Santeria S.r.l.

Bilancio Sociale 2018

A cura di: **Caterina Corrias**

Il presente documento,
approvato dall'assemblea dei soci,
è stato redatto con il contributo
di **Daniela Amati** e **Andrea Pontiroli**
Data di pubblicazione: **giugno 2019**

Indice

Introduzione....4

1. Identità aziendale....5
1.1 La nostra storia....5
1.2 Valori....7
1.3 Missione....8
1.4 Assetto istituzionale: chi siamo....9
1.5 Governance....9
1.6 Strategie e politiche....14
1.7 Una società controllata: Santeria National....15

2. Relazione sulla gestione....16
2.1 Attività....16
2.2 Proventi, costi e valore aggiunto....24
2.3 Performance dell'andamento economico/finanziario....28

3. Relazione sociale....30
3.1 Personale....31
3.2 Clienti....37
3.3 Artisti....39
3.4 Pubblica Amministrazione....40
3.5 Finanziatori....42
3.6 Fornitori....43
3.7 Partner....43
3.8 Collettività....44

4. Ambiente....46
5. Comunicazione....48
Un ringraziamento speciale....50

Lettera dell'Amministratore

Ho imparato negli anni a conoscere il bilancio sociale e farlo diventare uno strumento davvero necessario a verificare la propria attività, evidenziandone pregi e difetti.
Luogo comune è che il fine ultimo di un'impresa sia il profitto, e sinceramente trovo questa definizione non solo imprecisa, ma profondamente errata. Come possiamo svolgere il nostro lavoro pensando al denaro come unico obiettivo e allo stesso tempo svolgere mansioni e azioni che generino cultura ed intrattenimento?
L'imprenditoria deve avere una "mission" che si persegue quotidianamente, e per fare questo serve una linea ben definita alla quale possano aderire non solo i soci di un'impresa, ma anche lavoratori e stakeholder.
La nostra missione non può essere altro che la produzione di benessere e cultura attraverso un percorso di sostenibilità, intesa non solo nella sua accezione economica, ma anche ambientale e umana.
Sono concetti semplici che vengono sicuramente prima di un fine ultimo come il "profitto". La ricerca smisurata del profitto non ha nulla a che vedere con la vita dell'imprenditore che ogni giorno si trova a fronteggiare responsabilità importanti e a relazionarsi con persone con le quali deve condividere obiettivi, fatiche, gioie e dolori.
Gran parte della propria giornata si passa al lavoro e qui si generano sì economie, ma anche idee, progetti, e nello specifico del nostro mondo si producono e si promuovono arte, cultura e conoscenza.
Abbiamo capito che nulla si può realizzare senza generare conseguenze, alcune di queste meno visibili ed immediate, ma certo è che tutto quello che facciamo ha un impatto su di noi e sulla comunità. Vogliamo quindi che il fine ultimo della nostra impresa sia produrre bellezza, solo così è possibile parlare di cultura.

Andrea Pontiroli

Introduzione

Il Bilancio Sociale è uno strumento facoltativo di comunicazione e di rendicontazione delle attività svolte da un'organizzazione e degli effetti che queste producono nell'ambiente e nella società.
Abbiamo deciso di elaborarlo perché crediamo che il fine dell'impresa non sia solamente creare profitto, ma sia soprattutto fornire un valore aggiunto per la comunità attraverso un rapporto di fiducia basato sulla trasparenza.
L'obiettivo di questo documento è offrire un'informazione strutturata e puntuale a tutti i soggetti interessati.
Rappresenta un momento di riflessione sul ruolo e l'impegno dell'impresa, che mira ad offrire un'analisi dei comportamenti e dei risultati dal punto di vista economico, sociale ed ambientale.
Il documento è stato redatto secondo i principi fondamentali di redazione del bilancio sociale: trasparenza, veridicità, chiarezza, comparabilità, completezza, inclusione, rilevanza, periodicità, accuratezza e neutralità.
Si riprende qui quanto iniziato con il primo Bilancio Sociale 2016, proseguendo con il racconto di questa esperienza e presentando i dati aggiornati al 2018.

Struttura e contenuti

1.Identità aziendale: la storia di Santeria, la sua missione e i suoi valori, l'assetto istituzionale, il sistema di governance, le strategie e politiche adottate.
2.Relazione sulla gestione e sulla performance economica: illustrazione sintetica delle attività svolte, dei risultati economici ottenuti e della ripartizione per competenza dei ricavi e dei costi.
3.Relazione sociale: analisi del rapporto e delle modalità di relazione con tutti gli stakeholder (il personale, i clienti, gli artisti, la Pubblica Amministrazione, i finanziatori, i fornitori, i partner e i cittadini).
4.Relazione ambientale: come Santeria si comporta rispetto all'ambiente in cui opera.
5.Comunicazione: strategie, attori e strumenti della comunicazione esterna.

1. Identità aziendale

Gli elementi presi in considerazione che consentono di definire l'identità aziendale sono la storia dell'impresa e il contesto in cui si è sviluppata, i principi e i valori di fondo che ispirano la sua missione, gli obiettivi, i soci, il sistema di governance che regola la vita dell'impresa, l'assetto organizzativo e le strategie e le politiche adottate.

1.1. La nostra storia

Santeria S.r.l. è una giovane impresa fondata nel 2010 con l'obiettivo di promuovere la cultura, la formazione e la libera espressione artistica in tutte le sue forme.
È nata nella sede di via Paladini 8, a Milano est, con l'idea di creare uno spazio all'interno del quale cultura e arte siano elementi fondanti, e non solo accessori, di un'attività commerciale che proponga alta qualità nella somministrazione di cibo e bevande e un approccio rinnovato e più ampio al concetto di bar e ristorante. Il tutto calato in un contesto stimolante e informale, capace di offrire, inoltre, possibilità d'incontro professionale, grazie all'area coworking, ai seminari, ai corsi e ai workshop.
Lo spazio di Paladini8 apre le sue porte al pubblico nel marzo 2011 proponendosi come una factory creativa in una palazzina di tre piani in un quartiere caratterizzato da una scarsa offerta di spazi culturali e sociali rispetto al resto della città, animandolo con eventi musicali, mostre, rassegne cinematografiche, brunch, matinée e aperitivi.
Nell'ottobre 2014, con il progetto "Santeria Social Club" Santeria s.r.l. ha ottenuto la gestione dello spazio comunale in viale Toscana 31 tramite bando pubblico (Deliberazione di Giunta Comunale n. 302/2014). L'affidamento dello stabile è stata formalizzata con contratto nel dicembre dello stesso anno.
La società ha provveduto ad una estensiva riqualificazione del nuovo spazio di circa mille metri quadrati, trasformando quello che per anni è stato un concessionario di automobili

in grande centro culturale per la città.
Il progetto è stato realizzato attraverso un importante investimento di circa un milione di euro per i lavori di ristrutturazione, riqualificazione e messa norma degli spazi e per gli arredi. Santeria s.r.l. ha contribuito al 39% di tale spesa attraverso risorse proprie, il 13% è stato coperto attraverso contributi da privati a fronte di un contraccambio in visibilità e attività promozionali e il restante 48% è stato reperito accedendo a finanziamenti bancari.
Dopo sette mesi di cantiere, lo spazio bar e la cucina sono stati inaugurati il 9 novembre 2015, mentre il teatro ha aperto per la prima volta le porte al pubblico il 31 dicembre 2015, in occasione del veglione del primo dell'anno, durante il quale è stata organizzata una serata con musica dal vivo e un dj set, evento che ha avuto il patrocinio del Comune di Milano.
I lavori strutturali si sono conclusi a fine gennaio 2015. Santeria ha adottato una strategia di apertura incrementale dei diversi spazi, per poter avviare le attività il più presto possibile: a febbraio ha aperto lo spazio dedicato alla formazione e alle presentazioni e lo spazio coworking, ora trasformato in sala polifunzionale per eventi culturali, mostre e rassegne.
Da allora Santeria ha prodotto e ospitato nelle sue sedi e in altri luoghi di Milano e provincia innumerevoli iniziative artistiche e formative e manifestazioni culturali di varia natura.
Le tipologie di eventi sono differenti e versatili, sempre organizzati con la massima attenzione per richiamare il pubblico più adatto e interessato e per mettere l'artista nelle condizioni migliori per esibirsi o presentare il proprio lavoro.
La collocazione di Santeria al centro di una rete internazionale di contatti ha consentito l'accesso ad artisti di ogni genere e provenienza che hanno scelto Santeria per presentare al pubblico milanese e italiano il proprio lavoro.
Forte delle molteplici competenze sviluppate, dell'ampia rete di sponsor e partner artistici e commerciali nonché di un marchio riconosciuto e apprezzato, nel novembre 2017 Santeria ha fondato insieme a Capital B!, acceleratore di start•up, la società Santeria National S.r.l. per estendere questa esperienza ad altre città italiane. L'obiettivo è sviluppare una rete di locali a livello nazionale proponendo un format unico in termini di produzione culturale unito ad una somministrazione di cibo e bevande di alta qualità. Nel corso del 2018 è stato portato avanti uno studio sulla fattibilità del progetto i cui primi risultati si concretizzeranno nell'anno in corso.
Per concludere l'anno in bellezza, Santeria S.r.l. è stata inserita al 121° posto nella lista realizzata da Sole 24 Ore e Statista delle 350 aziende italiane che hanno ottenuto la maggiore crescita di fatturato tra il 2014 e il 2017, pubblicata nel novembre 2018. In relazione al medesimo dato, Santeria è anche risultata al 546° posto della classifica delle mille aziende cresciute di più in Europa (FT 1000: Europe Fastest•Growing Companies) pubblicata dal Financial Times in collaborazione con Statista.

1.2 Valori

I valori che regolano la vita dell'impresa e che ispirano le nostre linee di sviluppo si fondano sull'idea che la cultura e la socialità rappresentano un'opportunità non solo per lo sviluppo economico e la creazione di lavoro, ma anche e soprattutto per lo sviluppo di una comunità coesa, aperta verso il mondo, desiderosa di crescere intellettualmente, tollerante e curiosa.
Tutti sono benvenuti e lavoriamo per promuovere l'incontro e il rispetto tra persone di provenienze, età e culture differenti.
Rispetto alla concezione di cosa sia e cosa debba fare un'impresa, crediamo che la massimizzazione del valore complessivo dell'impresa non coincida necessariamente con la massimizzazione dei profitti degli azionisti. Creare valore per tutti gli stakeholder, in primis i lavoratori e gli utenti dei nostri diversi servizi, è il principio su cui si basano le nostre scelte imprenditoriali.
Sul lavoro, dei soci e dei dipendenti, si fonda tutto il nostro operato. Possiamo definirlo come il contributo personale di ciascuno di noi al progetto di Santeria e questo contributo sarà tanto più ricco quanto migliori saranno le motivazioni delle persone e la possibilità di esprimere la propria personalità in ciò che fanno, a partire dalle azioni più semplici. Crediamo che la qualità dell'ambiente lavorativo, le relazioni e le opportunità di crescita personale (e non solo professionale) influiscano direttamente sulla qualità di vita delle persone e sulla loro capacità e voglia di contribuire alla vita dell'impresa.

1.3 Missione

Santeria nasce con l'obiettivo di arricchire la collettività attraverso un'offerta culturale e ricreativa che sia aperta, inclusiva e rivolta a un pubblico eterogeneo per età ed estrazione sociale.
Seguendo l'impronta già sviluppata da molti centri ricreativi europei e non solo, l'idea preminente è quella di affiancare dei servizi di ristorazione e bar ad attività di vario tipo che mirino ad accrescere gli orizzonti culturali di una comunità, avendo come riferimento principale **un target adulto, tra i 25 e i 45 anni**, ma includendo chiunque sia interessato a sviluppare e partecipare a percorsi e momenti di spettacolo, scambio, riflessione, performance, innovazione, da 1 a 99 anni.
L'attività è dunque rivolta a misurarsi e a confrontarsi con **le arti, la musica, la letteratura di varia estrazione, il cinema, e ogni altro stimolo culturale.**
Un punto chiave dello sviluppo societario è la solidità dei servizi correlati, bar e ristorazione, come divisioni su cui aumentare margini di guadagno a fronte di migliori standard qualitativi.
Nel perseguire questa missione, miriamo inoltre a creare un ambiente di lavoro che contribuisca alla **crescita e alla qualità della vita dei propri lavoratori**, coinvolgendo le generazioni più giovani in questo progetto, cercando di includere nella missione i lavoratori dipendenti, gli stagisti, i tirocinanti e tutti i collaboratori.

