

BILANCIO SOCIALE 2019

GOLDEN SHOW SRL Impresa sociale - Trieste

PREMESSA

Lettera agli stakeholder

Carissimi, il Bilancio Sociale è un documento che risponde all'esigenza, sempre più attuale, di valutare la cooperativa non tanto in relazione all'insieme di fattori finalizzati ai risultati imprenditoriali, già valutati per altro sotto l'aspetto economico con il bilancio d'esercizio, ma soprattutto in relazione al ruolo e ai compiti che essa svolge nell'ambiente in cui opera. Prescindendo quindi dall'obbligatorietà giuridica, il bilancio sociale è uno strumento di rendicontazione che ci consente di realizzare una strategia di comunicazione diffusa e trasparente, in grado di perseguire il consenso e la legittimazione sociale di ciò che facciamo, premessa per il raggiungimento di qualunque altro obiettivo, compresi quelli di tipo reddituale e competitivo.

Tutti, grazie anche alla lettura del bilancio sociale, dovrebbero essere in grado di promuovere e divulgare il "fare impresa" specifico della nostra impresa sociale e la nostra mission, senza la quale non esisteremmo: essere un ambiente di lavoro idoneo a promuovere percorsi di emancipazione e d'inserimento lavorativo.

Per perseguire coerentemente questo obiettivo la società dà molta importanza alla qualità delle relazioni interne/esterne e del progetto d'inserimento lavorativo attraverso la valutazione individuale delle difficoltà e la condivisione del percorso.

Buona lettura!!!

1.INTRODUZIONE

1.1 .Metodologia

La rendicontazione riguarda l'esercizio 2019.

Il lavoro è stato svolto dal Consiglio di Amministrazione che ha approvato il documento prima di sottoporlo all'approvazione dell'assemblea.

1.2.Riferimenti normativi

Dal punto di vista normativo i riferimenti sono:

- *Decreto attuativo del Ministero della Solidarietà Sociale del 24/01/08 contenente le Linee Guida per la redazione del bilancio sociale da parte delle organizzazioni che esercitano l'impresa sociale;*
- *Delibera n. 147 del 15 aprile 2011 del Consiglio dell'Agenzia per il Terzo Settore - Linee Guida e Schemi per la Redazione del Bilancio Sociale delle Organizzazioni Non Profit*

1.3.Modalità di comunicazione

Il presente bilancio sociale è stato diffuso attraverso l'assemblea soci e sarà pubblicato sul sito della società oltre che essere depositato presso la CCIAA come dettato dalla normativa vigente.

1.4.Data e modalità di approvazione

Il presente bilancio sociale è stato presentato e condiviso e approvato nell'assemblea dei soci del 29/04/2020 in concomitanza con il bilancio d'esercizio.

2.IDENTITÀ DELL'ORGANIZZAZIONE

2.1.Informazioni generali

Di seguito viene presentata la carta d'identità dell'organizzazione al 31/12/2019

Denominazione	<i>GOLDEN SHOW SRL - impresa sociale</i>
Indirizzo sede legale	<i>Via Torre Bianca 26 Trieste</i>
Indirizzo sede operativa	<i>//</i>
Forma giuridica e modello di riferimento	<i>S.r.l.</i>
Eventuali trasformazioni avvenute nel tempo	<i>Fino al 2017 la società era costituita nella forma della srl a capitale ridotto</i>
Tipologia	<i>Impresa Sociale</i>
Data di costituzione	<i>19/02/2012</i>
C.F.	<i>01220880320</i>
p.iva	<i>01220880320</i>
Tel	<i>+39 366 2299602</i>
e-mail	<i>goldenshowtrieste@gmail.com</i>
skype	<i>a.gilleri</i>
Sito internet	<i>http://www.goldenshowtrieste.com</i>
Qualifica impresa sociale	<i>ai sensi della L.118/05 e succ. d.lgs. 155/06 nonché del D.Lgs. 112/2017</i>
Codice ateco	<i>90.02.09</i>

2.2.Oggetto sociale

(estratto dallo statuto, art.5)

La Società ha ad oggetto l'organizzazione e la gestione di 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 all'art.2 del D.Lgs. 112/2017.

