

INVITO A TEATRO
Stagione 2021-2022
DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Indice

1. IL PROGETTO

- Invito a Teatro e l'Associazione Teatri per Milano

2. LA STAGIONE 2020/2021

3. STAGIONE 2021/2022: INVITO A TEATRO C' È

- Invito a Teatro 2020/2021: le formule di abbonamento.
- Invito a Teatro c'è

4. RISULTATI ATTESI

5. ORGANIZZAZIONE E CONTRIBUTI RICHIESTI

- Tempi progettuali
- Assetto associativo
- Contributi richiesti stagione 2021/2022

Allegati

Storico vendite 2016-2020

1_IL PROGETTO

Invito a Teatro e l'Associazione Teatri per Milano

Invito a Teatro nasce nel 1978 per volontà della Provincia di Milano: una particolare formula di abbonamento, trasversale alle strutture produttive teatrali milanesi ed economicamente accessibile, grazie alla quale è possibile assistere a otto spettacoli in otto diversi teatri di produzione.

Con la cessazione dell'attività istituzionale della Provincia di Milano nel 2015 i teatri, d'intesa con le istituzioni, decidono di sostenere e valorizzare l'iniziativa, affidando la totale gestione del progetto all'Associazione Teatri per Milano in stretta collaborazione con Regione Lombardia, Comune di Milano, Fondazione Cariplo enti con i quali viene costituita una cabina di regia, permettendo così anche l'ideazione e l'attuazione di nuove strategie a lungo termine. Le prime due stagioni di attività hanno portato dei sostanziali cambiamenti per il pubblico di Invito a Teatro: innanzitutto la smaterializzazione dell'abbonamento con l'introduzione della card magnetica in PVC (dalla stagione 2016/2017), che permette una gestione più facile e veloce dei propri tagliandi spettacolo; successivamente, nella stagione 2017/2018, altre tre formule di abbonamento hanno affiancato la tradizionale 8 spettacoli in 8 teatri: abbonamento a 10 spettacoli, abbonamento Under26 a 4 spettacoli e abbonamento Extra Urbano a 4 spettacoli. Per la stagione 2018/2019, inoltre, vengono confermate le stesse quattro tipologie e gli stessi costi di abbonamento per consentire al pubblico di assimilare a pieno la novità delle quattro card. La stagione 2019/2020, pur mantenendo le stesse tipologie di abbonamento, presenta diverse novità. Prima fra tutte è l'apertura delle vendite già da maggio 2019, che ha permesso di sperimentare la risposta all'acquisto nei mesi estivi. È stato, inoltre, introdotto un tagliando compagnie lombarde, nel quale i teatri possono inserire fino a due titoli ospitati nelle loro stagioni; questo tagliando contribuisce sia a dare visibilità alle compagnie lombarde, sia ad ampliare l'offerta dedicata agli abbonati. La stagione 2019/2020 presentava risultati in crescita, ma purtroppo è stata interrotta a causa della chiusura dei teatri, disposta per contenere la diffusione del contagio da Covid-19. Nonostante gli abbonamenti venduti siano stati 7.215, la chiusura forzata ha probabilmente azzerato tutti i progressi e i risultati raggiunti a partire dal 2016.

2_LA STAGIONE 2020/2021

La stagione 2020/2021 si presentava da subito difficile: l'incertezza sull'andamento dell'emergenza sanitaria, la paura di frequentare luoghi affollati e al chiuso e, non ultime, le difficoltà economiche seguite al lockdown non incentivavano ad acquistare un abbonamento per la nuova stagione teatrale. Inoltre, molti degli abbonati più affezionati erano in possesso di numerosi voucher da smaltire.

L'Associazione Teatri per Milano aveva, quindi, deciso, in accordo con la cabina di regia, di proporre solo due tipologie di abbonamenti:

Abbonamento a 5 spettacoli al costo di 47,50€ + 2,50€ di prevendita

Abbonamento Under26 a 4 spettacoli + 4 spettacoli omaggio per un accompagnatore al costo di 34€ senza prevendita

L'incertezza del momento, inoltre, rendeva necessaria una grande campagna promozionale dedicata a salvare il pubblico acquisito in questi anni e a cercare di attirarne sempre di nuovo.