1.4. Assetto istituzionale: chi siamo

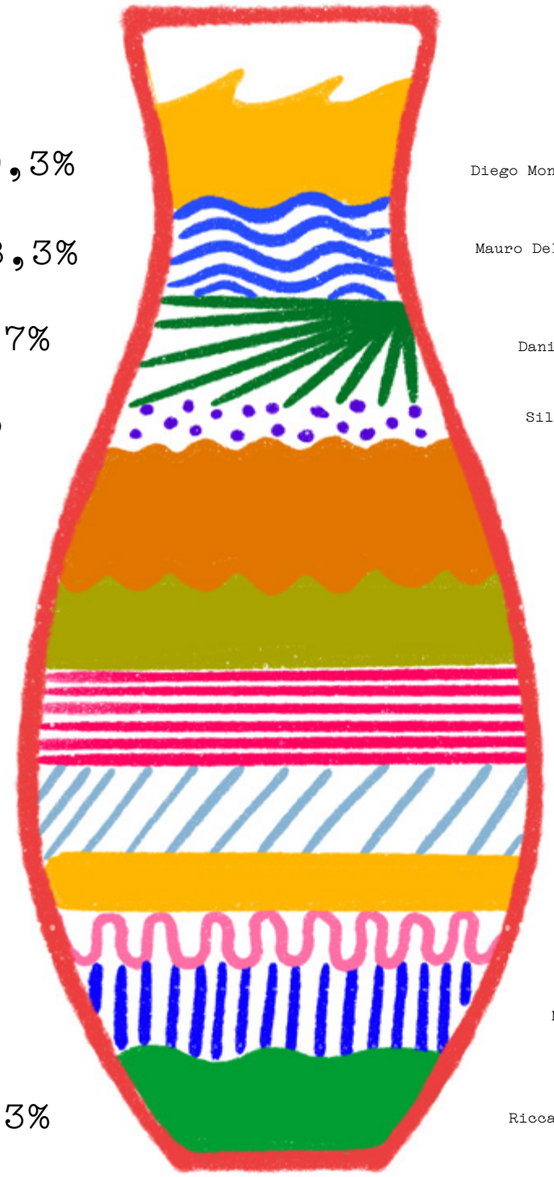
Santeria è una società a responsabilità limitata • una società di capitali dotata di personalità giuridica che risponde delle obbligazioni sociali solamente nei limiti delle quote versate da ciascun socio • con capitale sociale pari a 120.000 euro.
La **compagine proprietaria** è articolata in 12 quote rappresentate da 10 quote appartenenti a persone fisiche e 2 quote indivisibili appartenenti a tre persone ciascuna, suddivise come illustrate nel seguente grafico.
I **soci** compongono un team multiforme, dalle competenze assortite e con una storia professionale eclettica e articolata. Sono soggetti essenziali che contribuiscono con tutta la loro esperienza e la loro rete di relazioni alla progettazione e all'organizzazione delle attività, partecipando attivamente alla vita dell'impresa. Si rimanda al sito internet istituzionale www.santeria.milano.it per una breve presentazione di ciascun socio.

1.5 Governance

La governance d'impresa attiene al sistema di regole e istituzioni che consentono e guidano l'attività imprenditoriale. Definisce il ruolo e le responsabilità dei differenti soggetti preposti alla gestione e le procedure riguardanti l'attività decisionale attraverso cui sono determinati gli obiettivi e le strategie.
L'organigramma che segue (pag.10) descrive il sistema di amministrazione adottato e la logica di funzionamento dell'impresa.
Il riconoscimento dei ruoli e delle responsabilità viene definito dall'assemblea dei soci. Inoltre l'assemblea dei soci supporta l'amministrazione contribuendo attivamente alla definizione delle linee di indirizzo e delle strategie imprenditoriali, partecipando al processo decisionale per quanto riguarda non solo la gestione straordinaria, ma anche la gestione ordinaria.

Figura.1

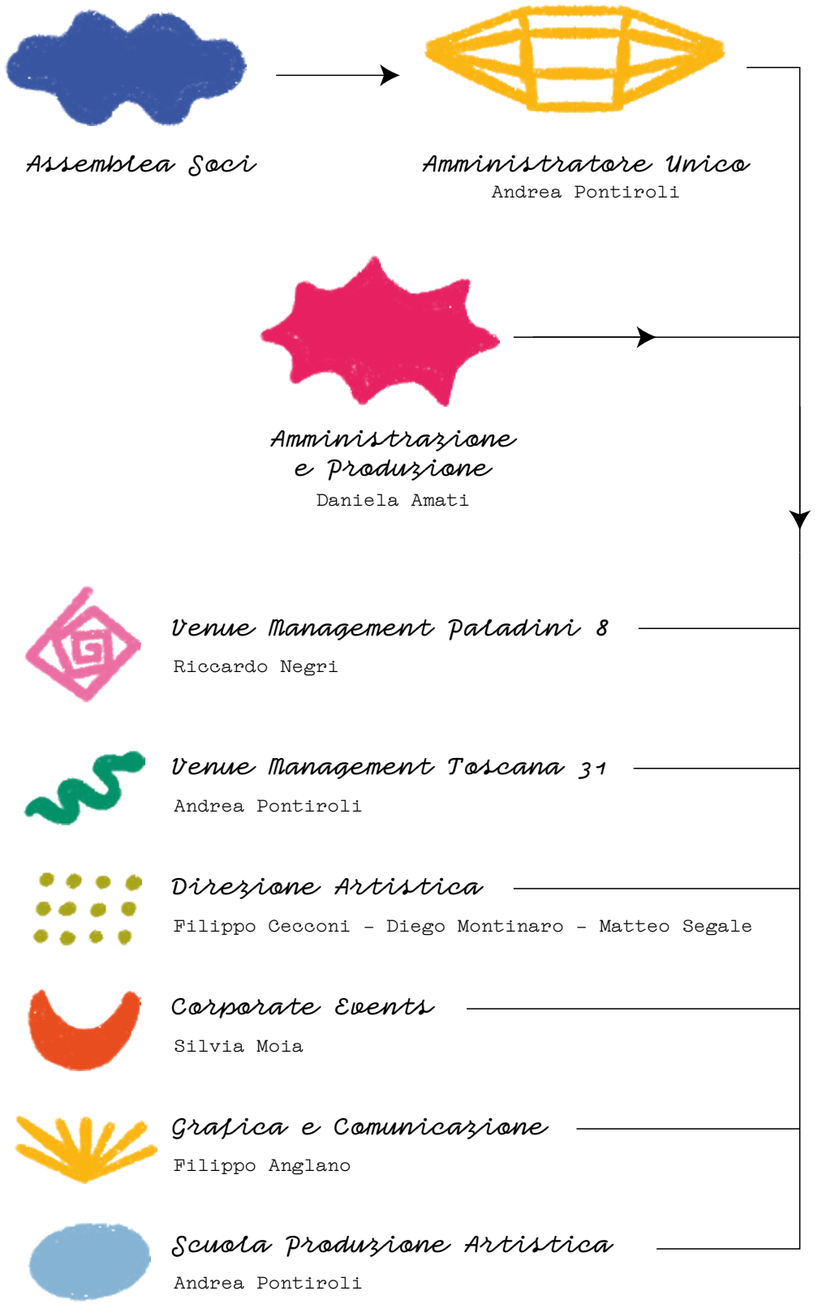
Assetto Proprietario



9,3%	Diego Montinaro
8,3%	Mauro Del Rio
9,7%	Daniela Amati
4,2%	Silvia Ilaria Moia
13,8%	Marco Aimo, Giulia Elefanti, Matteo Segale
6,9%	Filippo Anglano, Filippo Cecconi, Caterina Corrias
9,7%	Riccardo Negri
12,1%	Andrea Pontiroli
4,2%	Fulvio De Rosa
4,2%	Sergio Frigerio
8,3%	Mauro Ceriani
9,3%	Riccardo Lia

Figura.2

Organigramma



I soci hanno sempre accesso alle informazioni utili per esercitare la propria influenza sulle scelte e periodicamente si tengono riunioni operative a cui tutti sono invitati. Nel 2018 i soci si sono riuniti ufficialmente 4 volte, circa una volta a trimestre. Normalmente tra i partecipanti alla riunione sono rappresentate almeno 8 o 9 quote. Innumerevoli sono poi le occasioni di confronto informale.
Inoltre alcuni soci rivestono figure chiave all'interno dell'impresa: sono soci l'amministratore unico, la responsabile dell'area di amministrazione e produzione, la responsabile dell'area eventi aziendali, il project manager di Paladini8, il responsabile dello studio grafico e di comunicazione e i tre direttori artistici.
Questi soci operativi si confrontano su base quotidiana e riuniscono tutti insieme una volta ogni due settimane per monitorare l'andamento delle attività e coordinare i diversi settori.
Il **coordinamento** delle diverse attività è assicurato dall'amministratore unico della società, Andrea Pontiroli, che lavora in stretta collaborazione con i responsabili dei diversi settori e servizi, garantendo una gestione integrata e lo sviluppo di sinergie tra tutti i reparti.
La scelta di avere l'amministratore unico è stata adottata per garantire una maggior rapidità, efficienza ed efficacia nell'assunzione delle decisioni. Allo stesso tempo il fatto che l'assemblea dei soci sia così profondamente coinvolta nel governo dell'impresa garantisce una maggior trasparenza nel processo decisionale e una maggior coesione degli intenti, e permette di assicurare che gli obiettivi comuni non vengano mai sopraffatti da quelli personali.
L'andamento delle attività, le nuove opportunità e le problematiche sono affrontate e risolte con il contributo di tutti (dalla programmazione e produzione eventi, alla direzione artistica, al settore grafica e comunicazione, ai servizi di bar e ristorazione, ai tecnici). L'amministratore supervisiona così il regolare svolgimento delle diverse attività promosse da Santeria, mentre i responsabili assicurano un monitoraggio costante delle attività quotidiane, della gestione delle risorse e del calendario e rappresentano la figura di riferimento per il coordinamento del personale. Il Servizio di **Amministrazione e Produzione** assiste i diversi settori nello svolgimento delle loro funzioni, fornendo supporto nella gestione delle attività ordinarie, nella contabilità e amministrazione e nell'accoglienza degli ospiti protagonisti delle attività culturali realizzate.
La **Direzione Artistica** definisce il calendario degli eventi culturali, musicali ed artistici in generale, gestendo i contatti con tutti gli artisti, musicisti e autori.
Il settore Corporate Events conduce le relazioni con le aziende e le organizzazioni che si rivolgono a Santeria per organizzare eventi pubblici o privati, promozionali o aziendali, e offre consulenze e supporto organizzativo per la realizzazione di tali eventi.
Il servizio **Grafica e Comunicazione** è responsabile dell'immagine coordinata di Santeria e di tutto il materiale divulgativo, informativo e promozionale relativo alle innumerevoli iniziative promosse. Il W.E.T. studio rappresenta la sua diretta emanazione, nato per offrire i propri servizi anche a clienti esterni.
L'**attività di bar** è gestita da un bar manager, responsabile unico del settore, sempre supervisionato ed appoggiato dai soci, mentre la cucina è affidata a 2 chef.
Il servizio mira all'eccellenza e si relaziona con la Direzione Artistica e il Settore Corporate Events per coordinarsi rispetto agli eventi previsti, offrendo un servizio bar adeguato alle diverse situazioni.
I turni di lavoro di bar e cucina vengono predisposti dal bar manager e dai due chef, che forniscono un'indicazione settimanale. Sono quindi approvati dai soci che lavorano in produzione e amministrazione, previa verifica costante di turnazioni e orari di lavoro e tenendo presente il calendario degli eventi.
Il livello della remunerazione dei manager e dei responsabili non diverge molto da quello del resto del personale dipendente (si rimanda al capitolo 3.1 per maggiori dettagli), mentre per quel che riguarda la remunerazione dei soci , ad oggi non sono ancora stati distribuiti utili, in un'ottica che predilige gli investimenti e lo sviluppo delle attività. Per contro, i soci beneficiano dell'accesso a particolari servizi a condizione di favore: hanno lo sconto del 50% per il servizio bar e ristorazione rispetto al prezzo del pubblico e libero accesso agli eventi organizzati e promossi da Santeria.

1.6 Strategie e politiche

Santeria è stata ideata e immaginata grazie al contributo di una pluralità di soggetti che hanno contribuito alla definizione degli eventi e delle attività che sono stati e saranno proposti. Questo approccio, fondato sulla progettazione partecipata e sul coinvolgimento degli attori del territorio (e non solo) sarà portato avanti anche nello sviluppo di questo progetto.
Le strategie operative e le politiche adottate sono volte ad assicurare una crescita sostenibile della società, a mantenere un ambiente di lavoro basato sul merito, lo spirito di squadra e il benessere dei dipendenti e a perseguire un'elevata qualità nello svolgimento delle attività proposte al pubblico e ai clienti.
In tal senso al momento prevale la logica di investire nelle infrastrutture e nel lavoro rispetto alla remunerazione del capitale investito dai soci, come visto nel capitolo precedente.
Parimenti, si è scelto un livello di retribuzione del management che non si discosta molto da quello dei dipendenti , fatta salva una giusta remunerazione per le responsabilità e l'apporto professionale di chi ha maggiori responsabilità (per più dettagli si rimanda al capitolo 3.1 relativo al personale).
Sicurezza, salute e cura dei dipendenti sono una priorità che si rispecchia in tutte le scelte operative e gestionali.
Per quanto riguarda la politica di prezzo, Santeria mira ad offrire al pubblico un accesso agli eventi culturali e ricreativi a dei prezzi relativamente contenuti, organizzando spesso anche iniziative del tutto gratuite (si veda il capitolo 2.1 in cui sono descritte le attività).
Infine, relativamente al marchio Santeria ha adottato una forte politica di difesa del marchio, che è stato registrato presso il Registro dei Marchi Comunitari nel gennaio 2015, con l'obiettivo di tutelare il valore del marchio e la reputazione e credibilità di cui gode Santeria presso il pubblico, gli artisti, i partner, i fornitori e le istituzioni.

