

INVITO A TEATRO

Stagione 2020-2021

DESCRIZIONE DEL PROGETTO

Indice

1. IL PROGETTO

- Invito a Teatro e l'Associazione Teatri per Milano

2. LA STAGIONE 2019/2020 E L'EMERGENZA SANITARIA

3. STAGIONE 2020/2021: INVITO A TEATRO, TEATRI IN VITA

- Invito a Teatro 2020/2021: le formule di abbonamento
- Invito a Teatro Teatri inVita

4. RISULTATI ATTESI

5. ORGANIZZAZIONE E CONTRIBUTI RICHIESTI

- Tempi progettuali
- Assetto associativo
- Contributi richiesti stagione 2020/2021

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 a 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.

Le tabelle di seguito illustrano il dettaglio dei venduti e il confronto con le stagioni precedenti: avendo proposto una diversificazione nell'offerta degli abbonamenti, si è verificata una decrescita di vendita dell'abbonamento classico a 8 tagliandi, ampiamente compensata dall'incremento delle vendite delle nuove tipologie di abbonamento; inoltre, una di queste, abbonamento Under26 a 4 spettacoli, avvicina per la prima volta un pubblico specifico, molto importante per lo sviluppo futuro di Invito a Teatro.

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	4.291
Ridotti	23
Omaggi	78
TOTALI	4.392
10 spettacoli	
	STAGIONE 2017/2018
Interi	374
	STAGIONE 2018/2019
Interi	397
Ridotti	11
TOTALI	408
Extra Urbano	
	STAGIONE 2017/2018
Interi	65
	STAGIONE 2018/2019
Interi	767
Under26	
	STAGIONE 2017/2018
Interi	324
	STAGIONE 2018/2019
Interi	645
Omaggi	555
TOTALI	1.200

STAGIONE 2016-2017 – in scena 83 spettacoli

Tagliandi disponibili	48.448	100%
Intervenuti	39.394	81,31%
Non intervenuti	9.054	18,69%

STAGIONE 2017-2018 – in scena 86 spettacoli

Tagliandi disponibili	43.928	100%
Intervenuti	37.304	84,92%
Non intervenuti	6.624	15,08%

STAGIONE 2018-2019 – in scena 86 spettacoli

Tagliandi disponibili	46.468	100%
Intervenuti	39.242	84,45%
Non intervenuti	7.226	15,55%

2_ LA STAGIONE 2019/2020 E L'EMERGENZA SANITARIA

La stagione 2019/2020 è stata la seconda del progetto triennale, che ha avuto inizio nel settembre 2018.

Le formule di abbonamento per la stagione 2019/2020 sono state

- Abbonamento a 10 spettacoli al costo di 97,50€ + 2,50€ di prevendita
- Abbonamento a 10 spettacoli ridotto al costo di 88,00€ + 2€ di prevendita
- Abbonamento a 8 spettacoli al costo di 78€ + 2€ di prevendita
- Abbonamento a 8 spettacoli ridotto al costo di 70€ + 2€ di prevendita
- Abbonamento Under26 a 4+4 spettacoli al costo di 34€ senza prevendita
- Abbonamento Extra Urbano a 4 spettacoli al costo di 48€ + 2,00€ di prevendita

La prima parte della stagione si è svolta regolarmente: le vendite si sono aperte in via sperimentale il 30 maggio 2019 “al buio”, cioè senza che si conoscesse il programma degli spettacoli. La comunicazione dell’apertura vendite è stata data solo agli abbonati delle precedenti stagioni, attraverso la newsletter, e agli iscritti alle pagine social (Facebook e Instagram). L’esperimento ha dato buoni risultati, a fine estate erano stati venduti quasi 1.000 abbonamenti, e permetterebbe di studiare nuove possibilità promozionali sfruttando i mesi estivi.