In particolare, la Società ha per oggetto le seguenti attività:

- organizzazione eventi di cultura, spettacolo, sport, moda, anche seguendo gli aspetti logistici, economici, finanziari e reperendo risorse pubbliche e private anche in collaborazione con altre associazioni, società o consorzi;*
- assistenza e collaborazione, a richiesta, con artisti, sportivi e personale della moda quali stilisti, modelle, registi per determinate produzioni o eventi o per periodi più lunghi;*
- cura delle pubbliche relazioni e dei rapporti stampa di propri eventi o per conto terzi;*
- organizzazione di produzioni complete o singoli servizi per conto terzi sempre nell'ambito dello spettacolo, dello sport e della moda.*

2.3. Organo amministrativo

(estratto allo statuto, art. 16)

La Società è amministrata, su conforme decisione dei soci, da un Amministratore Unico, o da una pluralità di Amministratori fino ad un massimo di cinque o da un Consiglio di Amministrazione composto da un numero di membri variabile da due a cinque.

Sia nell'ipotesi di organo amministrativo monocratico che collegiale i poteri saranno quelli convenuti nell'atto di nomina come peraltro in caso di pluralità di amministratori, questi opereranno in via tra loro disgiunta o congiunta, con i limiti e modalità stabiliti nell'atto della loro nomina.

Sia i Consiglieri di Amministrazione che gli Amministratori durano in carica per il tempo determinato in sede di nomina, sono rieleggibili e possono essere scelti anche fra non soci.

2.4.Modalità seguite per la nomina degli amministratori

Gli amministratori sono nominati dall'Assemblea dei Soci

2.5.Tipologia di governo

Amministratore Unico

Nome e cognome	Carica
Alessandro Gilleri	nominato in sede di costituzione della società in carica fino a dimissioni o revoca

2.6.Organi di controllo

Sindaco Unico:

Nome e cognome	Carica
Pietro Gurian	Nomina del 14/06/2019 fino ad approvazione bilancio 31/12/2020 compenso annuo € 3.000

2.7.Relazione sintetica della vita associativa

Nel corso dell'anno l'Assemblea si è riunita 2 volte ed ha visto sempre la partecipazione di tutti i soci

Gli argomenti hanno riguardato essenzialmente:

- l'approvazione del Bilancio di esercizio

3.PORTATORI DI INTERESSI

Uno degli elementi che caratterizza l'impresa è la natura multi stakeholder, tale peculiarità fa sì che l'attività dell'organizzazione sia influenzata o influenzi una pluralità di persone, ciascuno con bisogni e diritti diversi. La mappa dei portatori d'interesse è uno strumento fondamentale per la definizione delle strategie dell'organizzazione: la

categoria di stakeholder interni indica le persone che sono coinvolti direttamente e sono capaci di influenzare i processi decisionali e in ogni caso il processo di produzione dell'attività, quella degli esterni all'impresa comprendono coloro che non sono direttamente coinvolti nei processi produttivi, ma in grado di condizionarli.

Riportiamo nella tabella la mappatura dei principali portatori di interessi individuati:

GLI STAKEHOLDERS	LE LORO ISTANZE	GLI IMPEGNI DI GOLDEN SHOW	COMUNICAZIONE E COINVOLGIMENTO
pubblico	<ul style="list-style-type: none"> - qualità dell'offerta culturale e teatrale - economicità 	<ul style="list-style-type: none"> - favorire il coinvolgimento attivo delle famiglie e dei giovani in particolare - agevolare forme di contenimento dei prezzi 	<ul style="list-style-type: none"> - attività di ufficio stampa e supporti di promozione (sito Internet, manifesti, comunicati stampa, newsletter, ecc) - analisi della soddisfazione mediante questionari o focus group
mass media	<ul style="list-style-type: none"> - comunicazione - tempestività - completezza 	<ul style="list-style-type: none"> - curare in maniera precisa e puntuale l'ufficio stampa - favorire possibilità di interviste e approfondimenti - agevolare contatti con le compagnie o gli ospiti 	<ul style="list-style-type: none"> - attività di ufficio stampa e supporti di promozione (sito Internet, manifesti, comunicati stampa, newsletter, ecc) - accrediti
associazioni culturali, sociali, scuole, ecc	<ul style="list-style-type: none"> - collaborazione - visibilità - supporto - spazi 	<ul style="list-style-type: none"> - coltivare un reale spirito di collaborazione - 	<ul style="list-style-type: none"> - attivazione di convenzioni e partnership - attività e supporti di