1.7 Una società controllata: Santeria National

Nel 2017 Santeria S.r.l ha promosso la fondazione di **Santeria National**, una società a responsabilità limitata con capitale sociale pari a **€12.000. La compagine proprietaria è articolata in due quote rappresentate da Santeria S.r.l., che detiene il 51%, e da Capital B!, acceleratore di start•up che invece possiede il 49%.**
Santeria S.r.l è dunque società madre: detiene il controllo della sua controllata in quanto partecipa al capitale sociale con una quota superiore al 50%, esercitando un'influenza dominante sull'amministrazione e le politiche di sviluppo.

L'opportunità di avere come partner Capital B! nasce dal fatto che i suoi due fondatori sono dal 2015 soci di Santeria S.r.l e dunque già condividono i valori e la mission d'impresa e hanno aderito con fiducia ed entusiasmo a questo nuovo progetto.

Fondata nel 1999 da Mauro Del Rio e Riccardo Lia, Capital B! S.r.l. è una holding di investimento con dotazione di capitale di circa sei milioni di euro, che attualmente detiene partecipazioni in venti diverse società e start•up. La società viene inizialmente creata come veicolo per contenere una quota (circa il 3.2%) di Buongiorno SpA, multinazionale presente in oltre 57 paesi che si occupa della creazione e distribuzione di contenuti multimediali per oltre 130 operatori di telefonia fissa, mobile e internet in tutto il mondo. Le scelte d'investimento di Capital B! derivano e possono contare sull'expertise e sull'importante track record dei suoi due fondatori; le partecipazioni societarie rispecchiano l'area di maggiore expertise, ovvero la tecnologia digitale, o più semplicemente i loro interessi. Si evidenzia dunque un'attiva partecipazione nel settore dell'health care, del fintech e del modern lifestyle (musica, arte).

Ad oggi, l'organigramma della società è circoscritto al Consiglio di Amministrazione e ad un Project Manager incaricato di gestire il progetto di sviluppo, dall'analisi preliminare alla realizzazione vera e propria.

Il Consiglio di Amministrazione è così composto:
Presidente: Daniela Amati (Santeria SRL)
Consiglieri: Andrea Pontiroli (Santeria SRL) e Mauro Del Rio (Capital B! e Santeria SRL).

L'obiettivo di Santeria National è sviluppare una rete di locali avvalendosi del marchio Santeria, del prezioso know•how che la società ha costruito in questi anni e della sua rete relazionale. La concretizzazione dei primi risultati derivanti dallo studio di fattibilità è attesa nel corso del 2019.

2. Relazione sulla gestione: questo capitolo descrive cosa facciamo, come e con quali risultati.

2.1 Attività

Santeria è impegnata in molteplici attività che si svolgono prevalentemente nelle due sedi di Paladini8 e Toscana 31, ma non solo.
L'attività che sta al centro di tutto il progetto è sicuramente quella di organizzazione, produzione e realizzazione di **eventi musicali, culturali e artistici**.
In Paladini8 la sala eventi ha ospitato piccoli concerti, mostre d'arte, presentazioni di libri e fumetti, proiezioni di film e documentari, dibattiti di carattere culturale e performance sperimentali. Nel corso dell'anno sono stati organizzati 151 eventi aperti al pubblico, tutti a partecipazione gratuita, che hanno richiamato circa 6.000 persone.
In particolare sono stati realizzati 64 concerti dal vivo e dj set spaziando tra i più diversi generi musicali e 33 presentazioni di libri e di dischi. Sono stati organizzati 28 eventi culturali e ricreativi: occasioni di ritrovo e socializzazione (ad esempio la quiz night e l'aperitivo matematico), incontri e dibattiti, proiezioni di documentari, workshop, performance di slam poetry e di stand up comedy o semplicemente feste. Infine sono state allestite 4 mostre (di pittura, grafica, tipografia, illustrazioni).
Alcuni di questi eventi sono stati organizzati in collaborazione con i seguenti partner di produzione:

Aguilar Srl, Piano City, Volume Dischi&Libri, The Submarine.

Presso il bar di Toscana31 sono stati organizzati 48 concerti live e 51 dj set, tutti ad ingresso libero. Inoltre nel Teatro sono stati organizzati **64** concerti e **13** dj set, il **23%** gratuiti e il **77%** a pagamento, a cui ha partecipato un pubblico di oltre **42.500** persone (con un totale delle presenze più che raddoppiato rispetto al 2016). Riguardo gli eventi a pagamento, il costo del biglietto era compreso tra i **10** e i **35** euro per i live (con un **costo medio pari a 19,30** euro) e tra i **10** e i **20** euro per i dj set (con un **costo medio pari a 15** euro).
In totale hanno suonato **199 musicisti**, band e dj, spaziando tra i più diversi generi musicali, dal jazz alla musica classica, dal rock al pop, al metal, all'elettronica. Eccone alcuni, in ordine alfabetico:

Alice Merton, Boosta, Brian Jonestown Massacre, Calibro 35, Colapesce, Colle Der Fomento, Erlend Oye, Fantastic Negrito, Giorgio Poi, Huun Huur Tu, Ivreatronic, Jonathan Wilson, Kamasi Washington, Maneskin, Masego, Mecna, Mudhoney, Nic Cester, Nu Guinea, Pere Ubu, Sleep, The Sonics, Ultimo, Voivod, Wolf Alice.

Alcuni degli eventi sono stati organizzati in collaborazione con i seguenti partner di produzione:

Adidas, Antenna Music Factory, Balera Favela, Barley Arts, Bballroom, Better Days, Body Heat, Brugal 1888, Bulleit, Comcerto, Corner Soul Events, Dead Kaki Chumpy, DNA concerti, ERocks production, Fest, Hardstaff Booking Agency, Heineken, Hendrick's Gin, Hub Music Factory, Indipendente Concerti, International Music & Arts srl, Intersuoni srl, JAZZMI, Le Cannibale, Linecheck, Magnolia, Milan Music Week, MiMoto, Nic Cester & The Milano Elettrica, NMC live, Peter Rieger Knozertagentor, Piano City, Ponderosa Music&Art, RADAR concerti, Record Kicks, Rollover, Shining Production, Tanqueray Gin South Africa, Triennale Milano, Vertigo Hard Sounds, Via Audio, Vivo Concerti, Wamooz, Yamaha.

Sempre in Toscana31 sono state organizzate 4 presentazioni di dischi e 6 presentazioni di libri con la presenza degli autori, che hanno visto la presenza di oltre **1.500** persone. Inoltre sono state organizzati **12 conferenze** e incontri sui temi più diversi • politica, scienze, tecnologie, musica, società • che hanno visto la partecipazione, sempre gratuita, di oltre **2.600 cittadini**.

Adidas, Bloodbuster, Casa della cultura di Milano, CheFare, Il Saggiatore, Koch Media Srl, Milano Music Week, Pint Of Science, Red Bull, Reverso, Starmale

sono i partner che hanno partecipato all'organizzazione di alcune di queste conferenze.
Lo spazio ha anche ospitato **9 eventi culturali e ricreativi**, festival e happening di particolare rilievo, tra cui:

Contemporarities: rassegna di musica contemporanea ideata in collaborazione con la collana discografica 19'40'' e l'ensemble Esecutori di Metallo su Carta, arrivata alla terza edizione.

Filler: la più importante convention italiana organizzata da Thunderbeard dedicata all'illustrazione, alla grafica e all'arte legate al circuito punk e allo skate, con la partecipazione di circa 40 artisti italiani e stranieri con stand espositivi e mostre personali, performance artistiche dal vivo e workshop.

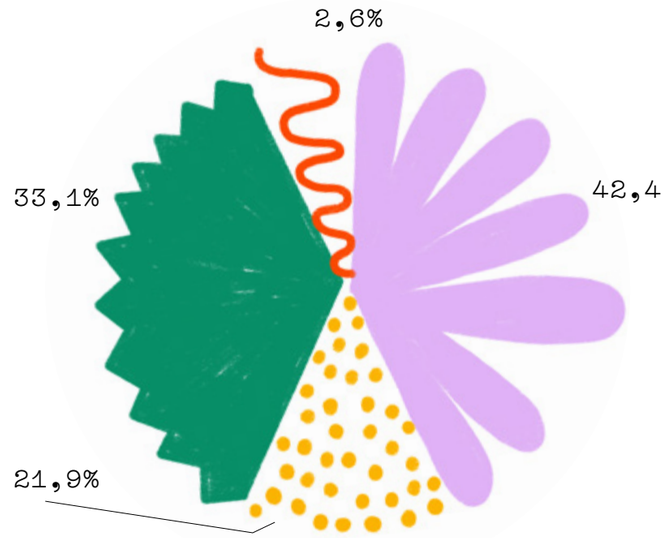
Reverso Festival: quinta edizione del festival di archeologia musicale dedicato alla disco music italiana con approfondimenti culturali, party, workshop, conferenze, presentazioni, proiezioni di film, mostre, una produzione di Le Cannibale in collaborazione con Santeria e Ron Matusalem México.

Tutti ad accesso gratuito (anche se alcuni con parte degli eventi a pagamento), hanno richiamato oltre 5.200 persone.
Inoltre **23 proiezioni e spettacoli teatrali** , di cui 7 a pagamento, hanno animato altrettante serate con quasi **5.600 spettatori.**
Ultime, ma non per importanza, 4 mostre hanno attirato 1.600 visitatori.

Filler: tre giornate di esposizioni con numerosi artisti in partnership con Inked Magazine e Rumore, organizzate nell'ambito di Filler Spring Edition 2018, la convention di illustrazione, grafica e arte legate al circuito punk, skate e all'etica DIY.

Figura.3

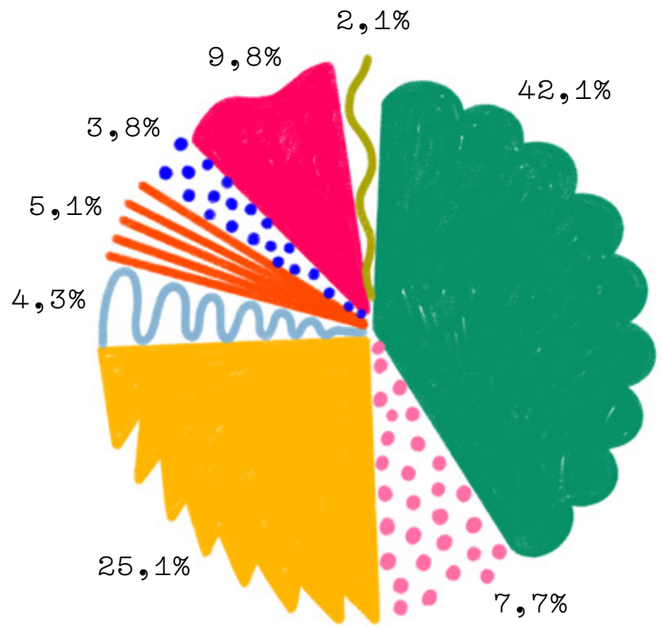
Eventi organizzati in Paladini 8



42,4% - 84 eventi musicali
21,9% - 33 presentazioni di libri
33,1% - 50 eventi culturali e ricreativi
2,6% - 4 mostre

Figura.4

Eventi organizzati in Toscana 31



42,1% - 99 eventi musicali gratuiti al bar
7,7% - 18 eventi musicali gratuiti in teatro
25,1 - 59 eventi musicali a pagamento in teatro
4,3% - 10 presentazioni di dischi
5,1% - 12 conferenze e incontri
3,8% - 9 festival e happening
9,8% - 23 proiezioni e spettacoli teatrali
2,1% - 5 mostre

"Gattabuia & Noise Shadows": una mostra site specific di installazioni di Ruggero Asnago dedicata alle ombre, presentata con la performance di Noise Shadows con le musiche di Tonylight e promossa da Lampo Gallery.

"SLMSTRY/Unboxing": una personale site specific di Solomostry, promossa da Lampo Gallery con la curatela di Giacomo Spazio.

"Diari di backstage di Chilldays&Young Goats": installazione di foto e oggetti che ritraggono la musica contemporanea in un diario di viaggio tra i backstage e le VIP area di concerti e festival internazionali attraverso gli occhi dei due fotografi e art director Chill Days e Young Goats, in occasione della Milano Music Week.

Una mostra è stata invece annullata dopo essere stata oggetto di grandi polemiche: la mostra dell'artista **"Porno per bambini",** la cui inaugurazione era prevista il 13 dicembre. Il nome ha scatenato forti reazioni e attacchi su internet, con pesanti accuse accompagnate addirittura da minacce di morte, da persone che hanno frainteso, più o meno volutamente, la mostra e il suo titolo, parlando di "orrore demoniaco", "abominio", "pedofilia". Persone che si sono fermate al nome dell'artista e non hanno neanche guardato bene la locandina (con indicato il parental control), né si sono preoccupate di verificare i reali contenuti della mostra: disegni stilizzati e vignette ironiche di come l'illustratore si immaginava la sessualità quando lui stesso era bambino, in nessun modo aventi ad oggetto bambini. Nonostante nella descrizione dell'evento non ci fosse nulla di equivocabile, Santeria ha vissuto in prima persona la cattiveria e l'ignoranza della gente e a malincuore ha annullato la mostra per tutelare soci e lavoratori. Sono poi seguite querele in ambito civile e penale nei confronti degli accusatori più violenti. Le note positive di questa censura e caccia alle streghe è stata la grande pubblicità che ha avuto l'artista, che ha ricevuto inviti a fare mostre in tutta Italia, e la grande solidarietà dimostrata a Santeria da parte di numerosissimi operatori del settore, dei clienti e di tanti cittadini.

