



Bilancio al 31 dicembre 2016

Il Consiglio di Amministrazione

Ermete Realacci *Presidente*

Franco Pasquali *Presidente Forum*

Marco Frey *Presidente Comitato Scientifico*

Fabio Renzi *Segretario Generale*

Roberto Di Vincenzo *Amministratore*

Cari Promotori

Nel 2016 si conferma il trend di crescita economica e reputazionale della Fondazione trainata in particolare dalle attività di ricerca e di comunicazione.

Ne sono testimonianza il crescente interesse della stampa nazionale, della politica, della comunità scientifica e più in generale il pubblico di cui si evidenzia una crescita in termini di partecipazione agli eventi della stessa.

Nell'anno alle attività consolidate (*Io sono cultura, Coesione è Competizione, GreenItaly e 10 selfie*), si sono affiancate altre importanti ricerche. Da *Accadde Domani* realizzata con Coldiretti in occasione del trentennale dell'anniversario della vicenda del metanolo per fare un punto sulla crescita della qualità nell'economia italiana. A *Futuro Farmaceutico* un'indagine finalizzata a comprendere lo stato di innovazione dell'industria farmaceutica italiana. Passando per collaborazioni con la Fondazione Edison su *Brescia – Capitale Europea Dell'eccellenza documento* pensato per illustrare i primati produttivi della provincia, attraverso, ad esempio, le performance manifatturiere, l'esportazione, gli investimenti esteri, la sostenibilità. Sempre nell'anno abbiamo presentato *Il "Rapporto Certificare per competere"*, realizzato da Symbola e Cloros in cui viene ricostruito un quadro chiaro dell'universo delle certificazioni e dei marchi ambientali misurando gli effetti delle certificazioni ambientali sulle performance delle imprese.

Inoltre, si è portato a conclusione con grande apprezzamento del territorio per il risultati ottenuti in termini di comunicazione e animazione territoriale il progetto *"Banca delle qualità Campane"* un importante progetto pilota di valorizzazione e di promozione del tessuto produttivo del territorio di competenza della BCC/CRA di Battipaglia e Montecorvino Rovella. Commissionato dalla Federazione Campana delle Banche di Credito Cooperativo e finanziato dal Fondo Sviluppo SpA, è finalizzato ad aumentare la competitività delle 50 eccellenze del territorio selezionate attraverso un percorso di formazione e di comunicazione.

E ancora, nell'anno si è avviata l'attività di studio dell'area appenninica. Una iniziativa di analisi che acquisisce ulteriore centralità a seguito dei terremoti del Centro Italia, i quali hanno messo a nudo, assieme alla "precarità edilizia" dell'area la necessità di nuovo pensiero sul suo futuro. Nell'ambito del progetto, la Fondazione ha nell'anno realizzato una indagine *sul sentiment* dell'Appennino sul web, analizzando un anno di conversazioni sul web in cinque lingue per cogliere il percepito di questo spazio ambientale.

Infine tra le ricerche vale la pena menzionare *il progetto europeo "Mu.SA"*, nell'ambito del quale Symbola ha avviato l'analisi dell'impatto digitale nei musei europei. Symbola ha inoltre concluso in qualità di partner il progetto *"MY STORY – Made in Italy Story* finalizzato al racconto del Made in Italy nelle scuole attraverso il digital storytelling realizzato grazie all'acquisizione di un finanziamento del MIUR.

Relativamente invece all'attività di organizzazione di eventi, oltre alla realizzazione del *Festival della Soft Economy e del Seminario Estivo*, la Fondazione ha realizzato i momenti pubblici di presentazione dei risultati dei rapporti di ricerca e delle iniziative legate ai progetti sviluppati nell'anno. Inoltre ha iniziato a lavorare alla prima edizione del *Festival della Pubblica Utilità*: un'importante iniziativa, ideata e promossa

da Comune di Imola, Con.Ami, Comunica, finalizzata a dare rappresentazione alle nuove forme di pubblica utilità e far conoscere il carattere innovativo del modello italiano.

Entrando nell'analisi dei numeri si evidenzia un sensibile scostamento tra attività preventivate e realizzate che come si evidenzierà più avanti ha modificato in positivo le entrate ma allo stesso tempo ha innalzato la voce costi aumentandoli rispetto a quanto indicato nel preventivo. Complessivamente se da un lato questi cambiamenti non hanno inciso sul risultato finale di Bilancio, dall'altro suggeriscono la necessità di dotare la Fondazione di sistemi di gestione in grado di governare situazioni di estrema variabilità come quella verificatasi nell'anno. Pertanto l'azione proposta è quella di implementare una contabilità industriale.

