

# Centro Internazionale Teatro C'art

## Impresa &

## Organizzazione no profit

*insieme per far diventare  
la realtà un sogno*

### Contatti

**Teatro C'art Comic Education onlus**  
Via G. Brodolini 9, 50051 Castelfiorentino (FI)  
cod.fisc/p.iva 05243070488  
tel. +39.0571.629.811

**Direzione artistica e pedagogica André Casaca**  
andrecasaca@teatrocart.com  
cell: 3494700420

**Amministrazione e segreteria**  
info@teatrocart.com  
tel: +39.0571.629.811  
[www.teatrocart.com](http://www.teatrocart.com)



# Indice

Partnership per lo sviluppo di Responsabilità Sociale d'Impresa La collaborazione tra impresa e organizzazione no profit.....	pag.1
Quadro generale.....	pag.1
Vantaggi alle imprese.....	pag.1
Le certificazioni per l'impresa.....	pag.2
Centro Internazionale Teatro C'art. Impresa e organizzazione no profit.....	pag.4
La collaborazione con un'associazione no profit.....	pag.5
L'iniziativa dell'Associazione Culturale Teatro C'art Comic Education Onlus.....	pag.5
I numeri: dal 2002 ad oggi.....	pag.7
Il Progetto del Centro Internazionale Teatro C'art.....	pag.8
Investimento per l'impresa.....	pag.9
Azienda Simpatizzante.....	pag.10
Azienda Sostenitrice.....	pag.10
Azienda Finanziatrice.....	pag.11
Azienda Partner.....	pag.11
Azienda Superpartner.....	pag.12
Azienda Partner Deluxe.....	pag.13
La comunicazione e i rapporti interpersonali nelle imprese.....	pag.14
Deducibilità dal reddito delle erogazioni liberali alle Onlus.....	pag.15
Scheda di riepilogo.....	pag.16

# Contatti

## Teatro C'art Comic Education onlus

Direzione artistica e pedagogica André Casaca

Via G. Brodolini 9, 50051 Castelfiorentino (FI) Italia

tel. +39.0571.629.811 cod.fisc/p.iva 05243070488

[www.teatrocart.com](http://www.teatrocart.com)



# Scheda di riepilogo

## Soggetto redattore della proposta:

Associazione Culturale Teatro C'art Comic Education onlus  
Via G. Brodolini 9, 50051 Castelfiorentino (FI)  
Tel: +39.0571.629.811  
Codice Fiscale/Partita Iva: 05243070488

## Oggetto:

Proposta di collaborazione con l'azienda per il finanziamento del Centro Internazionale Teatro C'art.

## Attività svolte:

Ricerca artistica teatrale, formazione ad artisti, ragazzi ed utenti disabili, promozione sociale.

## Funzione della proposta per l'azienda:

**clima aziendale:** viene favorita la motivazione, il dialogo e il coinvolgimento di dipendenti e collaboratori, con ricadute sulla produttività; rapporti con la comunità locale: l'impresa attenta alle esigenze del territorio di riferimento viene percepita positivamente e contribuisce alla qualità della vita con iniziative concrete;

**reputazione e fidelizzazione:** la reputazione dell'azienda non può che migliorare in seguito a politiche di CSR coerenti e ben comunicate, contribuendo allo sviluppo di una clientela fedele e motivata;

**relazioni con le istituzioni finanziarie:** viene facilitato l'accesso alle fonti di finanziamento grazie ad una riduzione del profilo di rischio e a una accresciuta autorevolezza.

## Funzione della proposta per l'associazione:

finanziamento delle attività previste per il 2016;  
ampliamento degli strumenti utili allo svolgimento delle attività;  
ampliamento del bacino di utenti (ragazzi, utenti disabili ed artisti) delle attività di formazione;  
finanziamento delle attività di ricerca artistica e formativa

## Modalità di svolgimento:

- "AZIENDA SIMPATIZZANTE" - donazione di 1.000€
- "AZIENDA SOSTENITRICE" - donazione di 4.000€
- "AZIENDA FINANZIATRICE" - donazione di 6.000€
- "AZIENDA PARTNER" - donazione di 10.000€
- "AZIENDA SUPERPARTNER" - donazione di 15.000€
- "AZIENDA PARTNER DELUXE" - donazione di 25.000€

# Responsabilità Sociale d'Impresa

## La collaborazione tra impresa & organizzazione no profit

### Quadro generale

La Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR- Corporate Social Responsibility) è entrata formalmente nell'agenda dell'Unione Europea a partire dal Consiglio Europeo di Lisbona del marzo 2000, dove è stata considerata come uno degli strumenti strategici per realizzare una società più competitiva e socialmente coesa e per modernizzare e rafforzare il modello sociale europeo. Nel Libro Verde della Commissione Europea, edito nel 2001, la responsabilità sociale è definita come: "L'integrazione volontaria delle preoccupazioni sociali e ambientali delle imprese nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate".