Fuorisede, Santeria ha anche organizzato alla Balera dell'Ortica tre serate danzanti (**il Gran Ballo di Primavera, il Gran Ballo di Inizio Estate e il Gran Ballo di Fine Estate**) e il concerto in memoria di Enzo Jannacci **"Faceva il palo nella banda dell'Ortica"**, presso il Circolo Magnolia le performance sul palco del Fresh Touch Festival e infine il concerto **Nic Cester & The Milano Elettrica**, organizzato al Castello Sforzesco nell'ambito dell'iniziativa **Estate Sforzesca**, in partnership con il Comune di Milano. In sinergia e complementarietà con la realizzazione di eventi, Santeria svolge anche un'attività di **bar e ristorazione.**

Il bar e la cucina di **Paladini8** sono aperti dal martedì alla domenica, tutti i giorni dalle 11 alle 22.30 tranne il venerdì e il sabato, quando si chiude a mezzanotte. È un'accogliente spazio con cortile dove poter gustare ottime colazioni, pranzi, aperitivi e brunch ascoltando un po' di buona musica.
Il bar di **Toscana31** è invece **aperto sette giorni su sette**, dalle 18:00 lunedì, martedì e mercoledì e dalle 11 dal giovedì alla domenica, fino alle 2 di notte (alle 3 il venerdì e il sabato): novanta posti a sedere con un piccolo palco per presentazioni e piccoli concerti.
Oltre alla gestione dei servizi di bar e ristorazione presso i propri spazi, Santeria offre inoltre un **servizio catering** per eventi organizzati da terzi.
Tutti i servizi di somministrazione di alimenti e bevande sono caratterizzati da un'elevata qualità dei prodotti, con i migliori brand di beverage e un'accurata selezione di materie prime.
Grazie all'esperienza e all'unione di figure professionali che lavorano dietro le quinte dello spettacolo e degli eventi, il settore **Santeria Corporate Events** si occupa di tutte le attività che orbitano intorno alla creazione di un evento aziendale. Fornisce un servizio completo e professionale nell'esecuzione, nell'ideazione e nella progettazione rispondendo alle diverse caratteristiche e necessità delle aziende, avvalendosi di un network di consulenti esperti di comunicazione (producer, grafici, copywriter, webdesigner, architetti) che insieme collaborano per garantire il miglior risultato.
Nell'ambito di questo servizio, Santeria ha organizzato numerosi eventi per diversi brand e organizzazioni, sia presso altre location della città, sia affittando i propri spazi. In particolare, presso la sede di Toscana31 sono stati realizzati 55 eventi aziendali o iniziative private quali feste, incontri, conferenze stampa, riunioni. È un'attività che permette di integrare le entrate rientrando dell'investimento fatto sullo spazio e allo stesso tempo proporre al pubblico un'ampia offerta culturale e ricreativa con accesso gratuito o a prezzi relativamente contenuti.
Inoltre, Santeria fornisce un **servizio di consulenza** che spazia dalla direzione artistica, produzione e gestione di eventi musicali, alla consulenza tecnica riguardo la progettazione di eventi e spettacoli, seguendo tutti i passaggio burocratici, fiscali, logistici, esecutivi, di comunicazione, di produzione tecnica audio e luci, alla consulenza per l'individuazione di location.

Un settore chiave della società è poi lo studio grafico e di comunicazione **We Eat Together**. È l'artefice di ogni creazione grafica made in Santeria, rispetto alle necessità di comunicazione sia di Santeria stessa, sia di clienti terzi. Lo studio realizza grafiche, artwork, campagne di comunicazione, loghi e immagini coordinate, cura l'allestimento di eventi, la produzione di gadget, la stampa di materiali cartacei e sviluppa materiale per il web, fornendo soluzioni efficaci per progetti di aziende, operatori culturali, band ed artisti. Tra i loro clienti nel 2018:
Circolo Magnolia, Adidas, Universal Music, Virgin Italia.

Per mettere a frutto e condividere l'esperienza acquisita in tutte queste attività, Santeria ha anche sviluppato **un'attività formativa**, mirata non solo a facilitare l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro, ma anche all'aggiornamento dei professionisti che vogliono migliorare e ampliare la propria situazione lavorativa. La Scuola di Produzione Artistica promuove corsi formativi e professionalizzanti nel campo dello spettacolo, della produzione artistica, dell'intrattenimento, della grafica e della comunicazione.

Grazie anche al prezioso aiuto di rinomati professionisti esterni, nel 2018 sono stati realizzati i seguenti corsi:
- **Marketing Management e Comunicazione della Musica**, 2 edizioni da 15 lezioni con 12 docenti e 37 partecipanti per edizione.
- **Tour Manager e Produzione Musicale**, 15 lezioni con 12 docenti e 36 partecipanti.
- **Digital Music Marketing**, 8 ore di corso con 1 docente e 11 partecipanti.
- **La casa discografica del futuro**, 6 ore di corso con 1 docente e 84 partecipanti.
- **Corso di Grafica Bellissima**, 10 lezioni con 6 docenti e 11 partecipanti.

Inoltre sono stati realizzati 19 workshop, di cui 7 a pagamento, a cui hanno partecipato in totale oltre 120 persone:
"The Kids Are Alright": laboratori d'arte per bambini curati e tenuti da Rossana Maggi e Ruggero Asnago. Sono incontri a pagamento di 2 ore con classi dai 3 ai 10 anni e dagli 0 ai 3 anni: 7 laboratori per 10 partecipanti ciascuno.

"Let's Talk About…": 4 incontri aperti e gratuiti, per 15 persone, nei quali esperti della degustazione introducono ad un assaggio critico e consapevole.
"Workshop sulle Roland Boutique": workshop teorico e pratico dedicato alla linea di strumenti musicali Boutique, in collaborazione con Roland.
"Cover Art": un workshop sul graphic design delle copertine discografiche con l'artista Corrado Grilli, organizzato in partenariato con Adidas nell'ambito della **Milano Music Week**.
"Custom Lab": un laboratorio che unisce musica e stile, con Rochelle; organizzato in partenariato con Adidas nell'ambito della Milano Music Week.
"Music & Production: In studio con Charlie Charles": una giornata dedicata allo studio di tecniche e stili per costruire il beat perfetto, organizzata in partenariato con Adidas nell'ambito della Milano Music Week.
3 laboratori organizzati nell'ambito del **festival Filler: workshop di lettering a pennello con Roberto La Rogna; workshop di serigrafia con Daniel Tumolillo; Digital live painting.**
Santeria offre poi uno spazio di **coworking** nella sede di Paladini8, dove chiunque può accedere ad un prezzo contenuto postazioni di lavoro con scrivania, connessione wi•fi, servizio di segreteria e portineria, la possibilità di utilizzare una sala riunioni: uno spazio per creare e condividere ore di lavoro in un ambiente creativo e dinamico.
Come attività accessoria, Santeria offre anche l'**affitto di spazi, strutture e servizi** presso le proprie sedi per meeting e location per eventi pubblici e privati come workshop, riunioni, feste aziendali, congressi, e la locazione di quattro uffici privati presso Paladini8.
Infine, Santeria ospita due piccole realtà imprenditoriali, con affitto di ramo d'azienda. In Paladini8, **Volume Dischi&Libri di Marco Monaci**, un luogo speciale dove si possono trovare vinili ad edizioni limitate, libri delle migliori case editrici indipendenti italiane oltre ad un catalogo altamente selezionato di box•set, stampe rare, pressing per audiofili e altro ancora. In Toscana31, ha aperto a marzo il primo punto vendita della marca **Waxman Brothers**, nata a Parigi nel 2014 e fortemente ispirata alla world music.

2.2 Proventi, costi e valore aggiunto

Presentiamo qui come sono ripartiti i proventi e i costi della gestione nel 2018, a fronte di un valore totale della produzione pari a **3.086.158** euro.

Vale però la pena soffermarsi prima sulla performance storica del fatturato di Santeria S.r.l., la cui forte crescita è valsa l'inserimento, al 121° posto, nella classifica delle 350 aziende italiane Leader delle crescita realizzata da Sole 24 Ore e Statista e pubblicata il 5 novembre 2018. La classifica è basata sul tasso di crescita media annuale del fatturato nel triennio 2014•2020 (Cagr), così calcolato:
Cagr = (fatturato2017 / fatturato2014) (1/3) • 1.

Tabella.1

Crescita del fatturato 2014-2017

Fatturato 2017 Migliaia di euro	Fatturato 2014 Migliaia di euro	Crescita 2014-2017	Cagr 2014-2017
2.714	652	316%	60,85%

Fonte: Il Sole 24 Ore e Statista

In relazione al medesimo dato, Santeria è anche risultata al 546° posto della classifica delle mille aziende cresciute di più in Europa (**FT 1000: Europe Fastest•Growing Companies**) pubblicata il 1 marzo 2019 dal Financial Times in collaborazione con Statista. La classifica prende in considerazione le aziende dei 28 paesi membri dell'Unione europea e di Islanda, Monaco, Norvegia e Svizzera.
La seguente figura mostra invece l'evoluzione del fatturato dalla nascita di Santeria fino al 2018.

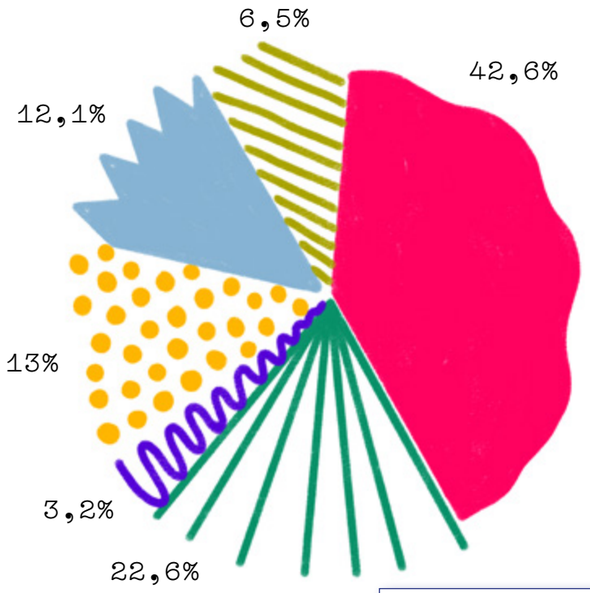
Tenendo presente che Toscana31 produce circa il **64%** del valore, Paladini8 il **20%** e i servizi gestiti dalla società a livello centrale il **16%**, i ricavi sono rappresentati in larga maggioranza dai corrispettivi del servizio di bar e ristorazione (che insieme ammontano a oltre il **65%** del totale). Le entrate derivanti dall'organizzazione di eventi aziendali, sia interni che esterni, sono il **13%**, quelle derivanti dalla vendita di biglietti per gli eventi a pagamento sono poco più del **3%**. Circa il **12%** dei ricavi sono generati attraverso i servizi che la società offre a parti terze: consulenze professionali, servizi grafici e di comunicazione, affitti e predisposizione di location per eventi, affitti degli uffici. Infine, i proventi diversi (che includono i contributi marketing e le sponsorizzazioni) e i proventi straordinari rappresentano il **6,5%** del totale.
Il grafico seguente illustra i ricavi appena descritti suddivisi nelle diverse aree di intervento in cui Santeria opera.

Riguardo i costi di produzione, oltre un terzo sono rappresentati dal personale (voce che include stipendi, oneri sociali e TFR), mentre l'acquisto delle merci e dei beni necessari (prevalentemente prodotti alimentari e forniture per il bar, la cucina e gli uffici) ammontato a quasi il **30%** dei costi. L'acquisto di servizi costituisce oltre l'**11%** dei costi: prestazioni professionali di terzi, pagamento degli artisti, diritti SIAE, servizi internet, assicurazioni. Circa un decimo degli oneri è rappresentato dalle spese generali e amministrative: il pagamento dell'affitto per i due spazi, le utenze, il noleggio di attrezzature, le consulenze legali e amministrative, il compenso dell'amministratore. Gli altri oneri costituiscono circa il **9%** dei costi: le variazioni delle rimanenze (voce contabile che indica la differenza tra il valore iniziale e finale del magazzino), la manutenzione e gli altri oneri di gestione (principalmente spese di marketing e comunicazione, accantonamenti, oneri straordinari e oneri finanziari). Sono percentuali residuali gli ammortamenti (voce di bilancio che riflette la ripartizione in più esercizi dei costi relativi a beni materiali o immateriali che hanno un'utilità pluriennale, come ad esempio arredi e macchinari • quelli materiali • e migliorie di beni di terzi e ristrutturazioni • quelli immateriali) e le imposte.

