

SOCIO FONDATORE



COMUNE DI SANREMO



SOCIO FONDATORE



PROVINCIA DI IMPERIA

RELAZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE AL BILANCIO CONSUNTIVO 2021

PREMESSA

Dall'analisi del bilancio predisposto per l'anno 2021, confrontato con il Piano di sviluppo 2021/2032, si evince che la Fondazione, pur continuando a vivere momenti di difficoltà economica e finanziaria per le ben note motivazioni, ma anche per la situazione sanitaria che ha rischiato seriamente di peggiorarle, con grande impegno è riuscita a raggiungere gli obiettivi istituzionali preventivati e descritti anche nel progetto culturale inviato al Ministero.

L'esercizio in esame chiude con una perdita di Euro 63.858.

I ricavi totali sono pari ad € 2.782.727 di cui € 290.512 per attività concertistiche, € 2.153.940 per contributi e € 164.000 per sponsorizzazioni a fronte di costi (incluse imposte) pari ad € 2.846.664.

Per quanto riguarda i contributi pubblici si rileva che il Ministero dei Beni Culturali ha erogato l'importo di euro 901.186, incrementando quanto erogato nel 2020 grazie al contributo aggiuntivo per la realizzazione dei concerti in streaming e la Regione Liguria ha erogato l'importo di euro 152.757, con un incremento di circa 50.000 euro rispetto all'anno precedente.

Tra le passività le voci più rilevanti sono il Fondo TFR, pari ad € 1.902.923,00 e i debiti per € 2.403.187,00, di cui € 1.400.000,00 (oltre i 12 mesi) verso Comune di Sanremo per un prestito da rimborsare a rate.

Per quanto riguarda i complessi aspetti fiscali legati alla gestione della contabilità, si fa espressamente riferimento alla prima parte della Nota Integrativa in cui vengono esposti i criteri base di suddivisione tra ramo "istituzionale" ed il ramo "commerciale" dell'attività della Fondazione. Tali criteri, stabiliti in conformità alle vigenti normative tributarie, verranno adottati anche per i futuri esercizi.

E' comunque opportuno evidenziare che, per le restrizioni derivanti dall'emergenza pandemica, è impossibile raffrontare il risultato di bilancio 2021 con quanto previsto dal Piano di Sviluppo, sia per quanto riguarda i ricavi che i costi.



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



REGIONE LIGURIA

*FONDAZIONE ORCHESTRA SINFONICA DI SANREMO
ISTITUZIONE CONCERTISTICA ORCHESTRALE NAZIONALE
E ISTITUZIONE CULTURALE DELLA REGIONE LIGURIA*



SOCIO FONDATORE



COMUNE DI SANREMO



SOCIO FONDATORE



PROVINCIA DI IMPERIA

Tuttavia, il 2021 è stato un anno importante e di svolta per la Fondazione Orchestra Sinfonica di Sanremo. Il nuovo CDA – attivo da luglio 2021 - ha avviato un importante processo di rinnovamento che ha coinvolto ogni funzione e attività: dall'organizzazione alla comunicazione, dagli aspetti economici, ai rapporti con le istituzioni, con la città, con il pubblico e gli enti culturali del territorio.

Per poter svolgere questa attività di riorganizzazione aziendale e individuazione di nuovi processi per rinnovare il ciclo operativo della Fondazione, la stessa ha conferito incarico ad un consulente aziendale che, d'intesa con il Presidente, ha predisposto tutta la documentazione propedeutica alla programmata richiesta di ottenimento da parte di Ente Certificatore di livello internazionale della Certificazione ISO 9001.

Il Consiglio di Amministrazione della Fondazione nella sua attività di analisi e riorganizzazione della struttura dei conti della Società ha maturato le seguenti considerazioni :