La CSR va oltre il rispetto delle prescrizioni di legge e consente di adottare pratiche e comportamenti che possano arrecare benefici e vantaggi all'impresa e al contesto in cui opera. In questo senso è importante porre particolare attenzione alla scelta dei partner: collaboratori, fornitori, clienti, partner, comunità e istituzioni locali, realizzando nei loro confronti azioni concrete. Ciò può tradursi nell'adozione di una politica aziendale che sappia conciliare gli obiettivi economici con quelli sociali e ambientali del territorio di riferimento, in un'ottica di sostenibilità futura con benefici per l'impresa ed il partner della società civile.

### Vantaggi alle imprese

Come sostengono le imprese che sono state pioniere nel campo della responsabilità sociale, la CSR non è un optional o una modalità di comunicazione fine a se stessa: progettare la sostenibilità della propria impresa significa adottare una strategia per competere più efficacemente sul mercato. I vantaggi sono tangibili su diversi fronti:

- **clima aziendale:** viene favorita la motivazione, il dialogo e il coinvolgimento di dipendenti e collaboratori, con ricadute sulla produttività;
- **rapporti con la comunità locale:** l'impresa attenta alle esigenze del territorio di riferimento viene percepita positivamente e contribuisce alla qualità della vita con iniziative concrete;



- **reputazione e fidelizzazione:** la reputazione dell'azienda non può che migliorare in seguito a politiche di CSR coerenti e ben comunicate, contribuendo allo sviluppo di una clientela fedele e motivata;
- **relazioni con le istituzioni finanziarie:** viene facilitato l'accesso alle fonti di finanziamento grazie ad una riduzione del profilo di rischio e a una accresciuta autorevolezza;
- **pubblicità:** il marchio aziendale è largamente pubblicizzato con eventi mediatici

## SA 8000

Lo standard SA 8000 (tecnicamente SA8000:2008; SA sta per Social Accountability) redatto dal CEPAA (Council of Economical Priorities Accreditation Agency) è volto a certificare alcuni aspetti della gestione aziendale attinenti alla responsabilità sociale d'impresa (CSR - Corporate Social Responsibility):

- il rispetto dei diritti umani,
- il rispetto dei diritti dei lavoratori,
- la tutela contro lo sfruttamento dei minori,
- le garanzie di sicurezza e salubrità sul posto di lavoro.

La norma internazionale ha quindi lo scopo di migliorare le condizioni lavorative a livello mondiale e soprattutto permette di definire uno standard verificabile da Enti di Certificazione.

La norma SA8000, rispetto alle tipiche normative ISO con le quali ha in comune la struttura formale, è un riferimento che per sua natura coinvolge tutta l'Azienda. Il suo impatto e la profondità alla quale si spinge, rispetto altre norme "formali", richiede attenzione e partecipazione da parte della Direzione, del top management, dei Dipendenti, dei Fornitori, dei Fornitori dei fornitori (subfornitori).

Tipicamente, la formalizzazione dell'impegno sulla SA8000 può essere espresso in vari modi. Molte aziende, in Italia, hanno adottato questa certificazione, infatti l'Italia è il primo paese al mondo per numero di imprese certificate. L'elenco mondiale delle imprese con SA8000 è reperibile sul sito della SAAS.

In dettaglio, i temi sponsorizzati dalla SA8000 sono solitamente:

- salute e sicurezza dell'ambiente di lavoro
- libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva
- contrasto al lavoro minorile, al lavoro forzato, alle discriminazioni e alle pratiche disciplinari non previste dall'art.7 dello Statuto dei Lavoratori
- rispetto dei tempi, dell'orario di lavoro e dei criteri retributivi.

## Deducibilità dal reddito delle erogazioni liberali alle Onlus

Per effetto del cosiddetto decreto sulla competitività (D.L. n. 35 del 2005), le persone fisiche e gli enti soggetti all'IRPEF, in particolare società ed enti commerciali e non commerciali, possono dedurre dal reddito complessivo, in sede di dichiarazione dei redditi, le liberalità in denaro o in natura erogate a favore delle ONLUS, nel limite del 10% del reddito dichiarato e comunque nella misura massima di 70.000 euro annui (più specificatamente, l'erogazione liberale è deducibile fino al minore dei due limiti).

### Più precisamente:

ai fini della deducibilità dal reddito, le erogazioni liberali in denaro devono essere effettuate tramite banca, ufficio postale, carte di debito, di credito e prepagate, assegni bancari e circolari;

le erogazioni liberali in natura devono essere considerate in base al loro valore normale (prezzo di mercato di beni della stessa specie o similari); il donatore, in aggiunta alla documentazione attestante il valore normale (listini, tariffari, perizie, eccetera), deve farsi rilasciare dal beneficiario una ricevuta con la descrizione analitica e dettagliata dei beni erogati e l'indicazione dei relativi valori. È necessario, inoltre, che il beneficiario dell'erogazione: tenga scritture contabili che descrivano con completezza ed analiticità le operazioni poste in essere nel periodo di gestione; rediga, entro 4 mesi dalla chiusura dell'esercizio, un apposito documento che rappresenti adeguatamente la situazione patrimoniale, economica e finanziaria del periodo di gestione.