Il **valore aggiunto** rappresenta l'incremento di valore che un'impresa produce per effetto della sua attività sui beni e i servizi acquistati all'esterno. In altri termini, indica l'incremento di valore che si verifica nell'ambito della produzione e distribuzione di beni e servizi finali grazie all'intervento dei fattori produttivi (capitale e lavoro) a partire da beni e risorse primarie iniziali. Descrive dunque la differenza fra il valore della produzione di beni e servizi e i costi sostenuti da parte per l'acquisto degli input produttivi.
Parimenti, può essere definito come il totale delle remunerazioni percepite dagli interlocutori interni all'azienda, ovvero come somma delle remunerazioni del personale (inclusi oneri sociali e TFR), della pubblica amministrazione (ovvero tasse e imposte), del capitale di credito (il pagamento di oneri finanziari e di interessi per i finanziamenti ottenuti per sostenere gli investimenti) e del capitale di rischio (ossia gli utili conseguiti, anche se non sono stati distribuiti ai soci e saranno invece reinvestiti nella società). Il grafico seguente illustra come sono suddivise tali voci, rappresentate nella quasi totalità dal personale.

Figura.6

Ripartizione dei ricavi per tipologia di attività



42,6 corrispettivi bar
22,6 corrispettivi cucina
3,2 biglietteria
13,1 organizzazione eventi
12,1 affitti vendite e servizi diversi
6,5 proventi diversi
e proventi straordinari

Figura.5

Evoluzione del fatturato dal 2010 al 2018

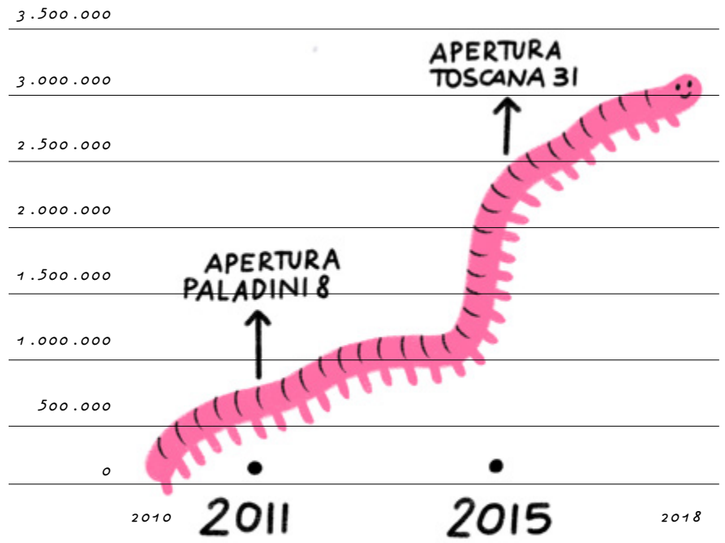
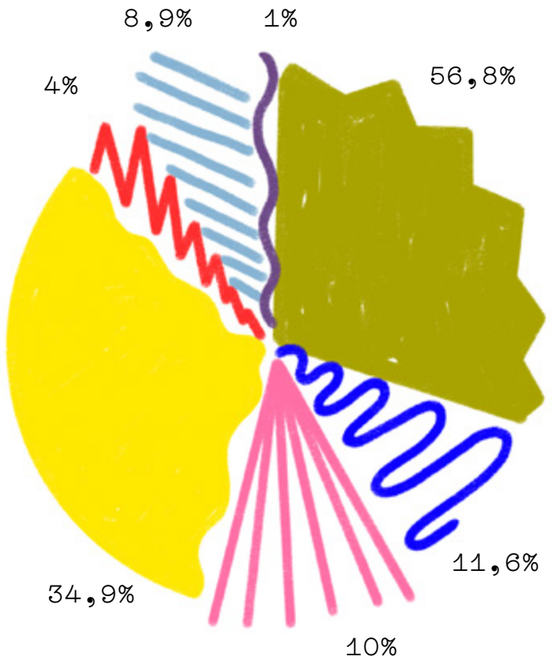


Figura.7

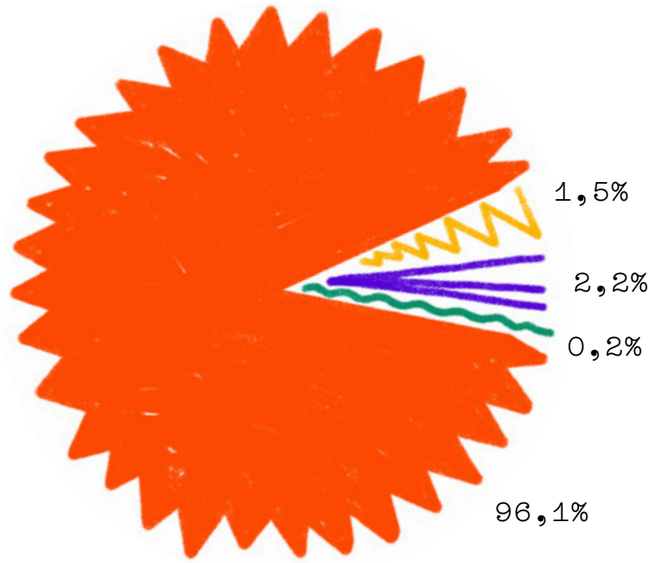
Ripartizione dei costi di produzione



29,7% Acquisto Beni
11,6% Acquisto di servizio
10% Spese generali amministrative
34,9% Costi del personale
4% Ammortamenti ordinari
8,9% Altri Oneri
1% Imposte e Tasse

Figura.8

Ripartizione del Valore Aggiunto



96,1% personale
1,5% pubblica amministrazione
2,2% capitale di credito
0,2% capitale di rischio

2.3 Performance dell'andamento economico·finanziario

La performance che riguarda l'andamento economico·finanziario dell'azienda nel suo complesso può essere descritta attraverso diversi indicatori rappresentativi di come l'impresa stia funzionando da un punto di vista economico, patrimoniale e finanziario. In particolare, si tratta degli indici di redditività, solidità finanziaria e liquidità. Prima di vedere tali indici, occorre però premettere che la società ha scelto di ripagare i debiti accesi per sostenere gli investimenti necessari alla ristrutturazione e riqualificazione dell'immobile di viale Toscana in soli cinque anni, a discapito di un maggiore utile nel breve periodo.

Il **Return On Equity** (ROE, in italiano "redditività del capitale proprio") è un indice di redditività del capitale proprio che descrive in massima sintesi i risultati economici dell'azienda: esprime il rendimento economico del capitale di rischio rapportando il reddito netto prodotto (l'utile di gestione) al patrimonio netto (o capitale proprio) dell'esercizio dell'anno precedente. Nel 2018, questo indice risulta pari a **1,17%**, indicando una situazione positiva per cui l'investimento ha permesso di creare altro valore e ricchezza, per quanto limitati.
Il **Return On Investment** (ROI, tradotto come ritorno sugli investimenti) è un altro indice di bilancio che indica la redditività e l'efficienza economica della gestione caratteristica a prescindere dalle fonti utilizzate (capitale proprio o finanziamenti da parte di terzi). Esprime quanto rende il capitale investito in un'azienda, rapportando il risultato operativo agli investimenti (il cui ammontare complessivo è calcolato come somma dell'attivo circolante e delle immobilizzazioni).
Tale indice risulta pari a **0,15%**

L'**EBITDA** (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization, ovvero utili prima degli interessi, delle imposte, del deprezzamento e degli ammortamenti) è un indicatore di redditività che evidenzia il reddito di un'azienda calcolato solo sulla sua gestione operativa, quindi senza considerare gli interessi (la gestione finanziaria), le imposte (la gestione fiscale), il deprezzamento di beni e gli ammortamenti. Spesso è considerato un dato più importante dell'utile in quanto permette di vedere chiaramente se l'azienda è in grado di generare ricchezza tramite la gestione operativa. È infatti un'approssimazione molto rapida del valore dei flussi di cassa prodotti. Questo indicatore (calcolato sommando utile lordo, ammortamenti, accantonamenti, arrotondamenti passivi e sopravvenienze passive, oneri finanziari e costi non caratteristici e sottraendo proventi finanziari, arrotondamenti attivi, sopravvenienze attive e ricavi non caratteristici) risulta pari a **60.935** euro.

Per quanto riguarda la solidità finanziaria, si fa riferimento all'**Indice di Indebitamento**, o Rapporto di Indebitamento, che esprime il grado di indebitamento dell'impresa. L'indice è dato dal rapporto tra capitale di terzi (la somma del capitale fornito dalle banche e altri istituti finanziari e dai prestiti infruttiferi effettuati a titolo personale dai soci) e capitale proprio. Rispetto ai finanziatori, si rimanda al capitolo 3.4 per maggiori dettagli.
Questo indice assume il valore di **1,84**, in netto miglioramento dal 2016 (anno in cui il valore dell'indice era pari a 2,8). Inoltre bisogna considerare che, nonostante il peso del debito risulti ancora piuttosto elevato, gli oneri finanziari sono relativamente bassi, grazie al fatto che i prestiti dei soci rappresentano circa il **30%** del debito e non generano interessi.

Infine, uno degli indici utilizzati per l'esame delle condizioni di liquidità di un'impresa è il **Current Ratio**, detto anche Indice di Liquidità Generale. Si calcola come il rapporto tra le attività correnti e le passività correnti dell'impresa (ovvero con scadenza entro i 12 mesi). Questo ha un valore pari a **0,88** e descrive in effetti una liquidità limitata (anche se in miglioramento dal 2016, anno in cui l'indice era pari a 0,69), a fronte di un ammontare elevato devoluto per ripagare gli investimenti effettuati. Si è scelto infatti di ripagare i debiti per tali investimenti nel più breve tempo possibile (l'obiettivo prefissato è estinguere tutti i debiti entro il 2020), per poi capitalizzare in misura maggiore in seguito. Si tenga presente che nel 2018 è già stato ripagato il 63% dell'ammontare delle rate che la società deve pagare per i finanziamenti ricevuti dagli istituti di credito e finanziari per i lavori di ristrutturazione di Toscana31. Allo stesso tempo, i ricavi sono in crescita e dunque le prospettive sono buone.

3. Relazione sociale In questo capitolo raccontiamo la relazione con i nostri diversi stakeholder:

Il personale
I clienti
Gli artisti
La Pubblica Amministrazione
I finanziatori
I fornitori
I partner
La collettività

Per i soci si rimanda a quanto già descritto nel paragrafo sull'identità aziendale.

3.1 Personale

Al 31 dicembre 2018 lavoravano con Santeria 74 persone. Si contano 21 contratti a tempo indeterminato, 7 a tempo determinato, 8 apprendistati, 31 contratti a chiamata a tempo determinato, 2 collaborazioni coordinate e continuative, 2 tirocini e 3 stage curricolari. Da un lato, in un'ottica di stabilità e dignità lavorativa, è stata prediletta la tipologia contrattuale dell'assunzione a tempo indeterminato e dell'apprendistato (che di fatto si trasforma automaticamente in tempo indeterminato). Dall'altro lato, per far fronte alle necessità organizzative di flessibilità per le mansioni di cameriere, aiuto cuoco, lavapiatti, hostess, barman, si è fatto ricorso ai contratti a chiamata, anche a causa dell'eliminazione dei voucher da parte del legislatore (nel 2016 Santeria impiegava 27 persone a voucher).

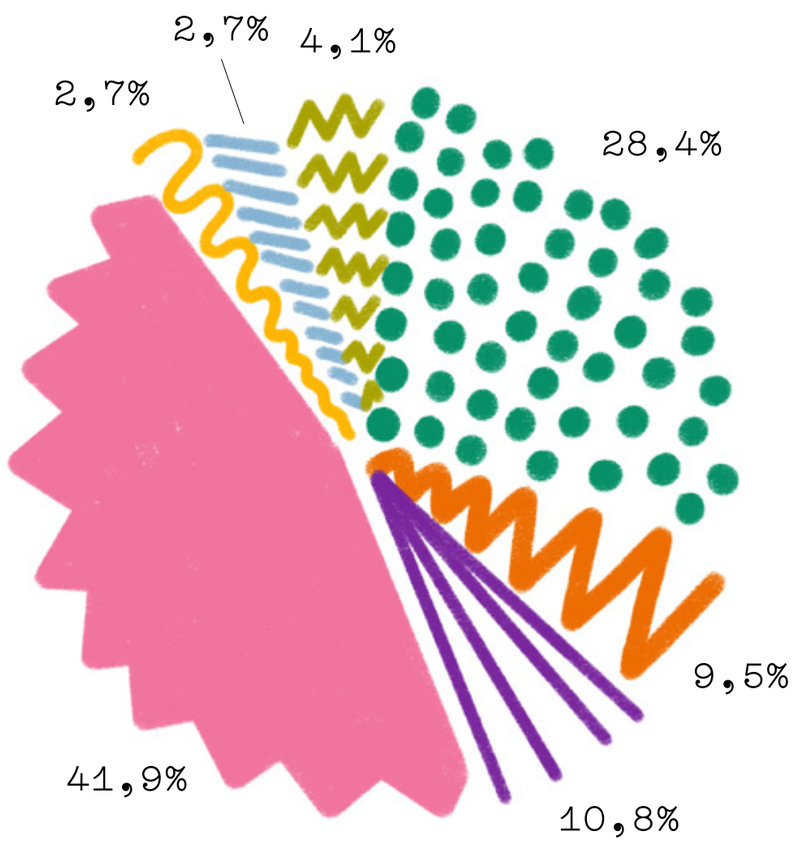
Quasi il 57% delle persone sono impegnate nelle attività di Toscana31, quasi un quarto lavorano in Paladini8 mentre i rimanenti si occupano dell'amministrazione e della contabilità generale, oltre che degli altri servizi offerti dalla società (studio grafico e ufficio per i corporate events).