- a) L'attivazione del FIS per 7 settimane ha contribuito a ridurre la perdita, ma ha cagionato disagi e problemi costringendo l'Orchestra ad un'intensificazione dell'attività artistica nella seconda metà dell'anno che ha impegnato i professori per due concerti la settimana e ha inciso, negativamente, sulla presenza del pubblico per ogni rappresentazione. Cionondimeno sono stati raggiunti risultati positivi ascrivibili alla scelta del CDA di coinvolgere, come sopra anticipato, il "territorio" sottoscrivendo partenariati (con il liceo Cassini di Sanremo e il Mibact) per coinvolgere così, nell'attività concertistica istituzionale, nuovo pubblico.
- b) La nuova strategia: due le parole chiave della nuova strategia, fortemente correlate alla musica ma che sono state applicate ad ambiti molto più ampi: "**ascoltare**" e "**raccordare**". A inizio mandato il nuovo cda si è messo in **ascolto** dei Professori dell'Orchestra, del personale degli uffici, dei collaboratori. Un passo fondamentale per mettere mano ad un'organizzazione che faticava a stare al passo con le esigenze e le potenzialità della Fondazione. Con la stessa attenzione e voglia di capire, l'ascolto si è allargato ed è diventato **ascolto della città**. È stato chiaro allora come questa non riconoscesse più nell'Orchestra il valore di una delle più antiche e prestigiose realtà musicali italiane. Da qui si poteva spiegare il progressivo allontanamento del pubblico, la disaffezione e un atteggiamento spesso fortemente critico soprattutto da quella parte di pubblico che ricordava gli "anni d'oro" della Sinfonica. Quindi, per tornare ad essere ascoltata la Sinfonica doveva per prima cosa **imparare ad ascoltare tutte le "voci" di Sanremo**.



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



REGIONE LIGURIA

FONDAZIONE ORCHESTRA SINFONICA DI SANREMO
ISTITUZIONE CONCERTISTICA ORCHESTRALE NAZIONALE
E ISTITUZIONE CULTURALE DELLA REGIONE LIGURIA



SOCIO FONDATORE



COMUNE DI SANREMO



SOCIO FONDATORE



PROVINCIA DI IMPERIA

Nel farlo la Fondazione si è imbattuta nei problemi - molto pratici - della città, in quelli dei cittadini e delle diverse realtà culturali che portavano avanti le loro attività con impegno e dedizione in un territorio e in periodo storico complessi.

Nella storia del nuovo cda è così entrata in scena una seconda parola fondamentale che ne ha guidato le attività: **“raccordare”** ascoltato a fondo e compreso il contesto, l'azione migliore che si potesse fare era **creare dei raccordi**, connettere nodi, ciascuno fondamentale, per **formare una rete** che potesse abbracciare e **“portare acqua”** a tutta la città.

In ogni azione - e investimento - che fosse per una campagna di promozione o la produzione di un concerto, era possibile lavorare a un **bene comune** e provare insieme a trasformare i problemi in opportunità.

Da tutto questo sono nati i **progetti e collaborazioni** come:

- **“La cultura (r)innova la città”** progetto in collaborazione con Il Comune di Sanremo che sta permettendo di restaurare le pensiline delle fermate degli autobus che da anni versano in uno stato di totale abbandono e al tempo stesso di **“brandizzarle”** con le comunicazioni della Sinfonica di Sanremo (calendario stagione, iniziative speciali, ecc) e di alcune importanti realtà culturali della città che solitamente hanno poca visibilità;
- la rassegna **“Festival della Musica Barocca”** che porta note e riflettori in luoghi che non sempre sono al centro della vita cittadina e culturale come meriterebbero;
- la partecipazione alle **“Giornate Europee del Patrimonio”** e la sigla di un protocollo di intesa con la **Direzione regionale Musei Liguria** che portano concerti al Museo di Santa Tecla di Sanremo e al Teatro Romano di Ventimiglia;
- la collaborazione e la sigla di un protocollo con il **Liceo Cassini** per sostenere l'avvio del primo Liceo Musicale della città e i tanti **progetti per e con i più giovani** di avvicinamento alla musica in tutte le sue sfaccettature;
- i **concerti estivi** e il **progetto “cross-over”** che porta artisti della scena jazz e pop italiana ad esibirsi con l'Orchestra Sinfonica all'Auditorium Franco Alfano tornato fruibile dopo un restauro ventennale nell'estate del 2021.



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



REGIONE LIGURIA

FONDAZIONE ORCHESTRA SINFONICA DI SANREMO
ISTITUZIONE CONCERTISTICA ORCHESTRALE NAZIONALE
E ISTITUZIONE CULTURALE DELLA REGIONE LIGURIA

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



SOCIO FONDATORE



COMUNE DI SANREMO



SOCIO FONDATORE



PROVINCIA DI IMPERIA

- **Iniziative che permettono di "raccordare" la Fondazione con tante realtà e diversi tipi di pubblico.**

Un lavoro di **riposizionamento basato su azioni, impegno, valori e passione reali**, che sta permettendo di **rinnovare** totalmente l'immagine dell'Orchestra Sinfonica di Sanremo.

c) **LA NUOVA IMMAGINE COORDINATA:** E' stato realizzato un attento studio per creare una **nuova immagine coordinata** della Fondazione che potesse rappresentare al meglio le sue caratteristiche, i valori e il nuovo posizionamento.