Il comitato direttivo, con l'approvazione dell'assemblea dei soci, ha deciso, quindi, di affidare la campagna promozionale 2020/2021 ad un'agenzia specializzata e la scelta è caduta sull'agenzia Profili, che con il concept Invito a Teatro Teatri inVita ha colto perfettamente la necessità di comunicare che i teatri esistono, sono presenti e possono essere frequentati, nonostante tutte le restrizioni, anzi, in piena sicurezza.

La campagna era prevista da ottobre a dicembre 2020, con l'idea di affidare a Profili anche la seconda parte della stagione (gennaio-luglio 2021), sia per il mantenimento dei risultati raggiunti, sia per sviluppare nuove idee soprattutto nell'ambito della comunicazione digitale. Profili ha suggerito un grosso investimento sulla promozione online, senza però rinunciare ai mezzi tradizionali offline. L'agenzia avrebbe dovuto occuparsi di tutta la campagna, compreso

L'ufficio stampa, in modo che la comunicazione fosse il più possibile integrata tra i diversi mezzi di diffusione.

La vendita dei nuovi abbonamenti, iniziata il 5 ottobre 2020, sembrava dare primi risultati incoraggianti (160 abbonamenti venduti al 30 ottobre 2020); tuttavia la stagione 2020/2021 è stata interrotta dal 26 ottobre 2020 a causa dell'aggravarsi della situazione sanitaria che ha comportato una nuova chiusura dei teatri. La campagna di comunicazione è stata sospesa e l'attività dell'Associazione si è concentrata prevalentemente sull'emissione dei voucher di rimborso dei tagliandi inutilizzati, ma anche sullo studio di nuove strategie per sostenere lo spettacolo dal vivo.

A gennaio 2021, il direttivo dell'Associazione, sempre in accordo con la cabina di regia e l'assemblea dei soci, ha deciso di riprendere la collaborazione con Profili, adattandola alla situazione ed iniziare, quindi, una campagna sui social a "teatri chiusi". Con i materiali forniti dai teatri, Profili ha organizzato la pubblicazione di due rubriche settimanali sui canali social di Invito a Teatro; *Le curiosità teatrali*, dedicata a curiosità architettoniche, ma anche a aneddoti storici delle sale teatrali e *I mestieri del teatro*, dedicata alle figure professionali inserite all'interno dei teatri.

Sono state, inoltre, rilanciate attraverso i social e la newsletter tutte le iniziative online promosse dai teatri per restare "InVita", che fossero spettacoli in streaming, interviste, incontri o dibattiti. Il 27 marzo 2021, inoltre, è stato inaugurato ufficialmente il canale YouTube Invito a Teatro con la diretta streaming dell'evento *Dopo un anno, insieme per il teatro di domani*: i direttori di tutti i teatri e le compagnie di Teatri per Milano in dialogo tra loro per ragionare delle prospettive future.

Dal 26 aprile 2021, i teatri hanno finalmente aperto e anche il cartellone di Invito a Teatro, sebbene compresso in pochi mesi, ha potuto offrire ai propri abbonati 26 spettacoli fino al 24 luglio. Come già accaduto nell'estate 2020, non tutti i teatri hanno avuto la possibilità di accogliere il pubblico: Teatri per Milano ha, quindi, continuato la promozione degli eventi online, affiancandola alla comunicazione degli spettacoli in scena dal vivo.

In questi mesi difficili, fondamentale è stata la collaborazione tra tutti i teatri, che hanno fornito i materiali per le rubriche e le informazioni rispetto ai propri eventi online. Nell'emergenza, l'Associazione Teatri per Milano ha dimostrato la propria potenzialità di fare rete per il sostegno delle strutture adesso associate, ma anche della promozione culturale generale.