Per quanto riguarda le entrate istituzionali (le quote) della Fondazione, nel 2016 si è registrato un lieve calo delle nuove adesioni. A tal fine sono state programmate azioni specifiche a favore dei suoi componenti al fine di rafforzare il senso di appartenenza e contemporaneamente incentivare le nuove adesioni.

Si segnala altresì che il Presidente comunica la sua decisione di rinunciare ai rimborsi per note spese relative alle trasferte istituzionali della Fondazione per l'anno 2016 e precedenti.

In conclusione, la Fondazione chiude l'anno con un avanzo di gestione di euro 36.450.

Il bilancio si compone di Stato Patrimoniale, Conto Economico, Relazione e Note esplicative.

Stato Patrimoniale al 31 Dicembre 2016

	CONSUNTIVO 2015	CONSUNTIVO 2016
ATTIVO		
Cassa contanti	248	261
Banca Unicredit SpA	141.864	133.376
Crediti vs clienti	262.530	180.969
Crediti diversi	77.654	181.317
Crediti tributari (IRES/IRAP)	3.603	4896
Cauzioni per fitti	6.200	6.200
Risconti attivi	5.597	19.545
Immobilizzazioni immateriali	766	4.505
Immobilizzazioni materiali	11.405	20.640
TOTALE ATTIVO	509.867	551.709
PASSIVO		
Servizi Interbancari	1.983	4.636
Debiti vs Fornitori	53.524	64.861
Debiti diversi	37.929	29.537
Debiti verso Erario per ritenute	26.077	29.979
Debiti verso Inps per contributi	18.415	20.023
Debiti verso INAIL		267
Debito IRAP	226	
Risconti passivi	10.517	
Fondo Rischi e oneri	41.100	25.600
Fondo T.F.R.	80.957	101.217
TOTALE PASSIVO	270.729	276.120
PATRIMONIO NETTO		
Risultato di gestione Comitato	171.317	171.317
Risultato di gestione Fondazione esercizi precedenti	36.817	67.822
Risultato di gestione esercizio in corso	31.005	36.450
TOTALE PATRIMONIO NETTO	239.139	275.589
TOTALE A PAREGGIO	509.867	551.709

Conto Economico al 31 Dicembre 2016

	CONSUTIVO 31.12. 2015	PREVENTIVO 2016	CONSUTIVO 31.12. 2016
COSTI E SPESE			
Costo del personale e dei collaboratori	396.242	421.739	428.458
Spese per iniziative e progetti	150.141	166.500	235.821
Spese per ricerche	72.095	46.620	47.358
Spese varie e imprevisti	3.166	247	4.013
Viaggi trasferte e rimborsi spese	72.829	67.150	86.483
Utenze	18.242	19.500	18.574
Spese postali e di spedizione	9.786	6.300	8.864
Valori bollati	404	600	629
Cancelleria e stampati	4.339	5.000	5.910
Spese per consulenze(lavoro,fiscale,privacy,sicurezza	27.978	24.500	22.281
Pubblicità	15.056	10.000	17.092
Acquisto libri	817	1.000	4.210
Abbonamenti a giornali e riviste	10.809	11.350	9.337
Canoni telematici, noleggi e manutenzione apparati	11.433	12.200	16.220
Assistenza varie	843	900	1.250
Oneri bancari	175	150	166
Fitti Passivi	36.000	36.000	36.000
Spese Condominiali	1.664	1.750	1.664
Revisori dei Conti	4.441	4.500	4.441
Ammortamenti e beni strumentali spesati nell'esercizio	5.237	8.547	7.199
Imposte sul reddito d'esercizio	42.818	38.418	37.881
Altre imposte e tasse	7.409	6.710	6.613
Sopravvenienze passive	862		2.276
Perdite su crediti	50.500		13.500
Accantonamento per rischi e oneri	9.240	19.750	
TOTALE COSTI E SPESE	952.525	926.281	1.016.242
AVANZO/DISAVANZO DI GESTIONE	31.005	17.620	36.450
TOTALE A PAREGGIO	983.530	943.901	1.052.692
RICAVI			
Entrate rinnovo componenti sostenitori	122.000	137.000	127.500
Entrate rinnovo componenti ordinari	229.600	221.100	211.850
Entrate nuovi componenti sostenitori	103.000	50.000	
Entrate nuovi componenti ordinari	26.750	35.000	8.000
Contributi per ricerche, iniziative e progetti	95.000	80.000	289.203
Sponsorizzazioni, sovvenzioni,ricavi da ricerche, iniziative, progetti, ed altri	391.403	420.801	388.274
Sopravvenienze attive	15.778		27.866
TOTALE RICAVI	983.530	943.901	1.052.692