La campagna abbonamenti è iniziata ufficialmente con la conferenza stampa indetta il 3 ottobre 2019 e si è protratta senza soluzione di continuità fino a fine dicembre 2019. Come già descritto nelle relazioni di rendicontazione, sono stati utilizzati i tradizionali canali di comunicazione, con qualche novità: alle affissioni di manifesti a Milano e provincia, si sono aggiunti gli adesivi promozionali sparsi per i marciapiedi della città. Sono state pubblicate inserzioni sui principali quotidiani sia per l’inizio stagione che per la campagna natalizia; sempre in occasione del Natale sono stati sfruttati gli spot radiofonici (su Radio Popolare e Radio Lombardia) e nelle sale del circuito cinematografico Anteo.

La comunicazione digitale è stata gestita in parallelo da Teatri per Milano, per la pagina Facebook, e Digicamere, per la pagina Instagram.

L’Associazione Teatri per Milano aveva progettato di proseguire, nella seconda parte della stagione, con azioni promozionali volte soprattutto al sostegno degli abbonamenti a 4 spettacoli (Extra Urbano e Under26), facilmente spendibili anche da gennaio in avanti.

La sospensione delle attività di spettacolo e il successivo lockdown necessario al contenimento del contagio da COVID-19 hanno, chiaramente, reso inutile quanto era stato programmato.

Durante i mesi di chiusura, l'attività è stata indirizzata principalmente al coordinamento con le biglietterie dei diversi teatri, per la gestione degli annulli dei tagliandi da abbonamenti Invito a Teatro prenotati o già emessi per spettacoli che non sarebbero andati in scena. Fondamentale è stata anche l'assistenza telefonica e via e-mail agli abbonati, che necessitavano di informazioni, chiarimenti o anche semplicemente di notizie aggiornate sulla situazione dei teatri.

Da marzo a fine luglio, l'Associazione ha utilizzato la cassa integrazione in deroga per il personale, riducendo l'orario di lavoro, in modalità da remoto, a mezza giornata, così da non bloccare del tutto l'attività.

Il DPCM del 17 maggio 2020 ha previsto l'apertura dei teatri dal 15 giugno 2020; tuttavia, solo a alcuni dei teatri aderenti hanno potuto cogliere questa possibilità. Infatti, in molti casi, soprattutto per motivazioni economiche e strutturali, i teatri non avrebbero potuto attenersi alle norme di sicurezza per il contenimento del contagio.

Gli abbonati Invito a Teatro hanno potuto assistere ad alcuni spettacoli già previsti dal cartellone e posticipati in chiusura di stagione, così come, in accordo con i teatri, sono state attivate delle promozioni per gli abbonati sugli spettacoli fuori abbonamento.

I mesi estivi sono stati dedicati anche alla preparazione del sistema di biglietteria per l'emissione, agli abbonati che ne facciano richiesta, dei voucher di rimborso dei tagliandi da abbonamenti 2019/2020 non utilizzati, che risultano essere 28.035 totali.

L'emissione voucher continua attualmente, a cura dell'Associazione Teatri per Milano, che ha deciso di non affidarsi alla piattaforma messa a disposizione da Vivaticket (con un buon risparmio), soprattutto per gestire direttamente il rapporto con i clienti che chiedono il rimborso.

Nonostante la pandemia, i dati di vendita sono soddisfacenti, anche grazie al fatto che la maggior parte delle vendite si colloca tra settembre e dicembre. Sono stati venduti 7.215 abbonamenti totali, così suddivisi nelle varie tipologie:

	Venduti
8 spettacoli	4.230
8 spettacoli ridotto	145
10 spettacoli	546
10 spettacoli ridotto	23
Under26	1.124
Extra Urbano	1.147