A fine stagione gli abbonamenti venduti sono stati 194 (169 a 5 spettacoli e 25 Under 26), alcuni acquistati anche dopo che i teatri erano stati chiusi per il nuovo lockdown, soprattutto durante le festività natalizie: un segno importante dell'interesse del pubblico e della necessità di intrattenimento culturale, nonché anche un gesto di sostegno ai teatri che hanno sofferto fermi dell'attività prolungati.

3_STAGIONE 2021/2022: INVITO A TEATRO C'È

La stagione 2021/2022 è la stagione della transizione: rimangono molti degli elementi di incertezza che hanno caratterizzato i precedenti due anni, ma l'avvio della campagna vaccinale e le nuove norme per il contenimento del contagio sembrano far sperare in un ritorno ad un regime di normalità.

Sarà molto importante, quindi, implementare sempre di più l'offerta di spettacoli, anche per consentire l'utilizzo di tutti i voucher di rimborso emessi, e continuare a puntare su una comunicazione sempre più integrata e attraverso molteplici canali.

Invito a Teatro 2021/2022: le formule di abbonamento

Come si è visto, le stesse criticità della passata stagione caratterizzano anche quella che sta iniziando: riduzione dei posti in sala, presenza di numerosi voucher da spendere, preoccupazioni rispetto a future misure restrittive e generale incertezza economica. Di conseguenza l'Assemblea dei soci di Teatri per Milano ha deciso di mantenere le stesse due tipologie di abbonamento proposte lo scorso anno:

Abbonamento a 5 spettacoli al costo di 47,50€ + 2,50€ di prevendita

Abbonamento Under26 a 4+4 spettacoli al costo di 34€ senza prevendita

Prudenzialmente, questi abbonamenti sono stati creati con validità a fine dicembre 2022 per consentirne il completo utilizzo anche in caso di eventuali nuove chiusure dei teatri.

Oltre ai voucher di rimborso della stagione 2019/2020, sono attualmente a disposizione degli abbonati anche quelli derivati da tagliandi inutilizzati della stagione 2020/2021 (circa 530). I primi scadranno a dicembre 2021, mentre i secondi a dicembre 2022, ma per entrambe le tipologie è previsto un uso più flessibile: potranno essere utilizzati anche più voucher per lo stesso spettacolo e per lo stesso teatro, così da incentivarne il consumo ed esaurirli il prima possibile. L'unica regola è che devono essere utilizzati solo per gli spettacoli di Invito a Teatro. L'Associazione valuterà entro la fine dell'anno, in base ai dati degli intervenuti, se procedere con un'ulteriore proroga dei voucher in scadenza.

Le vendite dei nuovi abbonamenti sono iniziate ufficialmente il 1° settembre 2021, con comunicazione tramite newsletter, sito e social; il primo spettacolo della stagione ha debuttato il giorno 6 settembre e il programma, benché presenti già 72 titoli (di cui 40 fino a dicembre 2021), è in continuo aggiornamento. I teatri mantengono ancora una certa prudenza nel definire le proprie attività, soprattutto sul lungo periodo; di conseguenza anche i titoli inseriti in *Invito a Teatro* saranno disponibili in tempi diversi.

Al 14 settembre sono stati venduti 141 abbonamenti, di cui 127 a 5 spettacoli e 14 Under 26; queste cifre, per quanto piccole, sono significative perché indicano la volontà del pubblico di tornare a teatro, nonostante le difficoltà già analizzate.

Invito a Teatro C'è

Invito a Teatro C'è è lo slogan della stagione 2021/2022: dopo essere riuscito a rimanere attivo con le iniziative online, nonostante la chiusura dei teatri, *Invito a Teatro* riafferma la propria presenza e, in generale, quella di tutti i teatri aderenti.

Invito a Teatro C'è lo dimostra ampliando il più possibile l'offerta di spettacoli, non solo per permettere l'utilizzo dei voucher, ma anche per venire incontro alle possibili difficoltà dovute alla contingentazione dei posti nelle sale.