GLI STAKEHOLDERS	LE LORO ISTANZE	GLI IMPEGNI DI GOLDEN SHOW	COMUNICAZIONE E COINVOLGIMENTO
			promozione (sito Internet, comunicati stampa, newsletter, ecc)
enti organizzatori	<ul style="list-style-type: none"> - supporto - identità - efficienza 	<ul style="list-style-type: none"> - condividere le linee guida di Golden Show - promuovere efficacemente le attività - adottare forme di flessibilità ad hoc - attuare politiche di problem solving 	<ul style="list-style-type: none"> - riunioni periodiche - monitoraggio andamento rassegne - piano di comunicazione condiviso - attività di ufficio stampa e supporti di promozione (sito Internet, manifesti, comunicati stampa, newsletter, ecc)
pubblica amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> - efficienza - trasparenza - condivisione delle linee guida e creazione di rete 	<ul style="list-style-type: none"> - garantire continuità nella restituzione del feedback - assicurare visibilità - assicurare la messa in atto delle linee guida 	<ul style="list-style-type: none"> - report attività - bilancio sociale - incontri istituzionali - riunioni del consiglio direttivo
sponsor	<ul style="list-style-type: none"> - efficienza - visibilità - risultati misurabili - identificazione 	<ul style="list-style-type: none"> - assicurare visibilità - assicurare la professionalità dell'ente - favorire il raggiungimento di nuovi target 	<ul style="list-style-type: none"> - libretto di stagione - attività di ufficio stampa e supporti di promozione (sito Internet, manifesti, comunicati stampa, newsletter, ecc) - coinvolgimento attivo (eventi di co-branding)

GLI STAKEHOLDERS	LE LORO ISTANZE	GLI IMPEGNI DI GOLDEN SHOW	COMUNICAZIONE E COINVOLGIMENTO
			<ul style="list-style-type: none"> - conferenza stampa - festa del teatro - bilancio sociale
fornitori	<ul style="list-style-type: none"> - puntualità - trasparenza - correttezza 	<ul style="list-style-type: none"> - assicurare il pagamento puntuale - predisporre regole chiare per l'aggiudicazione di appalti e incarichi 	<ul style="list-style-type: none"> - sito Internet - risposte chiare e puntuali via mail, tramite la pec o al telefono - bilancio sociale
personale (staff)	<ul style="list-style-type: none"> - stabilità - correttezza - valorizzazione - flessibilità - crescita professionale 	<ul style="list-style-type: none"> - evitare barriere gerarchiche - garantire la sicurezza sul lavoro - favorire l'acquisizione di competenze e la transizione a ruoli adulti nei giovani - curare la formazione - restituire la valutazione annuale sul raggiungimento degli obiettivi - conciliazione lavoro-famiglia - condivisione degli obiettivi 	<ul style="list-style-type: none"> - riunioni di staff - riunioni tecniche - condivisioni di documenti - incontri informali periodici
organismi dell'Impresa	<ul style="list-style-type: none"> - coinvolgimento - trasparenza - condivisione di valori 	<ul style="list-style-type: none"> - condividere le linee guida - informare puntualmente 	<ul style="list-style-type: none"> - riunioni periodiche - bilancio sociale