3_STAGIONE 2020/2021: INVITO A TEATRO, TEATRI IN VITA

La stagione 2020/2021 si presenta con un inizio difficile: l'incertezza sull'andamento dell'emergenza sanitaria e su possibili nuove restrizioni, la paura di frequentare luoghi affollati e al chiuso e, non ultime, le difficoltà economiche seguite al lockdown non invogliano ad acquistare un abbonamento per la nuova stagione teatrale. Non bisogna dimenticare, inoltre, che anche molti degli abbonati più affezionati potrebbero essere in possesso di numerosi voucher da smaltire. Queste riflessioni hanno accompagnato, durante il lockdown, gli incontri del Consiglio Direttivo, e poi dell'Assemblea dei soci di Teatri per Milano, dedicati a studiare le modalità della ripartenza. È necessario un grande rilancio dell'abbonamento Invito a Teatro e, con esso, un rilancio di tutti i teatri e dell'andare a teatro; un atto assolutamente sicuro, come evidenzia anche la recente indagine a cura di AGIS Nazionale: incrociando i dati di tracciamento dell'app Immuni e le segnalazioni pervenute dalle ASL territoriali, risulta un solo caso di contagio tra i 350.000 spettatori intervenuti nelle sale teatrali tra il 15 giugno e l'inizio di ottobre.

L'Associazione Teatri per Milano ha deciso, quindi, di mettere in campo importanti azioni sia dal punto di vista della biglietteria che della promozione.

Invito a Teatro 2020/2021: le formule di abbonamento

Oltre ai motivi di cui sopra, che potrebbero allontanare il pubblico dai teatri, bisogna anche considerare la riduzione dei posti in sala, necessaria per consentire il distanziamento, ma che diminuirà le possibilità di fruire degli spettacoli in cartellone.

Per tutte queste ragioni, l'Associazione ha 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+4 spettacoli al costo di 34€ senza prevendita

I voucher di rimborso della stagione precedente, che potrebbero essere un ostacolo all'acquisto del nuovo abbonamento, hanno regole più flessibili: potranno essere utilizzati anche più voucher per lo stesso spettacolo e per lo stesso teatro, così da incentivarne il consumo e esaurirli il prima possibile. L'unica regola sarà che devono essere utilizzati solo per gli spettacoli di Invito a Teatro.

Le vendite sono iniziate ufficialmente il 5 ottobre, giorno dal quale è stato anche possibile iniziare a prenotare i primi spettacoli in cartellone, sia con l'abbonamento che con i voucher.

Al 30 ottobre sono stati venduti 161 abbonamenti, di cui 145 a 5 spettacoli e 16 Under 26

Invito a Teatro Teatri inVita

Come si è visto, anche nell'incertezza del momento, è necessaria una grande campagna promozionale per non perdere il pubblico acquisito in questi anni e per cercare di attrarne 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, dopo il vaglio, di alcune proposte la scelta è caduta su quella dell'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 e, anzi, in piena sicurezza.

La campagna si protrarrà da ottobre a dicembre 2020; sono in corso trattative per affidare a Profili un incarico da gennaio a luglio 2021, soprattutto per la comunicazione digitale.

Profili ha suggerito un grosso investimento sulla promozione on line, senza però rinunciare ai mezzi tradizionali offline. L'agenzia si occuperà di tutta la campagna, compreso l'ufficio stampa, in modo che la comunicazione sia il più possibile integrata tra i diversi mezzi di diffusione. Gli strumenti digitali si rivelano molto utili anche per arginare le difficoltà date dal momento di incertezza: la stagione non è ancora definita perché alcuni teatri procedono con molta cautela soprattutto nella programmazione degli spettacoli da gennaio 2021 in poi; il sito, i social e gli altri canali digitali consentono un aggiornamento immediato e continuo del programma.

I materiali cartacei presenteranno un QRCode, leggibile tramite smartphone, direttamente collegato con la pagina "Programma" del sito Invito a Teatro; da questa pagina sarà possibile spostarsi all'interno del sito per reperire anche altre informazioni.