Durante i mesi di chiusura il direttivo si è confrontato con l'assemblea dei soci e la cabina di regia, per introdurre, nella stagione di transizione, piccole innovazioni al cartellone. È stato, innanzi tutto, modificato l'articolo 4.6 del regolamento consentendo ad ogni teatro di inserire tra i propri 6 titoli due ospitalità, a condizione che una sia uno spettacolo di danza. Inoltre, eccezionalmente per la stagione 21-22, viene istituito un tagliando dedicato alle tre compagnie socie: A.T.I.R. Teatro Ringhiera, Compagnia Corrado D'Elia e Teatro de Gli Incamminati potranno inserire due spettacoli ciascuno in *Invito a Teatro*, grazie ad un gruppo dedicato specificatamente a queste realtà.

Continua anche la sperimentazione del tagliando compagnie lombarde: l'avvio nel 2019 sembrava positivo, ma la chiusura dei teatri non ha permesso di avere dati significativi.

Queste minime variazioni sono il preludio a nuove strategie, che verranno studiate nel corso della stagione 2021-2022, per ampliare la rosa di teatri e compagnie partecipanti, oltre che connettere l'abbonamento con discipline diverse dalla prosa.

Invito a Teatro vuole esserci anche con una grande campagna promozionale da diffondere sia nella città di Milano che nel resto della regione Lombardia e attraverso molteplici canali. La campagna si svilupperà dalla fine di settembre a dicembre 2021; non sono escluse ulteriori azioni promozionali da gennaio 2022 in avanti, mesi nei quali, diversamente dal solito, sarà ancora vantaggioso acquistare l'abbonamento: entrambe le tipologie, infatti, presentano pochi spettacoli e avranno validità fino a dicembre 2022, cosicché anche un acquisto in primavera permetterebbe di utilizzare tutti gli spettacoli presenti in abbonamento.

L'Associazione ha fatto tesoro delle potenzialità degli strumenti digitali che verranno sempre più sfruttati grazie alle loro caratteristiche di immediatezza, facilità di aggiornamento e capacità di raggiungere un grande bacino di utenti.

I materiali cartacei non verranno abbandonati, anche per andare incontro alle esigenze di coloro che sono meno avvezzi alla comunicazione digitale, ma saranno sempre collegati a sito e canali social, anche per mezzo di un QR Code, dispositivo che, nell'ultimo anno, buona parte della popolazione ha imparato ad usare.

Come lo scorso anno, non è prevista la pubblicazione dei cataloghi cartacei a causa dell'impossibilità di un'uscita unica con tutti gli spettacoli presenti in cartellone,

I materiali previsti per la stagione 2021/2022 sono i seguenti:

- manifesti affissi in zone strategiche della città in occasione dell'inizio vendite e della campagna natalizia,
- manifesti affissi in provincia di Milano e Monza in occasione dell'inizio vendite e della campagna natalizia,
- adesivi da marciapiede che richiamano il concept della stagione, distribuiti in varie zone strategiche della città (fronte teatri, università, cinema e musei, uscite stazioni ferroviarie e della metropolitana, aree dello shopping e luoghi di divertimento),

- pieghevoli che riportano il programma sintetico della stagione; sono previste due uscite: la prima ad ottobre con il programma fino a dicembre, la seconda uscirà tra fine dicembre e inizio gennaio con il programma fino a fine stagione. In questo modo verranno inseriti nei materiali cartacei tutti gli spettacoli, anche quelli che i teatri programmeranno nel 2022. I pieghevoli saranno distribuiti principalmente nei teatri aderenti; rimane da definire, in base alle norme per il contenimento del contagio, la distribuzione in altri luoghi o tramite il volantaggio.
- cartoline dedicate all'iniziativa Invito a Teatro, anche in questo caso la distribuzione avverrà, principalmente e in un primo momento, nei teatri aderenti,
- sito e newsletter settimanale, necessari per gli aspetti informativi e la gestione del proprio abbonamento, ma anche strumenti di promozione, con i rimandi alle varie possibilità che l'abbonamento offre,
- inserzioni pubblicitarie nei principali quotidiani, compresi gli speciali dedicati al teatro previsti in uscita sia a settembre che a dicembre,
- Google, campagne display per dare una maggiore visibilità all'abbonamento sia per il lancio di stagione che per il periodo natalizio,
- YouTube, verrà potenziata la promozione del neonato canale Invito a Teatro; l'Associazione sta lavorando alla creazione di un video promozionale con protagonisti i teatri aderenti all'abbonamento,
- Facebook, previsto un grosso investimento pubblicitario per le ADV. Verrà mantenuta la programmazione mirata e meglio organizzata dei post, studiata insieme all'agenzia Profili e, inoltre, l'Associazione sta valutando alcuni candidati per l'assunzione di una risorsa interna che si occupi della comunicazione,
- Instagram, la pagina continuerà ad essere gestita in collaborazione con Camera di Commercio, anche in questo caso utilizzando le procedure di gestione e programmazione consolidate nell'ultimo anno,
- spot radiofonici trasmessi su Radio Popolare e Radio Lombardia, a ottobre e a dicembre 2021.