Il documento rappresentativo della situazione patrimoniale, economica e finanziaria può assumere forma simile a quella di un vero e proprio bilancio, rappresentato da stato patrimoniale e rendiconto gestionale. Lo stato patrimoniale deve distinguere tra attività istituzionale, accessoria, di raccolta fondi e la gestione del patrimonio finanziario.

Il rendiconto gestionale deve indicare tipologia e qualità delle risorse, sia in entrata che in uscita. Inoltre è consigliabile che l'ente predisponga una relazione sulla gestione per illustrare le varie voci di bilancio. L'inadempimento dei suddetti presupposti comporta la perdita del beneficio della deduzione fiscale per il donante. Pertanto, qualora nella dichiarazione dei redditi del soggetto erogatore delle liberalità siano espresse indebite deduzioni dall'imponibile, operate in violazione dei presupposti di deducibilità sopra evidenziati, si applica la sanzione dal 200% al 400% della maggiore imposta o della differenza del credito (corrispondente alla sanzione ordinaria maggiorata del 200%). La maggiorazione del 200% non si applica in caso di mancato rispetto degli obblighi contabili. Nel caso in cui la deduzione risulti indebita per l'insussistenza dei caratteri solidaristici e sociali dichiarati in comunicazioni rivolte al pubblico o rappresentati a chi effettua l'erogazione, l'ente beneficiario ed i suoi amministratori sono obbligati in solido con coloro che hanno donato per le maggiori imposte accertate e per le sanzioni applicate.

### Divieto di cumulo

Questa deduzione non può cumularsi con altre agevolazioni fiscali previste da altre norme, indipendentemente dall'importo erogato. Ad esempio, se il contribuente effettua erogazioni liberali (anche a più beneficiari) per un valore superiore al limite massimo consentito di 70.000 euro, non potrà avvalersi, per la parte eccedente tale limite, del beneficio della deduzione o detrazione, neppure ai sensi di altre disposizioni di legge. La scelta effettuata per un tipo di agevolazione si applica a tutto il periodo d'imposta.



# La comunicazione e i rapporti interpersonali nelle imprese

## IDENTITA' E COMUNICAZIONE COMICA NON VERBALE

Il corso proposto si fonda sul metodo **Educazione comico-relazionale**, uno studio centrato sulla maturazione dell'identità personale, sullo sviluppo delle relazioni interpersonali attraverso la comunicazione non verbale.

Un percorso pratico/teorico di valorizzazione della diversità come risorsa imprescindibile per la crescita collettiva negli ambienti di lavoro.

Si tratta di un lavoro che modifica l'approccio relazionale spesso filtrato dalla formalità e favorisce una metodologia che mette al centro l'individuo, con le sue motivazioni, e la sua crescita personale.

L'applicazione di tale metodo favorisce il dialogo all'interno dei collettivi aziendali, e grazie alla sua caratteristica inclusiva e condivisa ha ricadute positive sulla produttività.



## ISO 26000

La Linea Guida UNI ISO 26000, pubblicata il 1° novembre 2010, è il risultato del più ampio consenso internazionale raggiunto tra gli esperti e i principali soggetti interessati ed è stato elaborato con l'intento di incoraggiare l'adozione in tutto il mondo delle migliori pratiche in tema di responsabilità sociale.

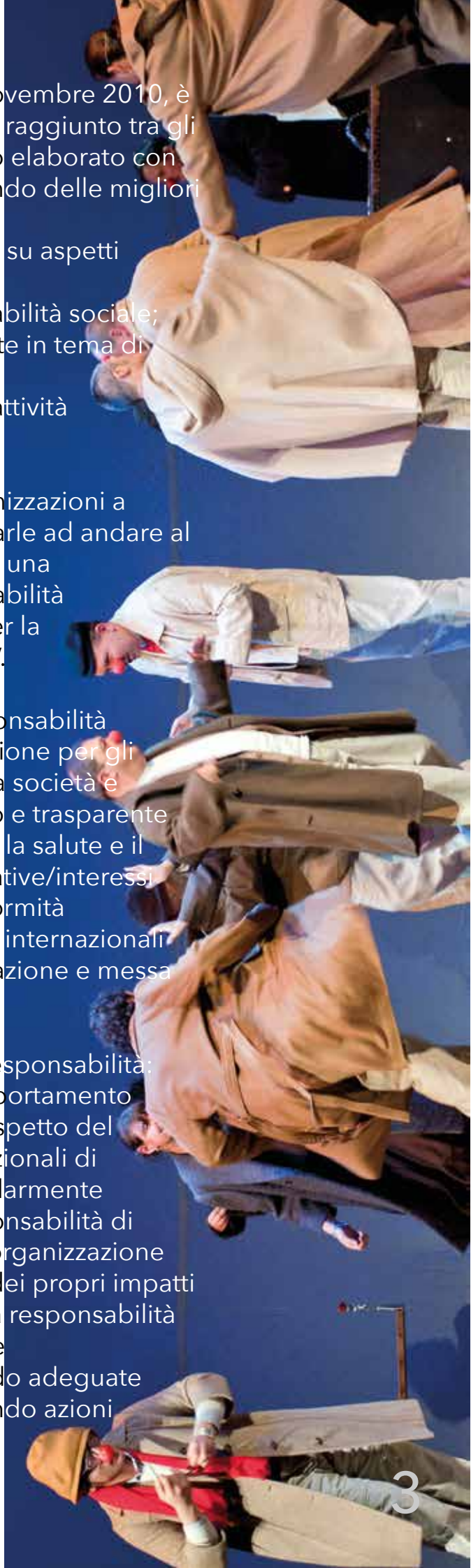
La norma raccoglie i frutti di un accordo generale su aspetti rilevanti quali:

- le definizioni e i principi generali della responsabilità sociale;
- le questioni cruciali che devono essere affrontate in tema di responsabilità sociale;
- l'integrazione della responsabilità sociale nelle attività complessive di un'organizzazione.

L'intento della norma è quello di "aiutare le organizzazioni a contribuire allo sviluppo sostenibile, di incoraggiarle ad andare al di là del mero rispetto delle leggi, di promuovere una comprensione comune nel campo della responsabilità sociale e di integrare altri strumenti e iniziative per la responsabilità sociale, ma non di sostituirsi a essi".

La norma fornisce una nuova definizione di responsabilità sociale: "Responsabilità da parte di un'organizzazione per gli impatti delle sue decisioni e delle sue attività sulla società e sull'ambiente, attraverso un comportamento etico e trasparente che: contribuisce allo sviluppo sostenibile, inclusi la salute e il benessere della società; tiene conto delle aspettative/interessi degli stakeholder/portatori d'interesse; è in conformità con la legge applicabile e coerente con le norme internazionali di comportamento; è integrata in tutta l'organizzazione e messa in pratica nelle sue relazioni".

Secondo la **Iso 26000**, l'azienda ha le seguenti responsabilità: rendere conto (accountability); trasparenza; comportamento etico; rispetto degli interessi degli stakeholder; rispetto del principio di legalità; rispetto delle norme internazionali di comportamento; rispetto dei diritti umani. Particolarmente importante appare il primo di tali principi, la responsabilità di rendere conto, definito nel modo seguente: "un'organizzazione dovrebbe essere responsabile di rendere conto dei propri impatti sulla società, sull'economia e sull'ambiente (...) La responsabilità di rendere conto implica anche il farsi carico delle responsabilità in caso di azioni scorrette, adottando adeguate misure allo scopo di porvi rimedio e intraprendendo azioni volte a impedirne la reiterazione".





# Centro Internazionale Teatro C'art

# Impresa & Organizzazione no profit

Come contribuire alla nascita del Centro Internazionale Teatro Cart

## "AZIENDA PARTNER DELUXE"

**DONANDO 25.000€**

### RICEVE

- Il posizionamento del proprio logo sullo striscione dei partner del Teatro C'art
- Il proprio logo sui materiali di pubblicizzazione del Teatro C'art (magliette, cartoleria, borse)
- Il proprio logo sul calendario di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo su una pagina apposita del sito del Teatro C'art (900 visualizzazioni giornaliere) con descrizione dettagliata dell'azienda
- Il posizionamento del proprio logo nell'album "aziende simpatizzanti" sui profili social di Teatro C'art
- n. 30 post annuali di pubblicità dell'azienda sui profili social di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo sulle locandine pubblicitarie della stagione teatrale
- Il posizionamento del proprio logo sul programma della stagione teatrale

- + un banner pubblicitario sul sito di Teatro C'art per 1 anno
- + 3 campagne pubblicitarie Facebook rivolte ai 6.010 utenti della Fanpage
- + 4 uscite di 1 spot radio di pubblicità del Teatro C'art
- + citazione nelle pagine dei giornali stampati e online
- + 1 banner sulla Newsletter periodica del Teatro C'art con link dedicato all'azienda
- + 30 post sui canali social di Teatro C'art (mensile su Twitter e Google Plus)
- + spazio espositivo dedicato presso la sede del C'art
- + pubblicità durante il messaggio iniziale di ogni spettacolo
- + banner negli spazi del Teatro C'art
- + video promo sul canale YouTube di Teatro C'art <https://www.youtube.com/user/teatrocart>
- + banner promo fisso sul canale YouTube
- + spazio sponsor in comunicati e articoli stampa
- + 1 corso di 60 ore su relazioni interpersonali ed espressività in pubblico rivolto a dipendenti e/o dirigenti
- + con il contributo sarà acquistato un pulmino/furgone per le attività con gli utenti disabili
- + 1 spettacolo per i dipendenti sulla sicurezza sul lavoro