GLI STAKEHOLDERS	LE LORO ISTANZE	GLI IMPEGNI DI GOLDEN SHOW	COMUNICAZIONE E COINVOLGIMENTO
		<ul style="list-style-type: none"> sull'andamento delle attività - coinvolgimento nell'ideazione e nella realizzazione di percorsi - culturali 	
- organizzatori di spettacoli	<ul style="list-style-type: none"> - efficienza - supporto - visibilità - spazi 	<ul style="list-style-type: none"> - garantire il supporto tecnico, promozionale e amministrativo - adottare forme di flessibilità ad hoc - attuare politiche di problem solving 	<ul style="list-style-type: none"> - sito - social network - Duvri, Dvr - schede tecniche
- altri teatri locali	<ul style="list-style-type: none"> - differenziazione dell'offerta - partnership - visibilità 	<ul style="list-style-type: none"> - attenzione ad evitare proposte concorrenziali - osare senza paura di contaminazioni 	<ul style="list-style-type: none"> - iniziative comuni - attività di promozione concordata (sito Internet, conferenze - stampa, newsletter, ecc)
- compagnie, artisti, relatori	<ul style="list-style-type: none"> - visibilità - professionalità - correttezza - puntualità 	<ul style="list-style-type: none"> - favorire l'alternanza dei soggetti e degli incarichi - garantire il supporto tecnico e promozionale - attuare politiche di problem solving - ospitalità - accoglienza 	<ul style="list-style-type: none"> - attività di ufficio - stampa e supporti di promozione (sito Internet, manifesti, comunicati stampa, newsletter, ecc)

4.RELAZIONE SOCIALE

Vengono di seguito riportati alcuni indicatori relativi ai portatori di interessi interni:

4.1.Lavoratori

Voce non significativa stante il minimo apporto prestato, sia in termini assoluti che in relazione alle voci di bilancio.

4.2.Partecipazioni

La società non detiene partecipazioni; la società non è partecipata da altre imprese, imprese sociali o altri enti senza scopo di lucro

4.3.Principali reti e collaborazioni attive con altri enti e soggetti pubblici o privati

*La società collabora con il Comune di Trieste per la rassegna Triestestate, con il Comune di Gradisca, con la Regione Friuli Venezia Giulia, con la Regione Lazio, con la Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura Venezia Giulia di Trieste, con la Beko SpA, con Teatri e Festival italiani ed esteri. Nel 2018 ha avuto il riconoscimento dal Mibac per il triennio 2018/2020 di prima istanza quale **IMPRESA DI PRODUZIONE DI TEATRO DI INNOVAZIONE NELL'ÀMBITO DELLA SPERIMENTAZIONE E NELL 'AMBITO DEL TEATRO PER L'INFANZIA E LA GIOVENTÙ***

4.4.Valutazione degli amministratori circa i rischi di tipo economico-finanziario cui l'ente è potenzialmente esposto e dei fattori generali che possono compromettere il raggiungimento dei fini istituzionali e descrizione delle procedure poste in essere per prevenire tali rischi.

Da quest'anno l'attività prima finanziata interamente dalla proprietà, condizione questa non ulteriormente sostenibile, ha avuto contributi a livello locale e su fondi nazionali di

settore.

5. OBIETTIVI E ATTIVITÀ

5.1. Finalità principali dell'ente, in coerenza con quanto previsto nell'atto costitutivo o statuto e con specifico riferimento agli obiettivi di gestione dell'ultimo anno.

Si rimanda all'oggetto sociale.

5.2. Riassunto delle principali attività che l'ente pone in essere in relazione all'oggetto sociale con specifica descrizione dei principali progetti attuati nel corso dell'anno.

Di seguito viene presentata una sintesi delle attività svolte alla GOLDEN SHOW:

- MUSICA: non abbiamo sviluppato produzioni musicali che riguardassero l'Operetta, l'Opera Lirica, il Musical.*
- TEATRO: Le nostre produzioni teatrali sono state:*
 - *"Voci dal Cortile" di Edna Mazya Regia Enrico Maria Lamanna;*
 - *"Il Collezionista: Evan Gorga dalla Bohème a Palazzo Altemps" di Maria Letizia Compatangelo, Regia di Alessandro Gilleri ;*
 - *"Griselidis: Memorie di una Prostituta" di C. Zahonero dall'Opera di Griselidis Real- Regia Juan Diego Puerta Lopez;*
 - *"Gaia in veloce scherzoso discorso al mondo" di Stefania Ventura, regia di Luca Negrone;*
 - *"Una Casa di Donne" di Dacia Maraini, regia di Jacopo Squizzato*
 - *"Le Donne del Commendatore: Femmine in rivolta da Scarpetta ai De Filippo" di e con Stefania Ventura, regia di Gino Matruncola*
 - *"Love's Kamikaze di Mario Moretti, regia di Claudio Boccaccini*
 - *"Nikola Tesla a Portrait" di e regia Jacopo Squizzato,*