1. RELAZIONE

Il Bilancio consuntivo chiuso al 31 dicembre 2016 sottoposto al Vostro esame ed alla Vostra approvazione, evidenzia un utile di Euro 36.450 rispetto ad un utile di Euro 31.005 del bilancio consuntivo 2015 e ad un utile di Euro 17.620 previsto nel bilancio preventivo 2016. Tale risultato, sommato algebricamente agli avanzi e disavanzi di gestione del Comitato e della Fondazione conseguiti negli esercizi precedenti, porta il patrimonio netto al 31 dicembre 2016 a Euro 275.589, con un ulteriore avvicinamento ai livelli patrimoniali iniziali di Euro 300.000.

Nei due esercizi posti a confronto, si evidenzia una diminuzione dei contributi derivanti da rinnovi quote associative dei componenti sostenitori ed ordinari di competenza dell'esercizio 2016 che passano da Euro 351.600 del consuntivo 2015 a Euro 339.350 del consuntivo 2016.

Anche per quanto riguarda i ricavi derivanti da quote associative per nuove adesioni dei componenti ordinari, si evidenzia una diminuzione di Euro 18.750 rispetto al consuntivo 2015. Si registra inoltre la mancata entrata di nuovi componenti sostenitori che comportano un diminuzione di tale voce di Euro 103.000 rispetto al consuntivo 2015.

Nel suo complesso la voce entrate da "Soci" ammonta a Euro 347.350, di cui Euro 127.500 da componenti sostenitori ed Euro 219.850 da componenti ordinari.

I crediti sono stati valutati in base alla loro possibilità di realizzo. Quest'anno non è stato effettuato un nuovo accantonamento al Fondo rischi e oneri futuri, a fronte di un possibile rischio generico di inesigibilità dei crediti, poiché si è ritenuto sufficientemente capiente il fondo rischi risultante al 31 dicembre 2016 dopo il suo utilizzo per le mancate riscossioni dei crediti inesigibili degli esercizi precedenti.

E' stata iscritta una perdita per crediti ritenuti ormai inesigibili di euro 13.500.

Riguardo alle entrate da "contributi" si registra un aumento da Euro 95.000 del consuntivo 2015 ad Euro 289.203 del consuntivo 2016. Tali entrate non previste hanno compensato le minori entrate di cui sopra. Le entrate da "sponsorizzazioni e ricavi da iniziative e progetti" registrano una lieve flessione passando rispetto al 2015 da Euro 391.403 a Euro 388.274.

Per un' analisi più puntuale dell'andamento gestionale, è utile mettere in relazione il bilancio previsionale 2016 con il consuntivo alla stessa data:

COSTI

I costi sono aumentati in valore assoluto rispetto alla previsione di Euro 89.961.

Le ragioni di tale variazione possono essere valutate grazie ad una analisi più puntuale che vediamo nel prosieguo:

Aumento delle voci:

- **Costo del personale e dei collaboratori.** Aumento di Euro 6.719.

Si tratta di un aumento in valore assoluto dovuto ad una proroga del contratto a due unità di personale a tempo determinato per l'attività di ricerca e di comunicazione, ma si sottolinea che la posta non tiene conto di una parte dei costi del lavoro che sono stati sospesi in relazione all'attività della ricerca "Enel-Italian e-mobility-stories" la cui competenza si troverà assieme ai ricavi relativi nel 2017.