## "AZIENDA SUPERPARTNER"

**DONANDO 15.000€**

### RICEVE

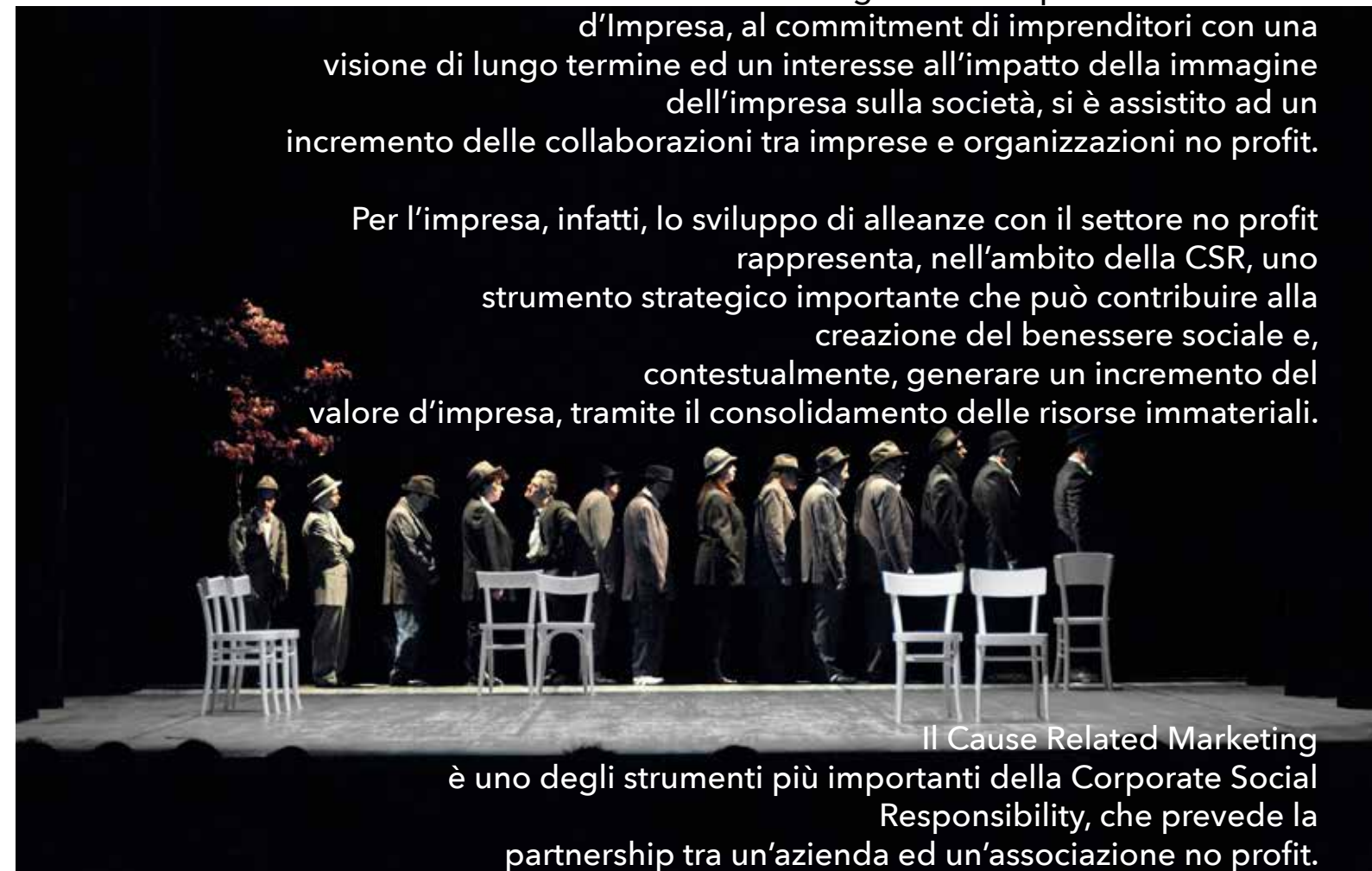
- Il posizionamento del proprio logo sullo striscione dei partner del Teatro C'art
  - Il proprio logo sui materiali di pubblicizzazione del Teatro C'art (magliette, cartoleria, borse)
  - Il proprio logo sul calendario di Teatro C'art
  - Il posizionamento del proprio logo su una pagina apposita del sito del Teatro C'art (900 visualizzazioni giornaliere) con descrizione dettagliata dell'azienda
  - Il posizionamento del proprio logo nell'album "aziende simpatizzanti" sui profili social di Teatro C'art
  - N. 30 post annuali di pubblicità dell'azienda sui profili social di Teatro C'art
  - Il posizionamento del proprio logo sulle locandine pubblicitarie della stagione teatrale
  - Il posizionamento del proprio logo sul programma della stagione teatrale
- 
- + 1 banner pubblicitario sul sito di Teatro C'art per 1 anno
  - + 3 campagne pubblicitarie Facebook rivolte ai 6.010 utenti della Fanpage
  - + 4 uscite di 1 spot radio di pubblicità del Teatro C'art
  - + citazione nelle pagine dei giornali stampati e online
  - + 1 banner sulla Newsletter periodica del Teatro C'art con link dedicato all'azienda
  - + 30 post sui canali social di Teatro C'art (mensile su Twitter e Google Plus)
  - + spazio espositivo dedicato presso la sede del C'art
  - + pubblicità durante il messaggio iniziale di ogni spettacolo
  - + banner negli spazi del Teatro C'art
  - + video promo sul canale YouTube di Teatro C'art <https://www.youtube.com/user/teatrocart>
  - + banner promo fisso sul canale YouTube
  - + spazio sponsor in comunicati e articoli stampa
  - + 1 corso di 30 ore su relazioni interpersonali ed espressività in pubblico rivolto a dipendenti e/o dirigenti