- *"Così parlò Monna Lisa" di e regia Antonio Piccolo.*
- *"Uscita di Emergenza" di Manlio Santanelli , regia di Claudio Boccaccini*
- *"Aspettando Godot" di S.Becket , regia di Claudio Boccaccini*
- *"Atletico Short Stories" di Andrea Mitri, regia Jean Philippe Pearson*
- *"QUI" di e regia Elvira Scorza*

La società svolge la propria attività in tutto il territorio della nazionale, le produzioni sono state rappresentate a:

□ *IN REGIONE*

- *Trieste*
- *Muggia*
- *Gradisca*
- *Colugna di Martignacco*
- *Sedegliano*

□ *FUORI REGIONE*

- *Acquapendente*
- *Roma*
- *Fossano (Cn)*
- *Frascati*
- *Milano*
- *Firenze*
- *Castelnuovo Val Delsa (Fi)*
- *Sesto Fiorentino(Fi)*
- *Catania*
- *Isernia*
- *Napoli*

- *Teramo*
- *Torino*
- *Vercelli*
- *Turku (Finlandia)*
- *Goteborg (Svezia)*
- *Koper (Slovenia)*
- *Izola (Slovenia)*

5.3. Analisi dei fattori rilevanti per il conseguimento degli obiettivi, distinguendo tra quei fattori che sono sotto il controllo dell'ente e quelli che non lo sono;

Il controllo di gestione assieme ad una apprezzabile scelta qualitativa delle produzioni e collaborazioni sono elementi che sono sotto il controllo dell'impresa, il riscontro ed il conseguente ritorno economico degli stessi nei confronti del pubblico rappresentano l'alea dell'attività.

5.4. Valutazione - utilizzando specifici indicatori qualitativi e quantitativi - dei risultati conseguiti ed in particolare dell'impatto sul tessuto sociale di riferimento, dei principali interventi realizzati o conclusi nell'anno, con evidenza di eventuali scostamenti dalle previsioni.

Gli indicatori che vengono utilizzati hanno riguardo al numero degli spettacoli, al luogo di effettuazione al riscontro degli spettatori.

Il numero degli spettacoli ha riguardo ad una progressione produttiva che porti l'attività compatibile con i parametri del Mibact, tali da permettere nel triennio 2018/2020, l'accessibilità al finanziamento ministeriale. La diversa localizzazione ha riferimento ad una equa distribuzione su tutto il territorio nazionale con particolare riferimento anche alle periferie e le zone socialmente e culturalmente depresse. Il numero degli spettatori è afferente ai due precedenti criteri ed ha riguardo ad un servizio mirato anche ai giovani

ed alle categorie disagiate, con particolari strategie di vendita.

5.5. Forme di coinvolgimento dei lavoratori e dei beneficiari delle attività;

Ai lavoratori vengono riservate particolari condizioni di accessibilità per parenti agli spettacoli prodotti con il loro contributo. I giovani si vogliono coinvolgere attivamente da un punto di vista professionale offrendo opportunità di lavoro in ambito nazionale ed internazionale e da fruitori , con laboratori o convenzioni Scuola Lavoro.

5.6. Attività di raccolta fondi svolte nel corso dell'anno.

Confermata la sponsorizzazione con la Beko

5.7. Indicazione delle strategie di medio lungo termine e sintesi dei piani futuri.

Gli obiettivi della società sono conseguimento maggiori finanziamenti pubblici dopo il riconoscimento MiBAC per il triennio 2018/2020 , cercando di rendere costanti quelli della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia, della Regione Lazio ed altri enti Locali e proseguire nella internazionalizzazione dell'attività, visti i successi conseguiti in Finlandia, Svezia, Slovenia.

6. ESAME SITUAZIONE FINANZIARIA

Si rimanda alla lettura del Bilancio d'Esercizio.

Grazie per l'attenzione!