4_RISULTATI ATTESI

La stagione 2021/2022 è già stata definita la stagione della transizione: dal momento di difficoltà sanitaria, economica, sociale dovuto alla pandemia ad un pieno ritorno alla normalità. È importante che questo avvenga anche nel settore teatrale e Invito a Teatro è lo strumento adatto per raggiungere l'obiettivo, grazie alla sua formula che permette di frequentare diversi teatri e assistere agli spettacoli ad un prezzo vantaggioso. Tutte le azioni di comunicazione e promozionali dell'Associazione, quindi, avranno lo scopo di continuare ad accompagnare il pubblico storico dell'iniziativa, ma anche di diffonderne la conoscenza a sempre più spettatori nuovi.

5_ ORGANIZZAZIONE E CONTRIBUTI RICHIESTI

Tempi progettuali

La stagione 2021-2022 si attuerà, nelle sue fasi strategiche ed operative, a partire dal 1° settembre 2021 per terminare il 31 agosto 2022.

Assetto associativo

Nel luglio 2016, in una nuova prospettiva di sviluppo, le strutture teatrali milanesi hanno individuato nell'Associazione Teatri per Milano la migliore costituzione societaria che li unisca in un singolo ente giuridico e che rappresenti l'ampiezza delle strutture di produzione della città. Un'iniziativa che non ha eguali nel sistema teatrale italiano e che opera un netto salto di qualità rispetto ad una semplice rete tra strutture.

Il 5 luglio 2016 viene depositato lo statuto aggiornato dell'Associazione Teatri per Milano e viene eletto il Consiglio Direttivo che rimarrà in carica per 3 stagioni. Viene scelta AGIS Lombarda come sede legale e operativa delle attività che vengono gestite quotidianamente dall'Associazione.

Il Consiglio Direttivo è formato da: Gaia Calimani, Luca Graffieti, Marina Gualandi, Gianmaria Monteverdi, Enza Pineda, Lela Talia. La Presidenza è stata affidata ad una personalità nota nel mondo culturale e rigorosamente super partes: Mimma Guastoni

E' inoltre stato nominato un Collegio Sindacale dei Revisori, composto da: Laura Acquadro (Presidente), Lucia Salvati, Maria Eugenia D'Aquino.

Professionisti operanti in ambito amministrativo e legale supportano l'attività dell'Associazione.

A fine giugno 2019 scade il mandato del Consiglio Direttivo e del Collegio Sindacale dei Revisori che vengono rinnovati durante l'assemblea plenaria dei soci il 26 giugno 2019.

Il nuovo Consiglio Direttivo è formato da Raffaella Crocetta, Gaia Calimani, Serena Agata Giannocari, Luca Graffieti, Enza Pineda, Lela Talia. Viene rinnovata la carica di Presidente per Mimma Guastoni.

Il nuovo Collegio Sindacale dei Revisori, è composto da: Laura Acquadro (Presidente), Anna Chiara Altieri, Maria Eugenia D'Aquino.