## La collaborazione con un'associazione no profit

Negli ultimi anni, in seguito allo sviluppo delle teorie legate alla Responsabilità Sociale d'Impresa, al commitment di imprenditori con una visione di lungo termine ed un interesse all'impatto della immagine dell'impresa sulla società, si è assistito ad un incremento delle collaborazioni tra imprese e organizzazioni no profit.

Per l'impresa, infatti, lo sviluppo di alleanze con il settore no profit rappresenta, nell'ambito della CSR, uno strumento strategico importante che può contribuire alla creazione del benessere sociale e, contestualmente, generare un incremento del valore d'impresa, tramite il consolidamento delle risorse immateriali.



### L'iniziativa dell'Associazione Culturale Teatro C'art Comic Education Onlus

Il Cause Related Marketing nasce da una partnership tra un'azienda e un'organizzazione no profit ed ha come scopo di promuovere un'immagine, un prodotto o un servizio, traendone vantaggio reciproco. I soggetti coinvolti in un progetto di Cause Related Marketing sono tre: l'impresa, l'organizzazione no profit (la causa) e l'ambiente (stakeholder/ portatori d'interesse e consumatori).

Il Cause Related Marketing costituisce un importante strumento, a disposizione dell'impresa, di Corporate Social Responsibility per realizzare il proprio impegno nel sociale. Consente di affrontare i problemi sociali più attuali fornendo le risorse e i finanziamenti e, al tempo stesso, perseguendo gli obiettivi di marketing delle imprese. A parità di prezzo può contribuire a spostare la scelta del consumatore verso i prodotti che sostengono la causa infatti, l'impegno sociale di un'impresa, può svolgere un ruolo importante nella costruzione del suo "valore" presso i consumatori.



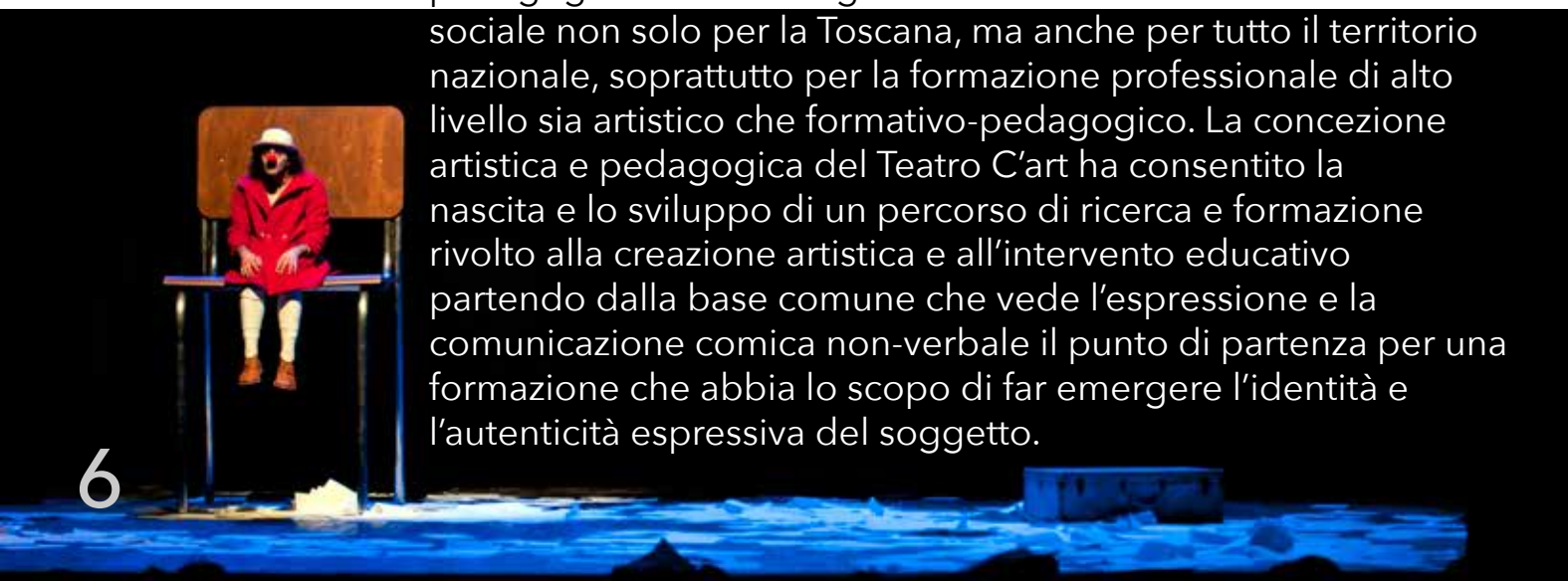
L'Associazione Culturale Teatro C'art Comic Education Onlus propone un'azione di **Cause Related Marketing** di joint fundraising in cui l'azienda concede strumenti o risorse all'organizzazione no-profit per il sostegno della causa, diventando così intermediaria tra i propri clienti e l'ente no profit.