La nuova grafica e linguaggio sono stati poi riportati sulle **diverse piattaforme di comunicazione** ponendo sempre la **massima attenzione alle caratteristiche di ciascuna** di queste e del tipo di pubblico con il quale ognuna ha il compito di parlare.

Dal **restyling** è nata anche la campagna **"Prendi posto al centro della Musica"** declinata su: manifesti (OOH), locandine/flyer, comunicazione digital (sito, social, dem), brandizzazione totale di una pensilina (arredo urbano) in centro città.

In questa prospettiva totalmente rinnovati l'immagine **grafica, linguaggio** e tipologia di **contenuti** proposti sui profili Facebook, Instagram e YouTube.

Il **PED** (piano editoriale social) dei profili social, viene impostato settimanalmente ed è passato dai 2-3 post a settimana a profilo, a ca. 10 post (testi, foto, video) a settimana che propongono approfondimenti sui programmi, sui protagonisti dei concerti, sui luoghi che li ospitano. Tanto spazio anche ai reportage fotografici, ai contenuti pensati per i più giovani legati anche alla collaborazione con il Liceo Cassini, alle promozioni, al racconto di quello che la Fondazione sta facendo.

E' cresciuta e cresce costantemente la copertura organica delle pagine e l'interazione. Vengono comunque pianificate anche campagne mirate a pagamento per la promozione di singole date e **con l'invio di NEWSLETTER E BROADCAST WHATSAPP vengono** veicolate al pubblico più affezionato le principali informazioni sulla programmazione; oltre all'invio di **newsletter** (oltre 700 utenti registrati) nel corso degli ultimi mesi del 2021 è stato introdotto un nuovo strumento informativo (**Messaggistica Broadcast Whatsapp**) che è risultato particolarmente gradito dal pubblico. Il numero di iscritti al **servizio gratuito** è in costante crescita, anche per questo canale viene impostato settimanalmente un **calendario di "lanci" e testi** che tengono in considerazione le caratteristiche del mezzo.



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



REGIONE LIGURIA

FONDAZIONE ORCHESTRA SINFONICA DI SANREMO
ISTITUZIONE CONCERTISTICA ORCHESTRALE NAZIONALE
E ISTITUZIONE CULTURALE DELLA REGIONE LIGURIA

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



SOCIO FONDATORE



COMUNE DI SANREMO



SOCIO FONDATORE



PROVINCIA DI IMPERIA

Inoltre a ottobre 2021, in occasione del lancio della nuova immagine e della campagna “Prendi posto al centro della Musica” è stato messo on line il nuovo sito internet dell'**Orchestra Sinfonica di Sanremo** (www.sinfonicasanremo.it) e della biglietteria on line.

Un **totale restyling** che ha riguardato grafica, contenuti e “user experience”.

E' stata ripensata la struttura del sito agevolando una facile reperibilità delle informazioni per il pubblico e un rapido accesso alla “Biglietteria online” per l'acquisto dei tickets di ingresso ai concerti.

E' stato anche introdotto un importante elemento legato all'**accessibilità**.

Il nuovo sito è “*full responsive*”, ovvero il layout della pagine è in grado di adattarsi graficamente in modo automatico al dispositivo coi quali vengono visualizzati (computer con diverse risoluzioni, tablet, smartphone, cellulari, web tv). La struttura è **flessibile** e sta permettendo allo staff che lo cura di implementarne via via nuove sezioni da presentare al pubblico.

Il sito è stato aggiornato settimanalmente con news (che riprendono i comunicati stampa ufficiali), photogallery, video, approfondimenti, aggiornamenti del calendario.

Dalla seconda metà del 2021, inoltre, si è **rafforzato il rapporto con tutti i media locali**.

L'ufficio stampa ha provveduto settimanalmente ad inviare comunicati informativi a tutti gli organi di stampa. Tra questi: Sanremonews.it, Riviera24.it, la-riviera.it, Rivieratime.it, Rai3 TG, Primocanale, La Stampa, Il Secolo XIX.