Ad oggi i soci sono:

A.T.I.R. Associazione Teatrale Indipendente per la ricerca / Centro d'Arte Contemporanea Teatro Carcano s.r.l. / Compagnia Corrado D'Elia Associazione Culturale / Fondazione CRT Teatro dell'Arte / Teatro dell'Elfo S.C. Impresa Sociale / Fondazione Palazzo Litta per le Arti Onlus / Associazione Culturale PACTA Arsenale dei Teatri / Teatro degli Incamminati / Associazione Teatro della Cooperativa / Accademia dei Filodrammatici / Teatro Franco Parenti Soc. Coop. Impresa Sociale / Teatro i S.c.a.r.l. / La Bilancia Soc. Coop. a r.l. / Tieffe Teatro Milano – Soc. Coop. Impresa Sociale / Associazione Culturale Teatro Out Off / Elsinor Società Cooperativa Sociale / Teatro del Buratto Coop. Sociale

Per la stagione 2021/2022, sono inserite nell'abbonamento le seguenti strutture:

Elfo Puccini Teatro d'arte contemporanea / Menotti Teatro Filippo Perego / MTM Manifatture Teatrali Milanesi - Teatro Litta - Teatro Leonardo / PACTA. dei Teatri SALONE via Dini / Piccolo Teatro di Milano - Teatro d'Europa / Teatro del Buratto / Teatro Carcano / Teatro della Cooperativa / Teatro Filodrammatici di Milano / Teatro Fontana / Teatro Franco Parenti / Teatro i / Teatro Martinitt / Teatro Out Off / Triennale Milano Teatro

Contributi richiesti stagione 2021/2022

Il budget totale del progetto Invito a Teatro per la stagione 2021-2022 è di 93.563,00€

Le quote associative versate annualmente dai soci (1.700€ annue) vengono utilizzate per le attività di gestione.

La prevendita della stagione 2020-2021 e parte della prevendita 2021-2022 (pari a 1.863,00€ IVA esclusa) vengono utilizzate per le attività di gestione e promozione.

Il Trust Filippo Perego di Cremnago Onlus ha confermato l'erogazione liberale di 10.000,00€ come contributo per l'attività di promozione di Invito a Teatro 2021/2022.

Fondazione Cariplo ha confermato un impegno pari a 40.000,00€ per la stagione 2021/2022.

Il partner Camera di Commercio di Milano, Monza Brianza e Lodi fornirà a Teatri per Milano servizi di comunicazione digitale, dedicati in particolare alla gestione del profilo Instagram di Invito a Teatro, per il valore di 20.000€ annui.

Si richiede a Regione Lombardia e Comune di Milano di compensare il disavanzo di 40.000€ annui; per il 2021 è previsto un contributo di 20.000€ da ognuno dei due Enti.