I materiali previsti per la stagione 2020/2021 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 2021. 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,
- Google, campagne display per dare una maggiore visibilità all'abbonamento sia per il lancio di stagione che per il periodo natalizio,
- canalisocial, previsto un grosso investimento pubblicitario per le ADV su Facebook. La gestione della pagina viene affidata a Profiliche stabilirà una programmazione mirata e meglio organizzata dei post,
- canalisocial, la pagina Instagram continua ad essere gestita da Camera di Commercio a seguito della riorganizzazione di Digicamere, che ha cessato la sua collaborazione con Teatri per Milano nell'aprile 2020. Anche in questo caso si sta procedendo ad un'organizzazione della programmazione, cercando, inoltre, di omologare i post all'immagine e al concept della stagione,
- spot radiofonici trasmessi su Radio Popolare e Radio Lombardia, a novembre e a dicembre 2020.

Non verranno utilizzati, per la stagione 2020/2021:

- cataloghi cartacei, a causa dell'impossibilità di un'uscita unica con tutti gli spettacoli presenti in cartellone,
- spot dedicati nelle sale cinematografiche del circuito Anteo, poiché anche la situazione del cinema è molto incerta, con le stesse problematiche dei teatri, a livello di frequentazione del pubblico.

4_RISULTATI ATTESI

Come per tutto il progetto triennale le attività di Teatri per Milano sono finalizzate alla diffusione sempre più ampia dell'abbonamento Invito a Teatro. Per la stagione 2020/2021, la promozione dell'abbonamento assume un significato ancora più importante, perché diventa uno strumento fondamentale sia ad aiutare i teatri e dimostrare il loro essere "inVita" per la città e il territorio, sia per il pubblico che attraverso Invito a Teatro può continuare a frequentare le sale anche nel momento di difficoltà sanitaria, sociale ed economica.

5_ ORGANIZZAZIONE E CONTRIBUTI RICHIESTI

Tempi progettuali

La terza stagione del progetto triennale si attuerà, nelle sue fasi strategiche ed operative, a partire dal 1° settembre 2020 per terminare il 31 agosto 2021.

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 2020/2021, sono inserite nell'abbonamento le seguenti strutture:

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

Il Teatro del Buratto ha richiesto all'assemblea dei soci un anno sabbatico dall'abbonamento Invito a Teatro; infatti i costi di apertura della sala Verdi con capienza contingentata non sono sostenibili, quindi per la stagione 20/21 il Teatro del Buratto si concentrerà solo sulla sala Munari e sul teatro ragazzi. La richiesta è stata accolta all'unanimità durante l'assemblea plenaria dei soci del 25 giugno 2020.

Contributi richiesti stagione 2019/2020

Il budget totale del progetto Invito a Teatro per la stagione 2019-2020 è di 91.700,00€.

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

Il Trust Filippo Perego di Cremona Onlus ha confermato l'erogazione liberale 10.000,00€ come contributo per l'attività di promozione di Invito a Teatro 2020/2021.

Fondazione Cariplo ha confermato un impegno pari a 40.000,00€ per la stagione 2020/2021.

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 2020 è previsto un contributo di 20.000€ da ognuno dei due Enti.