**Teatro C'art Comic Education Onlus** richiede all'azienda di finanziare con una donazione il progetto del **Centro Internazionale Teatro C'art** e si impegna a corrispondere all'azienda benefici in termini di pubblicità e visibilità del finanziamento.

### L'Associazione Culturale Teatro C'art Comic Education Onlus

nasce nel 2002 da un gruppo di artisti con la direzione di André Casaca occupandosi, dalla sua fondazione ad oggi, di ricerca, formazione, produzione teatrale e di studio e diffusione di nuove metodologie educative all'interno di molteplici contesti, dalla scuola dell'obbligo ai centri diurni fino alle università. Nel 2007 nasce il Teatro C'art a Castelfiorentino, in provincia di Firenze, sede legale ed operativa dell'attività pedagogica ed artistica. Si tratta di una scuola di formazione, un luogo di innovazione artistica, un "contenitore" di attività formative e produzione teatrale che valorizzano il linguaggio comico non verbale, oltre ad essere un centro di ricerca e di studio pedagogico che si configura come riferimento culturale e sociale non solo per la Toscana, ma anche per tutto il territorio nazionale, soprattutto per la formazione professionale di alto livello sia artistico che formativo-pedagogico. La concezione artistica e pedagogica del Teatro C'art ha consentito la nascita e lo sviluppo di un percorso di ricerca e formazione rivolto alla creazione artistica e all'intervento educativo partendo dalla base comune che vede l'espressione e la comunicazione comica non-verbale il punto di partenza per una formazione che abbia lo scopo di far emergere l'identità e l'autenticità espressiva del soggetto.



Come contribuire alla nascita del Centro Internazionale Teatro C'art



## "AZIENDA FINANZIATRICE"

**DONANDO 6.000€**

### RICEVE

- Il posizionamento del proprio logo sullo striscione dei partner del Teatro C'art
- Il proprio logo sui materiali di pubblicizzazione del Teatro C'art (magliette, cartoleria, borse)
- Il proprio logo sul calendario di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo su una pagina apposita del sito del Teatro C'art (900 visualizzazioni gg)
- Il posizionamento del proprio logo nell'album "aziende simpatizzanti" sui profili social di Teatro C'art
- N. 12 post annuali di pubblicità dell'azienda sui profili social di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo sulle locandine pubblicitarie della stagione teatrale
- Il posizionamento del proprio logo sul programma della stagione teatrale
- + 1 banner pubbl. sul sito di Teatro C'art per 6 mesi
- + 1 campagna pubblicitaria Facebook rivolta ai 6.010 utenti della Fanpage
- + 4 uscite di 1 spot radio di pubblicità del Teatro C'art
- + 1 banner sulla Newsletter periodica del Teatro C'art
- + 12 post su tutti e canali social di Teatro C'art

## "AZIENDA PARTNER"

**DONANDO 10.000€**

### RICEVE

- Il posizionamento del proprio logo sullo striscione dei partner del Teatro C'art
- Il proprio logo sui materiali di pubblicizzazione del Teatro C'art
- Il proprio logo sul calendario di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo su una pagina apposita del sito di Teatro C'art (900 visualizzazioni giornaliere) con descrizione dettagliata dell'azienda
- Il posizionamento del proprio logo nell'album "aziende simpatizzanti" sui profili social di Teatro C'art
- N. 24 post annuali di pubblicità dell'azienda sui profili social di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo sulle locandine della stagione teatrale
- Il posizionamento del proprio logo sul programma della stagione teatrale
- + 1 banner pubblicitario sul sito di Teatro C'art per 6 mesi
- + 3 campagne pubblicitarie Facebook rivolte ai 6.010 utenti della Fanpage
- + 4 uscite di 1 spot radio di pubblicità di Teatro C'art
- + 1 banner sulla Newsletter periodica di Teatro C'art con link dedicato all'azienda
- + 12 post sui canali social di Teatro C'art (mensile su Twitter e Google Plus)
- + 1 corso di 15 ore su relazioni interpersonali ed espressività in pubblico rivolto a dipendenti e/o dirigenti
- + video promo sul canale YouTube di Teatro C'art <https://www.youtube.com>