L'aumento delle iniziative speciali e collaborazioni con altre realtà culturali del territorio ha permesso alla Fondazione Sinfonica di essere sempre più presente nelle news delle testate locali e di costruire quella “**vicinanza alla città**” che era andata via-via persa negli ultimi anni.

D) LA NUOVA POLITICA PREZZI:

Anche la **politica dei prezzi** attuata per questa stagione è un **atto di comunicazione** molto concreto.

Il **messaggio** che la Fondazione vuole dare è chiaro: il **valore** del contenuto e dello spettacolo offerto è di **altissima qualità** (da qui la scelta di aumentare il prezzo del biglietto singolo) e quella di favorire i rapporti con il pubblico di “**lunga durata**” e da qui la scelta sulla riduzione del prezzo dell'abbonamento e le diverse promozioni speciali.



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



REGIONE LIGURIA

FONDAZIONE ORCHESTRA SINFONICA DI SANREMO
ISTITUZIONE CONCERTISTICA ORCHESTRALE NAZIONALE
E ISTITUZIONE CULTURALE DELLA REGIONE LIGURIA



SOCIO FONDATORE



COMUNE DI SANREMO



SOCIO FONDATORE



PROVINCIA DI IMPERIA

La Fondazione ha dunque **abbassato i prezzi degli abbonamenti** con l'obiettivo di fidelizzare il pubblico, creare con lui un percorso, una conoscenza e soddisfazione reciproche che porterà probabilmente anche al passaparola spontaneo. Dall'altra parte ha **aumentato il prezzo del singolo concerto** per comunicare il valore dell'attività svolta dall'Orchestra.

L'obiettivo è stato quello di iniziare a trasformare anche lo spettatore "occasionale" in uno fidelizzato e la leva prezzo, unita alla qualità dello spettacolo, dovrebbe portare in questa direzione. Una delle più alte forme d'arte come la musica **deve essere coltivata**, condivisa e soprattutto accessibile.

Una formula studiata per i sostenitori della Sinfonica e non solo. La Fondazione vuole far crescere la cultura musicale anche tra le **nuove generazioni**, per questo per i giovani fino a 25 anni l'ingresso a tutti i concerti della stagione è stato gratuito. Negli stessi termini si è voluto andare incontro alle esigenze del **pubblico più anziano**.

Due le **tipologie di abbonamenti** prenotabili su www.sinfonicasanremo.it:

- "Over 25" che prevede 13 ingressi al prezzo scontato di 90 euro (Anziché 130)
- "Over 70" che comprende anche i Soci Coop e le Associazioni Musicali e Culturali del territorio e prevede 13 ingressi al prezzo scontato di 63 euro (anziché 90).

Con questa attività sarà possibile avere in platea molti nuovi spettatori "occasionalisti" (che la Fondazione difficilmente avrebbe potuto raggiungere) da conquistare con la propria offerta musicale e trasformare a fine concerto in "affezionati" grazie alle vantaggiose formule di abbonamento.

e) Attività extraistituzionali: Per quanto riguarda le attività extra istituzionali, oltre al Festival di Sanremo, una particolare menzione merita la manifestazione Area Sanremo che ha avuto un buon successo sia in termini di partecipazione, che di presenze sul territorio nonostante il concorso si sia svolto in piena pandemia (settembre, ottobre e novembre), e nonostante la modifica del Regolamento non prevedesse l'accesso diretto sul palco del Festival bensì alla sola finale di Sanremo Giovani. Area Sanremo ha avuto un margine attivo di Euro 24.358.



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



REGIONE LIGURIA

FONDAZIONE ORCHESTRA SINFONICA DI SANREMO
ISTITUZIONE CONCERTISTICA ORCHESTRALE NAZIONALE
E ISTITUZIONE CULTURALE DELLA REGIONE LIGURIA



SOCIO FONDATORE



COMUNE DI SANREMO



SOCIO FONDATORE



PROVINCIA DI IMPERIA

Si è anche condivisa l'opportunità di prevedere a carico di ciascun iscritto il pagamento della somma di 150 euro a titolo di diritti di segreteria, sia per mantenere il prestigio della rassegna sia in coerenza con il medesimo onere che la Fondazione aveva stabilito per l'altro concorso RPM.

Le attività extraistituzionali, sebbene si svolgano in un periodo circoscritto di tempo, richiedono l'impiego di personale dedicato sia per il periodo che riguarda la preparazione delle attività sia per quanto riguarda la post produzione delle attività medesime.