L'età dei dipendenti e collaboratori va dai 20 ai 64 anni, con un'**età media di 31,2 anni**. Questo dato rispecchia la volontà di creare opportunità di lavoro e crescita professionale per una generazione che si trova ad affrontare particolari difficoltà di inserimento nel mercato del lavoro di oggi.

Guardando al turnover, nel corso dell'anno sono cessati 16 rapporti di lavoro (8 per dimissioni volontarie, 6 per scadenza naturale del contratto e 2 per licenziamento per giusta causa). Allo stesso tempo sono stati attivati 37 nuovi contratti: 3 a tempo indeterminato, 1 a tempo determinato, 1 apprendistato, 2 tirocini, 3 stage curricolari e 27 contratti a chiamata. Risulta quindi un tasso molto positivo di compensazione del turnover del personale (calcolato come il rapporto percentuale tra entrati e usciti nel periodo), pari al 231%, fatto dovuto sia all'ampliamento delle attività sia all'aumento dell'utilizzo del part time per assicurare una maggiore flessibilità.

Figura.9

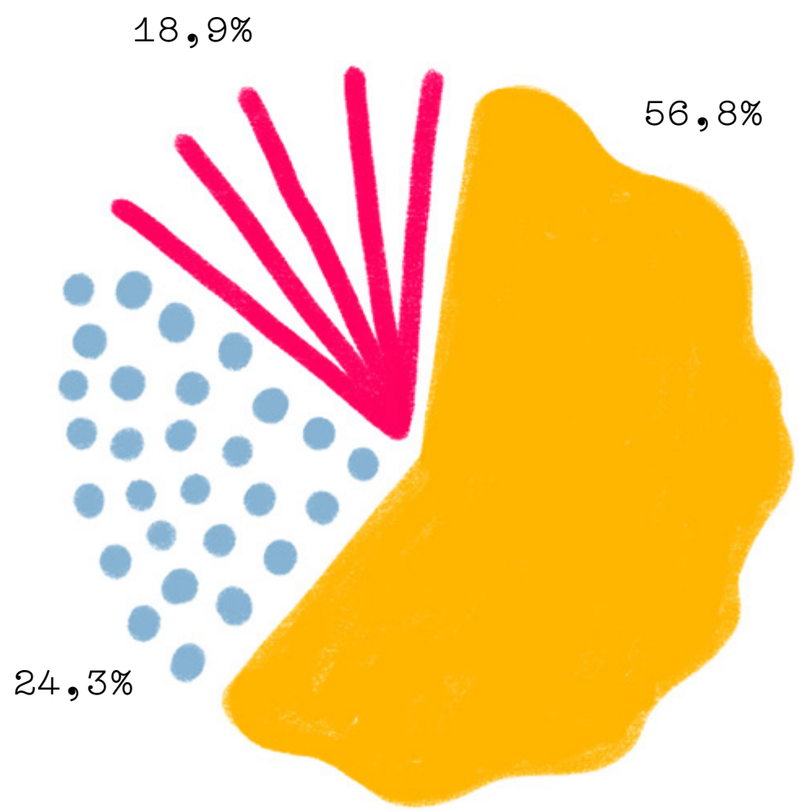
Personale per tipologia contrattuale



28,4% Tempo Indeterminato
9,5% Tempo determinato
10,8% Apprendistato
41,9% A chiamata
2,7% Co.co.co
2,7% Tirocinio
4,1% Stage curricolare

Figura.10

Personale per settore di attività



56,8 Toscana 31
24,3 Paladini 8
18,9 Amministrazione e servizi

Alla fine del 2017, la società impiegava 53 dipendenti e collaboratori, incluso l'amministratore. Ne risulta un tasso di assunzione (il rapporto tra il numero di assunzioni e il numero del personale medio) del 58,3%.
L'anzianità media, ovvero il tempo medio da cui il personale è impiegato dalla società nelle diverse forme contrattuali, è pari a circa 15 mesi. Si deve qui tener presente che il settore della somministrazione di alimenti e bevande è normalmente caratterizzato da un elevato turn over del personale, spesso rappresentato da giovani e studenti che hanno altre aspirazioni lavorative e scelgono questo settore come lavoro temporaneo o saltuario. Se si calcola l'anzianità media solo relativamente al personale degli uffici di amministrazione e produzione, settore eventi e studio grafico, il dato sale a 29 mesi.
Riguardo la retribuzione, la paga oraria media totale, al lordo dei contributi personali, è pari a **8,53 euro** (non rientrano nel calcolo TFR, tredicesima e quattordicesima e eventuali rimborsi spese o indennità e non sono presi in considerazione i pagamenti a forfait dei tirocinanti, che percepiscono 400 euro al mese).
Se si considerano invece esclusivamente i dipendenti (escludendo quindi i collaboratori a chiamata), la paga oraria media risulta pari a **9,41 euro**, in crescita rispetto alla media 2016 (che era pari 8,55 euro). Nel corso dell'anno 13 dipendenti e collaboratori hanno avuto un aumento retributivo (a fronte della trasformazione del proprio contratto o del miglioramento delle condizioni economiche).
Il differenziali retributivo tra il management e il compenso medio dei dipendenti è assai ridotto. La paga oraria media non si discosta infatti molto dalla paga oraria media percepita dai responsabili di area e dai tre direttori artistici, pari a **12,35 euro**.
Rispetto all'organizzazione del lavoro, i dipendenti hanno la possibilità di usufruire di un orario flessibile, facendo salve le necessità di garantire il normale svolgimento delle attività. La società cerca per quanto possibile di venire incontro alle esigenze della vita privata dei dipendenti e allo stesso tempo richiede talvolta una flessibilità ai lavoratori per rispondere a bisogni particolari in caso di eventi straordinari.
Escludendo i contratti a chiamata (per i quali le ore sono variabili per definizione), si contano 33 contratti a tempo pieno e 7 part time (con un impegno dalle 15 alle 20 ore settimanali).
Considerando le pari opportunità, si può affermare che il livello retributivo non varia di molto a seconda del genere: la paga oraria media è pari a 8,82 per gli uomini e 8,04 per le donne. La rappresentanza delle donne al livello di management, poi, vede 2 donne tra gli 7 responsabili indicati nell'organigramma.
Riguardo l'obbligo di inserire una determinata quota di lavoratori iscritti alle categorie protette, nel marzo 2018 Santeria ha sottoscritto una convenzione con la città metropolitana di Milano (ai sensi dell'art. 11 della legge 68/1999) che concede all'azienda con obbligo di assunzione un anno di tempo per collocare in modo adeguato la persona da inserire, individuando la mansione necessaria all'azienda e organizzando i colloqui. Nel marzo 2019 Santeria ha assunto con contratto part time un ragazzo appartenente alle categorie protette con la mansione di gestione dei Social Media.
Santeria riconosce l'importanza e l'opportunità di promuovere la crescita e valorizzazione del personale. In tal senso nel corso dell'anno sono state effettuate le seguenti trasformazioni di contratto e stabilizzazioni:

- **2** contratti a chiamata trasformati in contratto di apprendistato
- **2** contratti a chiamata trasformati in contratti a tempo indeterminato
- **1** contratto a tempo determinato convertito in contratto a tempo indeterminato
- **1** apprendistato trasformato in contratto a tempo indeterminato
- **1** contratto a tempo determinato convertito in contratto a chiamata.

Con la stessa logica, la società promuove la formazione per i propri dipendenti e collaboratori, 34 dei quali hanno partecipato ad almeno una formazione: 15 dipendenti hanno ricevuto la formazione sulla sicurezza generale e specifica dei lavoratori, 18 dipendenti hanno ricevuto la formazione HACCP e 1 dipendente ha ricevuto l'aggiornamento della formazione per la carica di Responsabile dei Lavoratori.
Oltre ai corsi obbligatori di sicurezza sul luogo di lavoro generale e specifica per le diverse tipologie di lavoro, la Società provvede ai corsi di formazione utili allo svolgi-

mento di specifiche mansioni: tutti gli addetti alla cucina hanno conseguito la certificazione HACCP su sicurezza e igiene alimentare.
In aggiunta, i lavoratori possono partecipare gratuitamente a tutte le formazioni organizzate da Santeria, anche quelle meno pertinenti rispetto ai compiti e mansioni svolte; questo per favorire non solo una crescita professionale legata esclusivamente al ruolo in azienda, ma anche uno sviluppo integrale dei diversi interessi che una persona può coltivare.
Ulteriori benefici per i dipendenti e i collaboratori sono la fornitura di divise Santeria per i lavoratori di sala (inclusi bretelle, grembiuli e spille) e 1 paio di scarpe Adidas per tutti, grazie alle partnership stipulate da Santeria. Inoltre tutti i lavoratori possono usufruire del 20% di sconto sulle consumazioni al bar e al ristorante e il 20% di sconto sugli acquisti dal partner Waxman.
Infine, per promuovere lo spirito di squadra e per festeggiare tutti insieme i risultati delle fatiche svolte, ogni estate si organizza una festa aziendale in una location privata esclusiva.
Per quanto attiene la tutela della salute, come previsto dal D.lgs 81/2008, Santeria SRL è dotata di Medico del Lavoro (Dr. Davide Egidio Facchini). I controlli sanitari nei confronti dei dipendenti sono svolti regolarmente come da disposizioni di legge, così come le relative riunioni annuali del servizio di prevenzione e protezione.
Riguardo la sicurezza, sono stati individuati tra i dipendenti 11 addetti al primo soccorso e 6 addetti antincendio.
Il rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) è Niccolò San Filippo.
Il Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP) è l'Ing. Raffaella Calvi, che ha il compito di organizzare e gestire tutto il sistema appartenente alla prevenzione e alla protezione dai rischi. La società è in possesso del DVR (documento di valutazione dei rischi) e del piano di emergenza che vengono aggiornati, come prevede la normativa, in base alle nuove attività e sedi che la società apre.
Nel corso del 2018 si sono verificati 5 infortuni (1 taglio di lieve entità e 4 infortuni in itinere, ovvero nel percorso casa•lavoro): nessuno ha avuto conseguenze permanenti.
Per ciò che attiene la sicurezza durante le serate di particolare affluenza, è sempre utilizzato personale esterno in

possesso dei requisiti richiesti dalla legge ed iscritto regolarmente nell'elenco prefettizio del personale addetto ai servizi di controllo delle attività di intrattenimento e di spettacolo in luoghi aperti al pubblico o in pubblici esercizi, così come prescritto dal D.M. del 6 ottobre 2009. Il servizio di sicurezza varia in relazione alle previsioni di partecipazione presso le strutture, aumentando di una persona 1 ogni 100 persone attese. In particolare, il servizio di steward è affidato a MILANO COOP 200 SCARL (SECURITY MILANO)
In merito a provvedimenti disciplinari e contenziosi, nel corso dell'anno sono stati notificati ai dipendenti 17 richiami di cui 6 conclusi con sanzione disciplinare. Inoltre, è stato effettuato un licenziamento per giusta causa. Infine, una persona ha presentato le dimissioni per giusta causa ai quali non è seguito nessun contenzioso.

3.2 Clienti

Santeria ha diverse tipologie di clienti:

• Gli avventori che frequentano i due bar e ristoranti in via Paladini e in viale Toscana;
• Gli spettatori che presenziano ai diversi eventi culturali, artistici e ricreativi proposti;
• Le organizzazioni e le aziende che usufruiscono dei servizi di consulenza per l'organizzazione di eventi;
• Le organizzazioni, le aziende e i privati che affittano gli spazi di Toscana31 e Paladini8;
• Le organizzazioni e le aziende che si rivolgono a W.E.T. studio per la grafica e la comunicazione;
• I partecipanti ai corsi e ai workshop formativi offerti dalla Scuola di Produzione Artistica.