BILANCIO PREVENTIVO TEATRI X MILANO stagione 2021/2022 01/09/2021-31/08/2022	totale stagione 2021- 2022	01 settembre - 31 dicembre 2021	01 gennaio - 31 agosto 2022
COSTI FISSI DI GESTIONE	€ 61.361,00	€ 23.692,12	€ 37.668,88
NOLEGGI MATERIALI	€ 892,00	€ 364,00	€ 528,00
noleggio 2 computer e accessori	€ 892,00	€ 364,00	€ 528,00
			€ 0,00
PERSONALE STRUTTURATO	€ 45.086,39	€ 15.378,12	€ 29.708,27
paga lorda referente organizzativo	€ 30.500,00	€ 10.890,00	€ 19.610,00
referente comunicazione part-time	€ 14.586,39	€ 4.488,12	€ 10.098,27
PRESTAZIONI PROFESSIONALI DI TERZI	€ 6.600,00	€ 4.350,00	€ 2.250,00
studio commercialista	€ 3.000,00	€ 3.000,00	€ 0,00
consulente del lavoro	€ 2.500,00	€ 800,00	€ 1.700,00
consulenze legali (avvocato, notaio)	€ 1.100,00	€ 550,00	€ 550,00
ALTRE SPESE GESTIONALI	€ 8.782,61	€ 3.600,00	€ 5.182,61
spese bancarie	€ 460,00	€ 230,00	€ 230,00
provider siti web - dominio siti - casella pec	€ 1.700,00	€ 1.100,00	€ 600,00
affitto ufficio	€ 6.360,00	€ 2.120,00	€ 4.240,00
varie ed eventuali	€ 262,61	€ 150,00	€ 112,61
COSTI ATTIVITA' (Invito a Teatro)	€ 32.202,00	€ 24.902,00	€ 7.300,00
BIGLIETTERIA	€ 6.000,00	€ 2.750,00	€ 3.250,00
canone assistenza Vivaticket	€ 5.100,00	€ 2.300,00	€ 2.800,00
assistenza Totpax Ribes	€ 900,00	€ 450,00	€ 450,00
PUBBLICITA'	€ 23.402,00	€ 19.852,00	€ 3.550,00
materiali cartacei (pieghevoli e cartoline da distribuire nei teatri)	€ 2.000,00	€ 1.500,00	€ 500,00
stampa ed esposizione adesivi marciapiede	€ 1.852,00	€ 1.852,00	€ 0,00
manifesti per Provincia di Milano (stampa e affissione)	€ 1.700,00	€ 1.000,00	€ 700,00
campagna stampa/inserzioni	€ 15.450,00	€ 14.000,00	€ 1.450,00
Social ADV (Google Display e attività social)	€ 2.400,00	€ 1.500,00	€ 900,00
			€ 0,00
PRESTAZIONI PROFESSIONALI DI TERZI	€ 2.800,00	€ 2.300,00	€ 500,00
grafico	€ 500,00	€ 0,00	€ 500,00
realizzazione video promozionale	€ 2.000,00	€ 2.000,00	€ 0,00
creazione spot audio	€ 0,00	€ 0,00	€ 0,00
distribuzione materiali	€ 300,00	€ 300,00	€ 0,00
TOTALE COSTI	€ 93.563,00	€ 48.594,12	€ 44.968,88
CONTRIBUTI	€ 53.563,00	€ 8.594,12	€ 44.968,88
FONDAZIONE CARIPOLO	€ 40.000,00	€ 0,00	€ 40.000,00
EROGAZIONE LIBERALE -Trust Filippo Perego di Cremona Onlus	€ 10.000,00	€ 7.000,00	€ 3.000,00
RISORSE PROPRIE (Quote associative)	€ 1.700,00	€ 1.594,12	€ 105,88
RISORSE PROPRIE (Prevendita 20/21 + parte prevendita 19/20)	€ 1.863,00	€ 0,00	€ 1.863,00
TOTALE ENTRATE	€ 53.563,00	€ 8.594,12	€ 44.968,88
UTILE / DEFICIT	-€ 40.000,00	-€ 40.000,00	€ 0,00
Le cifre indicate si intendono al netto di IVA			

ALLEGATI – Storico vendite 2016-2020

8 spettacoli		
	STAGIONE 2016/2017	
	Interi	6.056
	Omaggi	61
	TOTALI	6.117
	STAGIONE 2017/2018	
	Interi	4.829
	Omaggi	56
	TOTALI	4.883
	STAGIONE 2018/2019	
	Interi	4.292
	Ridotti	23
	Omaggi	78
	TOTALI	4.393
	STAGIONE 2019/2020	
	Interi	4.230
	Ridotti	145
	Omaggi	98
	TOTALI	4.473

10 spettacoli		
	STAGIONE 2017/2018	
	Interi	374
	STAGIONE 2018/2019	
	Interi	397
	Ridotti	11
	TOTALI	408
	STAGIONE 2019/2020	
	Interi	546
	Ridotti	23
	TOTALI	569
Extra Urbano		
	STAGIONE 2017/2018	
	Interi	65
	STAGIONE 2018/2019	
	Interi	767
	STAGIONE 2019/2020	
	Interi	1.147
Under26		
	STAGIONE 2017/2018	
	Interi	324
	STAGIONE 2018/2019	
	Interi	645
	Omaggi	555
	TOTALI	1.200
	STAGIONE 2019/2020	
	Interi	588
	Omaggi	536
	TOTALI	1.124