F) Programmazione artistica istituzionale:

Entrando nel merito della programmazione artistica è opportuno segnalare che per tutto il mese di gennaio e fino alla prima settimana di febbraio, la stagione musicale si è svolta in streaming vista l'impossibilità di effettuare concerti in presenza di pubblico.

Tale attività è stata premiata dal Ministero dei Beni Culturali con un aumento del contributo pari al 5,24% cosa che ha permesso di recuperare i maggiori costi sostenuti per lo streaming di inizio anno.

Dalla seconda settimana di febbraio al 28 marzo 2021 la Fondazione, per non aggravare ulteriormente gli alti costi delle riprese in streaming e a causa dell'impossibilità di avere a disposizione una sala per poterle effettuare, ha deciso di interrompere l'attività ricorrendo al Fondo di Integrazione Salariale.

I concerti sono ripresi il 29 marzo 2021 per poi interrompersi nuovamente e riprendere il 6 Maggio 2021 con la presenza del pubblico.

La stagione estiva, svoltasi nel rinnovato Auditorium Alfano, inaugurato dalla nostra Orchestra con un affascinante programma dedicato a Frank Sinatra, è stata interamente dedicata al "crossover".

Sempre con l'intento di diffondere l'arte e la cultura musicale ad un pubblico più ampio abbiamo affiancato a programmi propriamente "classici" altri di maggiore fruibilità approfittando anche della nostra indiretta identificazione con la musica pop che deriva dalla partecipazione (in qualità di orchestra residente) alla manifestazione internazionale e popolare per eccellenza, il Festival della Canzone Italiana.



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



REGIONE LIGURIA

*FONDAZIONE ORCHESTRA SINFONICA DI SANREMO
ISTITUZIONE CONCERTISTICA ORCHESTRALE NAZIONALE
E ISTITUZIONE CULTURALE DELLA REGIONE LIGURIA*



SOCIO FONDATORE



COMUNE DI SANREMO



SOCIO FONDATORE



PROVINCIA DI IMPERIA

Dai primi di settembre fino al 22 novembre la stagione si è regolarmente svolta al Teatro dell'Opera del Casino per poi spostarsi al Teatro Centrale cosa che ha comportato un aggravio di costi.

Nell'ultima parte dell'anno siamo stati costretti ad annullare alcuni concerti a causa di numerosi casi di Covid riscontrati all'interno dell'organico orchestrale.

CONCLUSIONI E PROSPETTIVE

Occorre dare atto, con riguardo all'assegnazione dell'immobile denominato Palafiori, che la stessa aveva la finalità di consentire alla Fondazione di risolleverare progressivamente le proprie già precarie condizioni economiche.

Tuttavia ciò non è stato possibile in quanto il Comune di Sanremo non ha potuto provvedere alla messa a norma dell'edificio rispetto alle disposizioni antincendio nonostante le previsioni contrattuali di assegnazione alla Fondazione.

Solo nel febbraio 2022 è stata depositata una perizia comunale che mostra la necessità di eseguire opere per Euro di 1.529.791,96, la cui mancata realizzazione preclude pressoché totalmente la messa a frutto dell'immobile con un'assegnazione a terzi di lungo periodo.

La Fondazione ciononostante è riuscita a concedere per una locazione breve l'immobile per trarre quindi qualche profitto ma non nei termini coerenti con la finalità dell'assegnazione stessa da parte del Comune.

Nonostante le problematiche legate all'emergenza sanitaria, tutte le attività come sopra descritte hanno concorso a consentire alla Fondazione di raggiungere gli obiettivi istituzionali, anzitutto quelli prettamente legati alla domanda ministeriale per la partecipazione al FUS.

Considerato tutto quanto sopra esposto il CDA ritiene che permangano le condizioni per poter affermare la permanenza della continuità aziendale e con essa la capacità della Fondazione di far fronte alle proprie obbligazioni.

FONDAZIONE
Orchestra Sinfonica di Sanremo
IL PRESIDENTE
Avv. Filippo Biolè



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI



REGIONE LIGURIA

FONDAZIONE ORCHESTRA SINFONICA DI SANREMO
ISTITUZIONE CONCERTISTICA ORCHESTRALE NAZIONALE
E ISTITUZIONE CULTURALE DELLA REGIONE LIGURIA