BILANCIO PREVENTIVO TEATRI X MILANO stagione 2019/2020 01/09/2020-31/08/2021	totale stagione 2020- 2021	01 settembre - 31 dicembre 2020	01 gennaio - 31 agosto 2021
COSTI FISSI DI GESTIONE	€ 46.159,00	€ 18.640,00	€ 27.519,00
NOLEGGI MATERIALI	€ 504,00	€ 140,00	€ 364,00
noleggio 2 computer e accessori	€ 504,00	€ 140,00	€ 364,00
			€ 0,00
PERSONALE STRUTTURATO	€ 30.500,00	€ 11.000,00	€ 19.500,00
paga lorda referente organizzativo	€ 30.500,00	€ 11.000,00	€ 19.500,00
PRESTAZIONI PROFESSIONALI DI TERZI	€ 5.800,00	€ 3.500,00	€ 2.300,00
studio commercialista	€ 2.600,00	€ 2.200,00	€ 400,00
consulente del lavoro	€ 2.000,00	€ 800,00	€ 1.200,00
consulenze legali (avvocato, notaio)	€ 1.200,00	€ 500,00	€ 700,00
SPESE CORRENTI	€ 200,00	€ 100,00	€ 100,00
cancelleria	€ 200,00	€ 100,00	€ 100,00
ALTRE SPESE GESTIONALI	€ 9.155,00	€ 3.900,00	€ 5.255,00
spese bancarie	€ 700,00	€ 200,00	€ 500,00
provider siti web - dominio siti - casella pec	€ 1.700,00	€ 1.000,00	€ 700,00
affitto ufficio	€ 6.400,00	€ 2.500,00	€ 3.900,00
varie ed eventuali	€ 355,00	€ 200,00	€ 155,00
COSTI ATTIVITA' (Invito a Teatro)	€ 45.541,00	€ 34.000,00	€ 11.541,00
BIGLIETTERIA	€ 6.300,00	€ 4.200,00	€ 2.100,00
canone assistenza Vivaticket	€ 5.100,00	€ 3.200,00	€ 1.900,00
assistenza Totpix Ribes	€ 1.200,00	€ 1.000,00	€ 200,00
			€ 500,00
PUBBLICITA'	€ 17.741,00	€ 15.000,00	€ 2.741,00
realizzazione card in PVC per la nuova tiplogia a 5 spettacoli	€ 1.300,00	€ 1.000,00	€ 300,00
materiali cartacei (pieghevoli e cartoline da distribuire nei teatri)	€ 730,00	€ 700,00	€ 30,00
manifesti città di Milano (stampa e affissione)	€ 5.160,00	€ 4.500,00	€ 660,00
stampa e distribuzione			€ 0,00
stampa ed esposizione adesivi marciapiede	€ 1.675,00	€ 1.400,00	€ 275,00
manifesti per Provincia di Milano (stampa e affissione)	€ 1.600,00	€ 1.300,00	€ 300,00
campagna stampa/inserzioni	€ 3.400,00	€ 3.000,00	€ 400,00
passaggio spot radio	€ 1.376,00	€ 1.200,00	€ 176,00
Social ADV (Google Display e attività social)	€ 2.500,00	€ 1.900,00	€ 600,00
			€ 0,00
PRESTAZIONI PROFESSIONALI DI TERZI	€ 21.500,00	€ 14.800,00	€ 6.700,00
grafico	€ 5.000,00	€ 4.500,00	€ 500,00
Agenzia Profili per campagna di comunicazione e promozione	€ 16.000,00	€ 10.000,00	€ 6.000,00
creazione spot audio	€ 100,00	€ 100,00	€ 0,00
testi, collaborazioni, varie	€ 200,00	€ 100,00	€ 100,00
rimborsi viaggi, spese	€ 200,00	€ 100,00	€ 100,00
TOTALE COSTI	€ 91.700,00	€ 52.640,00	€ 39.060,00
CONTRIBUTI	€ 51.700,00	€ 12.640,00	€ 39.060,00
FONDAZIONE CARIPILO	€ 40.000,00	€ 940,00	€ 39.060,00
RISORSE PROPRIE (quote associative)	€ 1.700,00	€ 1.700,00	€ 0,00
EROGAZIONE LIBERALE -Trust Filippo Perego di Cremona Onlus	€ 10.000,00	€ 10.000,00	€ 0,00
TOTALE ENTRATE	€ 51.700,00	€ 12.640,00	€ 39.060,00
UTILE / DEFICIT	-€ 40.000,00	-€ 40.000,00	€ 0,00
Le cifre indicate si intendono al netto di IVA			