Le caratteristiche delle persone che frequentano gli spazi di Santeria per bere, mangiare o assistere ad un evento sono molto variegate e distribuite su differenti fasce di età: le famiglie prediligono il fine settimana, il pubblico tra i 20 e i 40 anni partecipa assiduamente durante la settimana. Anche la provenienza geografica è molto diversificata: sebbene la preponderanza degli avventori provenga dalla città, molti arrivano dalle province limitrofe, i turisti

stranieri sono numerosi e in occasione di eventi particolari giungono anche da altre città del nord Italia.
Relativamente alla qualità delle materie prime e dei prodotti, i servizi di bar e ristorazione puntano su una vasta gamma di prodotti selezionati e di qualità. Agli utenti vengono somministrati prodotti di prima scelta prediligendo il chilometro zero, senza che ciò comporti prezzi eccessivamente elevati. Sergio Frigerio, socio di Santeria s.r.l e titolare di Ex Rec, si assicura che il locale rispetti in ogni dettaglio la normativa di legge vigente ed è responsabile ultimo del manuale HACCP e del suo rispetto da parte di tutto il personale, per assicurare ai clienti il miglior servizio possibile.
Riguardo i clienti corporate, Santeria ha lavorato con numerosi grandi marchi di diversi settori, agenzie, organizzazioni di promozione culturale, realizzando eventi ed eseguendo servizi per ogni esigenza di budget. Ad ognuno si cerca di offrire un'assistenza e prestazioni che rispettino la loro identità e che rispondano ai loro bisogni, superandone le aspettative. Tra i clienti si annoverano: Accenture, Adecco, Adidas, Bose, Boston Scientific, Club Med, Dell, Foot Locker, Luxottica, Omnicom, Pimkie, Pioneer, Rockol, Yamaha.
Infine, una distinta tipologia di cliente è rappresentata da Netflix, che ha acquistato 3 spettacoli di stand up comedy organizzati in Toscana31 e prodotti da Dazzle in collaborazione con Aguilar e Santeria. È un nuovo segmento di clientela interessata all'acquisto di contenuti nel settore dell'entertainment realizzati negli spazi di Santeria.
Mentre con il bilancio 2016 avevamo approfondito tramite questionario i profili e il livello di soddisfazione degli avventori dei servizi di bar e ristorazione, quest'anno si è deciso di analizzare le caratteristiche e le opinioni dei partecipanti ai corsi di formazione offerti dalla Scuola di Produzione Artistica. Sono dunque stati somministrati 3 questionari a chi ha frequentato il corso di Tour Manager e produzione musicale, Marketing, management e comunicazione della musica e La casa discografica del futuro.
Complessivamente hanno risposto 70 persone su 147, di cui il 51,4% femmine e il 48,6% maschi. I partecipanti hanno dai 20 ai 46 anni, con un'età media di 30 anni. La quasi totalità dei rispondenti ha partecipato ai corsi per interesse lavorativo (il 55,7% per interesse lavorativo futuro, non avendo esperienza nel settore, e il 34,3% per approfondire l'attuale esperienza di lavoro), mentre il 10% ha partecipato per interesse personale.
Il livello di soddisfazione per i corsi è in generale molto alto: si sono dichiarati molto soddisfatti l'84,3% dei rispondenti (indicando un valore maggiore o uguale a 8 in una scala da 1 a 10), il 14,3% ha dichiarato di essere abbastanza soddisfatto (con risposte comprese tra il 6 e il 7) e solo l'1,4% ha indicato un livello di soddisfazione inferiore al 6.
Tutti alla fine del corso hanno riconosciuto la qualità e l'efficacia del processo di apprendimento, valutando in media la propria preparazione di partenza rispetto agli argomenti trattati con un 5,3 su 10 e la propria preparazione dopo il corso in media con un 7,9 su 10.
Ad ulteriore riprova del riconoscimento dei corsi, tutti i rispondenti si sono detti propensi a consigliare il corso ad un amico. Inoltre, il 93% dei partecipanti valuterebbe la possibilità di seguire un corso avanzato di Tour Manager e produzione musicale e di Marketing, management e comunicazione della musica e il 97% di chi ha frequentato il corso La casa discografica del futuro valuterebbe la possibilità di seguire un corso breve su un altro argomento dopo questa esperienza.

3.3 Artisti

Santeria mira a promuovere e diffondere tutte le arti, dalle più conosciute a quelle meno diffuse tra il pubblico, coinvolgendo artisti affermati ed emergenti, italiani e internazionali, perché l'arte non conosce confini. L'attenzione riservata agli artisti è massima, siano essi grandi star o persone che si sono appena affacciate sul palco.
Anche lo stesso pubblico può diventare artista in occasione delle battaglie a suon di versi e di rime della poetry slam o delle performance di stand up comedy a microfono aperto.
Il progetto Tovagliette, diretto dal W.E.T. studio in collaborazione con il partner Favini, permette ad illustratori e grafici, ma anche a chiunque si voglia mettere alla prova inviando un disegno, di condividere le proprie creazioni e promuoverle attraverso le migliaia di tovagliette che stampiamo ogni anno. Solo per citare alcuni degli artisti che hanno aderito: Vito Manolo Roma, Miss Goffetown, Scarabottolo, Rugge, Isol, Bobabrain, Lipe, Zeta, Matteo Perazzoli, Lineette, Olli, Momusso, Federica Ubaldo, Beatrice Bi.
Riguardo l'accordo con Netflix, i tre Stand Up Comedy Special Originali italiani, con Edoardo Ferrario, Francesco De Carlo e Saverio Raimondo, daranno la possibilità alla comicità italiana di raggiungere una platea internazionale ed essere apprezzata nei 190 paesi in cui il servizio di streaming è disponibile.

3.4 Pubblica Amministrazione

La nostra relazione con la Pubblica Amministrazione mira ad essere quanto più trasparente possibile e improntata su uno spirito di collaborazione per svolgere il lavoro in modo efficace, e per contribuire allo sviluppo sociale e culturale della città nel pieno rispetto delle regole.
Per questo la società è stata più che disponibile a partecipare alla sperimentazione del nuovo Sportello Unico Eventi, un unico ufficio del Comune di Milano dove poter ottenere tutti i documenti necessari per le autorizzazioni di eventi e manifestazioni.
Santeria, che aveva già collaborato alla riscrittura e attualizzazione del regolamento della Commissione Comunale di Vigilanza (l'organo preposto all'accertamento tecnico finalizzato al rilascio della licenza di agibilità per i locali di pubblico spettacolo e le manifestazioni temporanee) per riformare il regolamento del pubblico spettacolo, è stata invitata insieme ad altri 3 organizzatori di eventi pubblici con rinomata esperienza (Turnè Eventi, Radio Italia e Piano b) a testare il sistema dello Sportello Unico Eventi prima dell'effettiva apertura a tutti di questo servizio.
Tramite questo Sportello è ora possibile la trasmissione on•line di tutte le pratiche necessarie relative agli eventi, consentendo anche il pagamento elettronico del bollo.
Gli enti selezionati hanno sperimentato il nuovo sistema di interfaccia per la compilazione e trasmissione on•line del modulo. La collaborazione consisteva nel testare lo sportello in questa importante fase di avvio, verificando e risolvendo insieme all'Amministrazione eventuali criticità che potevano emergere durante il percorso.
La buona relazione con il Comune di Milano è fondamentale da quando Santeria ha vinto il bando pubblico per la gestione dello spazio in viale Toscana, che tornerà ad essere a disposizione dell'Amministrazione alla fine del 2024 (dopo dieci anni dall'affidamento dello stabile, formalizzato con contratto firmato il 22 dicembre 2014). La società ha provveduto ad una estensiva riqualificazione, ristrutturazione e messa a norma di questo spazio con un investimento di circa un milione di euro: tale intervento rappresenta un importante valore aggiunto per l'Amministrazione Pubblica, che di fatto si ritroverà in possesso di un luogo ristrutturato e riqualificato.
In partnership con il Comune di Milano, Santeria ha poi organizzato e prodotto il concerto di Nic Cester & The Milano Elettrica, evento conclusivo a ingresso libero della rassegna di spettacoli ed eventi culturali "Estate Sforzesca", promossa e coordinata da Comune di Milano al Castello Sforzesco.
Rispetto ai contributi pubblici, la società ha ricevuto 19.403 euro (IVA inclusa) dal Comune per affidamento del servizio ai sensi dell'art. 36 comma 2 lettera A del dlgs 50/2016 proprio per l'ideazione e la realizzazione dello spettacolo di Nic Cester nell'ambito della manifestazione "Estate Sforzesca" e un contributo di 4.242 euro, sempre da parte del Comune (Direzione Cultura • Area Spettacolo), per "Contemporarities", una rassegna di musica classica e contemporanea.
Inoltre, la società ha usufruito delle agevolazioni previste per i datori di lavoro per le assunzioni (l'esonero contributivo disposto dalla legge di Stabilità 190/2014). Le agevolazioni, che sono giunte a conclusione nel corso dell'anno con scadenze diverse a seconda della data di assunzione, erano relative a 13 assunzioni a tempo indeterminato.
Infine, relativamente alla verifica dei requisiti di sicurezza e igiene effettuata dai diversi enti pubblici, la società è stata oggetto nel corso del 2018 di un controllo congiunto di ATS Milano Città Metropolitana e dei N.A.S. concluso con esito favorevole e di un controllo da parte del Corpo di Polizia Locale • Unità informativa Operativa • Nucleo Contrasto Lavoro Nero concluso senza riscontro di alcuna irregolarità.
A questi si aggiungono numerosi controlli SIAE.

3.5 Finanziatori

Per raccogliere il capitale necessario agli investimenti per lo sviluppo dell'impresa e per la ristrutturazione dello spazio in viale Toscana, tra il 2015 e il 2016 Santeria ha fatto ricorso a cinque finanziamenti da parte di 3 istituti di credito, ottenendo:

- 180.000 euro da BPM
- 156.000 euro da Cariparma
- 50.000 euro da BPM
- 100.000 euro da Cariparma
- 150.000 euro da Capital B!

Al 31 dicembre 2018, del totale di 636.000 euro, ne ha già ripagati oltre 403.000, mentre restano da pagare 232.939 nei prossimi due anni. Tutti i pagamenti sono stati effettuati rispettando la scadenza delle rate.
In aggiunta, i soci in prima persona hanno direttamente contribuito al finanziamento dell'impresa per una somma pari a 106.138 euro, sotto forma di prestiti infruttiferi. Questa scelta rispecchia sia il forte coinvolgimento dei soci, sia un'assoluta fiducia nella capacità di Santeria di ripagare i propri debiti.

3.6 Fornitori

L'indotto economico generato da Santeria coinvolge una pluralità di settori produttivi o imprese: venditori al dettaglio o all'ingrosso di beni alimentari, bevande alcoliche e bevande analcoliche, fornitori di materiali di consumo per la somministrazione di bevande e alimenti, imprese di pulizie, imprese di sicurezza, fornitori di servizi per impianti acustici, luci e altri impianti, servizi di manutenzione, servizi per la stampa, la serigrafia, la tipografia, fornitori di servizi amministrativi (ufficio paghe).
L'espansione del volume delle attività della società ha determinato un aumento delle opportunità per tali fornitori, collocati prevalentemente nell'area metropolitana e province limitrofe.
L'esperienza lavorativa maturata in anni di attività dei diversi soci ha consentito a Santeria di capitalizzare i contatti esistenti con i fornitori, concentrandosi su quelli che nel corso del tempo hanno assicurato tempestività delle forniture, qualità costante e un buon servizio di assistenza, in particolare per quanto riguarda l'impiantistica. Questo si è rivelato possibile anche e soprattutto grazie al rapporto instaurato con tali aziende, improntato sulla correttezza nelle relazioni e nelle modalità e tempistiche relative ai pagamenti.
La strategia generale che Santeria adotta nei confronti dei propri fornitori chiave è quella di instaurare dei veri e propri rapporti di partnership, in modo tale da realizzare un allineamento tra la propria missione e quella degli attori che per ragioni commerciali gravitano attorno alla nostra organizzazione e vantaggi per entrambe le parti.

3.7 Partner

Santeria è stata capace di coinvolgere diversi partner che hanno sponsorizzato alcune delle sue attività.
Per quanto riguarda il settore beverage, sono partner Heineken, Velier, Diageo, Redbull, Matusalem e Pascucci. Queste partnership implicano tutte un contributo economico in cambio di visibilità, marketing e attività connesse.
Inoltre, Favini ha contribuito con la fornitura della carta al progetto delle tovagliette illustrate. Adidas ha sottoscritto una partnership annuale fornendo sostegno economico a numerosi eventi ed iniziative e donando un paio di scarpe a tutti i dipendenti. Con Bose è stato stretto un accordo per la forniture di un sistema Array di altissima qualità professionale. C'è poi Yamaha Pianos, che oltre a fornire un pianoforte in comodato d'uso, ha supportato Santeria con la disponibilità a consegnare un pianoforte a coda per eventi speciali.

