 €	29420,00 €	31473,00 €

Indicatori Economici

Fatturato per tipologia di attività



Fatturato per tipologia di cliente



Conclusioni

I 3 obiettivi sono strettamente **collegati**:

- Per migliorare la formazione del personale, occorrono **risorse**, reperibili o attraverso un aumento dell'attività, o tramite contributi su progetti specifici.
- Per aumentare l'attività, però, è necessario che la **competenza** del personale sia adeguata e che si conosca la dinamica dei bisogni degli stakeholders.
- Per ottenere contributi su progetti specifici, occorre analizzare i **bisogni** delle stakeholders e implementare l'efficienza di COMPAGNIA DELLA CORTE attraverso la formazione del suo personale.

Nuovi **partner** e **collaborazioni** consentirebbero: scambi di know how tra il personale;

- possibilità di conoscere ambiti e realtà territorialmente diverse, con **diversi bisogni** e risposte adeguate;
- la **rete di relazioni** renderebbe più interessanti i progetti elaborati al fine dell'ottenimento di **contributi**.

Un **questionario di valutazione**
del presente Bilancio Sociale
sarà disponibile alla pagina Trasparenza sul sito
compagniadellacorte.it

COMPAGNIA
della CORTE