## "AZIENDA SIMPATIZZANTE"

**DONANDO 1.000€**

### RICEVE

- Il posizionamento del proprio logo sullo striscione dei partner del Teatro C'art
- Il proprio logo su materiali e gadget di pubblicizzazione del Teatro C'art
- Il proprio logo sul calendario di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo su una pagina apposita del sito del Teatro C'art (900 visualizzazioni giornaliere)
- Il posizionamento del proprio logo nell'album "aziende simpatizzanti" sui profili social di Teatro C'art
- N. 6 post annuali di pubblicità dell'azienda sui profili social di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo sulle locandine pubblicitarie della stagione teatrale
- Il posizionamento del proprio logo sul programma della stagione teatrale

## "AZIENDA SOSTENITRICE"

**DONANDO 4.000€**

### RICEVE

- Il posizionamento del proprio logo sullo striscione dei partner del Teatro C'art
- Il proprio logo sui materiali di pubblicizzazione del Teatro C'art (magliette, cartoleria, borse)
- Il proprio logo sul calendario di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo su una pagina apposita del sito del Teatro C'art (900 visualizzazioni giornaliere)
- Il posizionamento del proprio logo nell'album "aziende simpatizzanti" sui profili social di Teatro C'art
- N. 6 post annuali di pubblicità dell'azienda sui profili social di Teatro C'art
- Il posizionamento del proprio logo sulle locandine pubblicitarie della stagione teatrale
- Il posizionamento del proprio logo sul programma della stagione teatrale
- + 1 banner pubblicitario sul sito di Teatro C'art per 6 mesi
- + 1 campagna pubblicitaria Facebook rivolta ai 6.010 utenti della Fanpage
- + 12 post sui canali social di Teatro C'art (mensile su Twitter e Google Plus)



## dal 2002 ad oggi

- 30.000 bambini e ragazzi dai 3 ai 25 anni coinvolti nei progetti educativi;
- 3.000 insegnanti formati e/o coinvolti in progetti scolastici;
- 4.000 ore di docenza realizzate in 78 scuole di Toscana, Emilia Romagna e Trentino Alto Adige;
- 115 utenti di Case famiglie, Centri diurni e centri di accoglienza coinvolti in attività pedagogiche;
- 2 spettacoli realizzati con attori disabili della compagnia Circo Volante con oltre 1000 spettatori raggiunti;
- 30 educatori specializzati formati in approccio creativo alla disabilità;
- 238 operatori di volontariato abilitati all'utilizzo del metodo "comico relazionale";
- 4 anni di collaborazione con le principali accademie di teatro d'Italia.

- 1.200 artisti da tutto il mondo ospitati con i seminari su "Clown identità comica del corpo";
- 8 spettacoli creati e rappresentati in 3 continenti
- 5 "Festival Internazionale dell'Arte Comica" organizzati;
- 3 collaborazioni con le università di Firenze, Bologna e Bolzano
- 600 volontari formati in ambito sanitario in 14 regioni d'Italia
- 25 partners affiancati in 6 progetti di cooperazione internazionale in Brasile, Etiopia, Capo Verde, Palestina con 600 beneficiari raggiunti.

numeri





## Il progetto del Centro Internazionale Teatro C'art

Vogliamo finanziare l'ampliamento delle attività attraverso:

- UNA SCUOLA professionalizzante per attori, mimi e studenti di teatro con un percorso formativo completo e innovativo ed un gruppo stabile di RICERCA ARTISTICA;
- Nuovi locali per gli UFFICI, uno SPAZIO SCENICO attrezzato e una SALA PROVE;
- un CAFFÈ LETTERARIO, che assieme alla biblioteca, stimoli la partecipazione di famiglie, bambini e adolescenti;
- nuovi volumi per la BIBLIOTEC'ART e adesione a un circuito nazionale di prestito;
- attivazione di un SERVIZIO DOPO-SCUOLA GRATUITO per sostenere i ragazzi e combattere il disagio giovanile;
- il progetto artistico e pedagogico con i CENTRI DIURNI di Castelfiorentino per laboratori, spettacoli e la realizzazione di un film;
- una STAGIONE TEATRALE più ricca e diversificata;
- una PROGETTAZIONE continua per nuove iniziative;
- un percorso annuale di SEMINARI E CONVEGNI sulla scuola a l'educazione;
- RESIDENZE ARTISTICHE per compagnie e artisti INTERNAZIONALI;
- NUOVI PROGETTI DI COOPERAZIONE;
- Attivazione di un'EQUIPE di figure professionali per la gestione del Centro Internazionale Teatro C'art.

Investimento  
per  
l'impresa