3.8 Collettività

Santeria contribuisce positivamente alla creazione di benessere sociale ed economico per la comunità, non solo attraverso i posti di lavoro creati o gli investimenti sostenuti per lo sviluppo e la riqualificazione dello spazio pubblico di viale Toscana, ma anche attraverso la promozione di iniziative di interesse pubblico volte a promuovere la partecipazione democratica e la cittadinanza attiva.
Sono stati promossi eventi a carattere gratuito per favorire lo scambio e la conoscenza tra i cittadini e la partecipazione alla vita sociale e politica della città e del paese, nella convinzione che tutti debbano contribuire alla circolazione delle idee e alla crescita di consapevolezza per poter costruire una comunità migliore.
In primis è stato realizzato l'evento "La città del futuro: Marracash intervista Giuseppe Sala", un incontro in cui una delle figure centrali e iconiche delle musica italiana ha intervistato il primo cittadino di Milano, confrontandosi sulla musica e soprattutto sulla loro visione della città, parlando dei luoghi della cultura, di integrazioni e di periferie. All'evento, che è stato trasmesso anche in diretta streaming, hanno partecipato più di 400 persone.
Santeria aspira poi a contribuire al dibattito su tematiche di attualità sociale e culturale. Ha quindi lanciato il blog Magazine Osservatorio Offline, che con pubblicazioni a cadenza variabile raccoglie riflessioni e opinioni di artisti, musicisti e altri attori del settore culturale per stimolare discussioni e contrastare un conformismo fondato sul senso comune privo di argomentazioni e fatti.
Per quanto riguarda il coinvolgimento e la riqualificazione del territorio, Toscana 31 è già riuscita a porsi come un presidio socio•culturale che ha riqualificato le aree limitrofe, in particolare il tratto adiacente di viale Toscana e lo slargo antistante la struttura che, soprattutto la sera, risultava essere un luogo di emarginazione. È diventato un luogo aperto al pubblico capace di attrarre persone di ambienti e provenienza differenti in un contesto urbano dove in precedenza emergeva l'assenza di ritrovi di interesse culturale diversi da locali o discoteche.
Previa richiesta al comune di Milano, lo slargo è stato oggetto di pedonalizzazione e Santeria ha provveduto al rifacimento dell'aiuola antistante l'ingresso di Toscana31 in collaborazione con la Cooperativa Sociale Cascina Biblioteca, piantumando tre alberi e installando una rastrelliera per le bici.
Infine, rispetto all'attenzione al sociale, Santeria si è impegnata in due progetti.
Il primo progetto, avviato nel 2017, aveva l'obiettivo di sostenere la squadra di calcio Corelli Boys, promossa dall'associazione NoWalls e nata all'interno del Centro di accoglienza straordinaria di via Corelli a Milano. Santeria ha lanciato e supportato una campagna di crowdfunding sulla piattaforma di Musicraiser per sostenere le spese di iscrizione al campionato Uisp (Unione italiana sport per tutti), l'attrezzatura, l'abbigliamento sportivo, le visite mediche e le trasferte per la squadra dei Corelli Boys.
Santeria ha poi promosso una campagna contro ogni forma di discriminazione, incoraggiando l'adesione di altri gestori di locali pubblici. Un adesivo arcobaleno con la scritta YES posto all'ingresso delle due location testimonia che chiunque è benvenuto. Una testimonianza che in un momento storico come questo ha bisogno di essere esplicitata.
In sintesi, Santeria mira a proporre spazi e attività dedicati alla città e ad essere protagonista della vita sociale, culturale e artistica del territorio, a disposizione di tutta la cittadinanza.

4. Ambiente

Questa relazione ambientale prende in considerazione sia le informazioni di carattere economico-finanziario, sia quelle di carattere qualitativo.
In relazione al primo punto, la spesa ambientale sostenuta nel 2018, che comprende il costo degli interventi posti in essere allo scopo di prevenire, ridurre o riparare i danni all'ambiente derivanti dalle sue attività operative, è stata pari 8.063 euro. Tra i costi in esame sono presi in considerazione quelli sostenuti per lo smaltimento dei rifiuti e per l'acquisto di piante, sia da esterno che da interno.
Analizzando l'impatto ambientale da un punto di vista qualitativo, va detto innanzitutto che Santeria riconosce la propria responsabilità ed è impegnata nella gestione delle problematiche ambientali.
Per questo ha subito aderito alla campagna "Plastic free" lanciata dal Comune di Milano, facendosene promotrice tra gli operatori dello spettacolo e non solo, e cercando di coinvolgere tutti i suoi partner legati al mondo del beverage.
Ad Aprile 2019, in occasione del prossimo Fuorisalone, è previsto il lancio dell'iniziativa con il primo evento cultural musicale interamente Plastic Free.
L'obiettivo è abbandonare le plastiche monouso come bicchieri, cannucce e bottigliette a favore di materiali alternativi, riciclabili e facilmente riutilizzabili. Questa sperimentazione anticipa l'applicazione della direttiva dell'Unione europea che dal 2021 vieterà l'utilizzo delle plastiche usa e getta non degradabili, il cui impatto sull'ambiente costituisce un danno epocale.
Nel dettaglio, la campagna prevede che:
- le bottigliette d'acqua siano sostituite da acqua servita in vetro al tavolo e nei bicchieri al banco in forma gratuita;
- i bicchieri della birra siano sempre in vetro laddove possibile oppure in PLA biodegradabili;
- i bicchieri dei cocktail sempre in vetro laddove possibile oppure in carta;
- le cannucce siano biodegradabili e consegnate al cliente solo su richiesta;
- le bottigliette d'acqua per gli artisti siano sostituite da borracce personalizzate Santeria.

Con riferimento ai consumi di materie prime, i servizi di bar e ristorazione cercano di avvalersi per quanto possibile di prodotti a chilometro zero.
Le tovagliette usa e getta (in un anno ne abbiamo utilizzate oltre 28.000, pari a circa 800 chili) sono in carta Crush, una carta ecologica ricavata utilizzando scarti agro-industriali (residui di agrumi, uva, ciliegie, lavanda, mais, olive, caffè, kiwi, nocciole e mandorle sono le materie prime naturali salvate dalla discarica) miscelati con cellulosa vergine e fibre riciclate post consumo certificate FSC, utilizzando elettricità idroelettrica autoprodotta.
Tutti gli impianti, incluse le cucine, sono stati installati in occasione della ristrutturazione effettuata nel 2015 e rappresentano quindi lo stato dell'arte dal punto di vista dell'efficienza energetica.
Rispetto all'inquinamento acustico, per entrambe le sedi sono state espletate tutte le procedure per la verifica dell'adeguatezza dell'impatto sul vicinato.
Nel suo piccolo, Santeria ha anche attuato interventi sul paesaggio circostante, con il collocamento e la cura di numerose piante all'interno e all'esterno degli spazi, nel cortile di Paladini8 e sul muro di Toscana31. E, come già indicato nel capitolo precedente, è stato effettuato il rifacimento dell'aiuola antistante l'ingresso di Viale Toscana 31 in collaborazione con la Cooperativa Sociale Cascina Biblioteca.
Infine, in partnership con Redbull, sono state messe a disposizione del personale e dei soci 5 biciclette per gli spostamenti in giornata, evitando così un utilizzo eccessivo dell'automobile quando c'è la necessità di effettuare piccoli spostamenti per incontrare i clienti, effettuare acquisti o andare da una sede all'altra.

5. Comunicazione

La comunicazione e la promozione rappresentano un importante valore aggiunto per tutti i progetti di Santeria. L'amministrazione, il W.E.T. studio, i Direttori Artistici e Giulia Elefanti (che oltre ad essere socia di Santeria gestisce l'ufficio stampa e comunicazione Elliefant) lavorano in sinergia per creare un tipo di comunicazione capillare ed incisivo che è stato capace di generare grande interesse nei media e nel pubblico.
L'attività di ufficio stampa copre carta stampata, radio e web, inclusi i social network, e la promozione si è avvalsa di una creativa pubblicizzazione dei numerosi eventi e iniziative attraverso mailing list e Facebook ad. La comunicazione avviene tramite l'invio di comunicati stampa ad hoc, selezionando i media più adatti ad ogni evento.
Ecco alcuni tra i principali quotidiani, riviste e magazine digitali che hanno raccontato Santeria: **La Repubblica, Il Corriere della Sera, La Stampa, Il Giorno, Il Fatto Quotidiano, Il Manifesto, RollingStone Italia, Il sole 24 Ore, Leggo, Metro, tg24.sky.it, adnkronos.com, artribune.com, MilanoToday, Rockol.it, Billboard.it, Affaritaliani.it, Mentelocale.it, Altrospettacolo.it, MilanoWeekend, Rockon.it, tvzap.kataweb.it, Foxlife.it, Grazia, TV Sorrisi e Canzoni. Inoltre hanno parlato di noi la radio (Rai Radio 3 e Radio Popolare) e la televisione (diversi servizi sul telegiornale regionale RAI, oltre a Repubblica.tv e Corriere.tv)**, quest'ultima soprattutto in occasione degli incontri politici di rilevanza pubblica aperti alla cittadinanza.
La strategia di comunicazione online prevede l'integrazione e la sinergia dei diversi strumenti che la società ha predisposto per presentare tutte le sue attività e i due spazi che gestisce: Toscana 31 e Paladini 8.
Il sistema si articola in:
- il sito istituzionale **www.santeria.milano.it** che presenta la società nel suo insieme e ha sezioni dedicate alle due location di Paladini8 e di Toscana31, al settore Corporate Events, al W.E.T. studio e alla Scuola di Produzione Artistica, nonché una pagina con il calendario di tutti gli eventi passati e futuri;
- un account **Twitter** (twitter.com/santeriamilano)
- tre profili **Facebook** personalizzati per ciascuno dei due spazi e per la Scuola di Produzione Artistica
- una pagina **Instagram**.

Le pagine Facebook segnalano giorno per giorno menu, mostre, eventi, servizi, musica e didattica: la pagina di Paladini8 conta quasi **40.000** follower (34.000 nel 2016), la pagina di Toscana31 quasi **54.000** (più di 26.000 nel 2016) e la pagina della Scuola quasi **2.400** follower (1.200 nel 2016).
La pagina Twitter, unica per entrambe le venue, gode di un ottimo seguito con oltre **6.000** follower ed è mirata ad un pubblico attento soprattutto ai contenuti culturali. La comunicazione social è mantenuta attiva e aggiornata costantemente su tutti i profili.
La pagina Instagram, che raccoglie i volti e un pezzetto di storia di chi ha visitato o frequenta abitualmente le due location di Santeria, ha **13.000** follower.
La web presence si completa infine con la newsletter che viene inviata ogni settimana a circa 2.580 iscritti annunciando le attività proposte.
Ogni evento è promosso attraverso grafiche accattivanti appositamente create dal W.E.T. Studio. Per gli eventi con maggior rilevanza sono predisposte locandine in loco.

Un grazie speciale a tutti i dipendenti, collaboratori e tirocinanti che ci hanno aiutato, supportato e sopportato in questo anno:

AFFEDE GIACOMO
AGHMIR ZACCARIA
ALBERTI GIULIA
ALFIERI BARBARA
ALI MUMIN SACCHI SULEYMAN
AMATI DANIELA
ANGLANO FILIPPO
ARTALE ROSA
BARAZZONI REBECCA
BERKANE RABAH
BIANCO FRANCESCA
BONZANI MARTA ZERLMIRA
BORRIELLO MAURO
BRACCIA ALESSIO
BUGIO LORENZO
BUZZO GABRIELE
CAMPA BEATRICE
CAPPATO TOMMASO
CARRER MARIA CHIARA
CECCONI FILIPPO
CENTRONE MARCO
COLOMBO FEDERICA
CONDELLO MICHELE
DE ANDRADE NAUD ELISA
DE STEFANO FRANCESCO
EL NAGGAR MOHAMED
FABRIZI MATTEO
FALLETTA DANIELE
FERRARI GIACOMO
FONTANA PIETRO
FRIGERIO SERGIO
GASBARRO REBECCA
GHETTI TOMMASO
GIANNELLI ILARIA
GIANNO FABIO
HAFEZ GHIT MOATAMED HESHAM
HASANLLARI KLEANTI
HEWA ATAPATTUGE SAMEERA
GAYAN
KONATE SEKOU
LARDERA MARCO
LELLI DAVIDE
LISI FRANCESCO
LOKYE ANOOP KUMAR
MANENTI FRANCESCA
MELADOSSI LUCA
MERIGO MATTEO
MILANI MATTEO
MOIA ILARIA SILVIA
MONTINARO DIEGO
MORA ELENA
MUCI ALESSIA
NEGRI RICCARDO
NUCERA ALICE
PACOTTI FEDERICA
PERERA WARUSHAHENNADIGE
ANOJ SURANGA
PINI ANFOSSI BRIAN
PONTIROLI ANDREA
PONZANETTI GIOELE
PONZONI LAURA
PRETI ALICE NAOMI
PRODAN VASILE IONUT
PROSPERI VITTORIA
RAIMONDI SIMONE
RAMZI FATIMA ZAHRA
RASIA MARIKA
RICCIARDULLI LUCA
RICCOBONO MICHAEL
SAJAW OUSMAN
SANFILIPPO ANGELO
SANFILIPPO NICOLÒ
SCORNAVACCHE GIUSEPPE
SEGALE MATTEO
SIT ABOHA LAYLA
SOFFREDINI OTTAVIO
SPINONI LUCA
STEIN DECHTIAR EDUARDO
TARQUINIO GIORGIA GIUDITTA
TERRANOVA FABIOLA
THIAM OUSMANE
TRAVERSA NICOLA
VALENZANO VALERIA
VANNI BEATRICE MARIA
VINCI GIULIA
WARNAKULASIRIYA FERNANDO
ZAMBELLI PAOLA
ZONTA ALVISE

E TUTTI QUELLI CHE
SONO PASSATI DA NOI,
MA NON SONO CITATI

IN QUESTA LISTA.
Grazie anche a te
per essere arrivato fin qui.

A cura di: **Caterina Corrias**

Il presente documento,
approvato dall'assemblea dei soci,
è stato redatto con il contributo
di **Daniela Amati** e **Andrea Pontiroli**
Data di pubblicazione: **giugno 2019**

http://www.santeria.milano.it

SANTERIA®

Santeria S.r.l.

Bilancio Sociale 2018

Progetto grafico: We Eat Together