- **Spese per iniziative e Progetti.** Aumento di Euro 69.321

L'aumento delle spese per iniziative e progetti è stata sostenuta anche attraverso il contributo del MIUR, riconosciutoci in quanto soggetto di ricerca di valenza nazionale. Tra queste spese di segnalano: i *costi di stampa* (stampati per la ricerca Euro 16.600) delle 3 principali ricerche (Io sono cultura, GreenItaly e Coesione e Competizione). Vi sono inoltre i *costi per materiali per seminari eventi e progetti*, che hanno subito una variazione, legati all'innalzamento dei costi della più importante iniziativa della Fondazione ovvero il Seminario Estivo e il Festival della Soft Economy (Euro 13.594) e anche per produzione di materiali e allestimenti per le presentazioni di alcune ricerche. Anche la voce *noleggj per seminari ed eventi* è variata in aumento (Euro 3.139) a causa dell'organizzazione di vari appuntamenti statutari necessari per dare più impulso e peso all'organo decisionale della Fondazione. Consistente aumento hanno avuto *i costi relativi ai servizi per creatività* (Euro 18.726), questo nell'ottica di strategie di investimento per il rinnovamento dell'immagine visiva dei principali report di Symbola. Sempre un'altra voce in essa contenuta è quella relativa alle *spese per progetti e ricerche* che sono variate (Euro 17.877) a causa dei servizi non previsti prestati per la presentazione della ricerca sulle Certificazioni e spese relative all'aumento delle attività per la realizzazione del progetto Banca delle qualità Campane, progetto Mu.SA e APE.

- **Viaggi e trasferte e rimborsi spese.** Aumento di Euro 19.333. L'aumento è dovuto principalmente alle spese per viaggi e soggiorni fuori sede per promuovere le varie iniziative e i progetti, tra i quali il Press tour, iniziativa legata al progetto della Banca delle qualità campane, ai viaggi e soggiorni per altre attività oltre che all'ospitalità del Seminario Estivo e Festival della soft Economy.

- **Pubblicità.** Aumento di Euro 7.092. Dovuto principalmente ai costi pubblicitari legati al Seminario Estivo e il Festival della Soft Economy.

- **Canoni telematici, noleggi e manutenzioni apparati.** Aumento di Euro 4.020. La voce in commento ha registrato l'innalzamento dei costi relativi ai maggiori interventi tecnici su computer e sull'allestimento del sito internet.

- **Spese postali e di spedizione.** Aumento di Euro 2.564. Si tratta di spese dovute soprattutto alla voce corrieri, aumentati per le spedizioni.

- **Acquisto libri.** Aumento di Euro 3.210.

Riduzione delle voci:

- **Spese per Utenze.** Diminuzione di **Euro 926**. La riduzione è dovuta al minor costo delle utenze della sede rispetto a quanto preventivato.
- **Spese per consulenze.** Diminuzione di **Euro 2.564**. La riduzione è dovuta principalmente alla minore necessità di ricorrere alla consulenza legale per rispondere in modo adeguato agli obblighi della Fondazione rispetto alle normative vigenti o alle richieste di soggetti esterni.
- **Abbonamenti a giornali e riviste.** Diminuzione di **Euro 2.013**. La riduzione è dovuta alla nuova contrattualizzazione del decennale servizio di monitoraggio della rassegna stampa su tutti i media, giornali, web, radio, tv etc.
- **Ammortamenti e beni strumentali spesati nell'esercizio.** Diminuzione di **Euro 1.348**.

RICAVI

I ricavi nel loro complesso sono aumentati rispetto alla previsione di circa Euro 108.791. L'aumento in valore assoluto dei ricavi, è dovuto all'incremento delle seguenti voci di entrata:

- Le entrate da **“Contributi per ricerche, iniziative e progetti”** rispetto al bilancio previsionale, hanno registrato, un consistente aumento pari a Euro 209.203. Tale aumento è essenzialmente dovuto al riconoscimento di Symbola come soggetto di ricerca nazionale e quindi alla concessione da parte del MIUR - Ministero dell'Istruzione , dell'Università e della Ricerca, di contributi per il funzionamento degli Istituti privati di ricerca (per l'anno 2014 Euro 53.500 e per l'anno 2015 Euro 49.042) comunque soggetti a rendicontazione, come da bando 13 ottobre 2014 n. 3057 al quale la Fondazione nel 2014 aveva partecipato, di cui al D.M. 08/02/2008 N. 44 “Criteri e modalità per la concessione di contributi per il funzionamento degli istituti privati di ricerca”- Cap.1679- Tabella triennale 2014-2016.

Inoltre la voce comprende i seguenti importi non previsti nel preventivo: il contributo da parte di Unioncamere (Euro 70.000) per la disseminazione dei risultati delle 3 ricerche principali (Io sono cultura, GreenItaly e Coesione e Competizione), l'incremento del contributo della CCIAA di Macerata (Euro 5.000) e il contributo del Comune di Treia (Euro 3.000) per il sostegno al Seminario estivo e Festival della Soft Economy 2016; il contributo di Coldiretti (Euro 10.000) per la ricerca “Accadde domani”; la parte di competenza 2016 del contributo del Progetto europeo Mu.SA. (Euro 18.661), tutti importi non previsti nel preventivo.

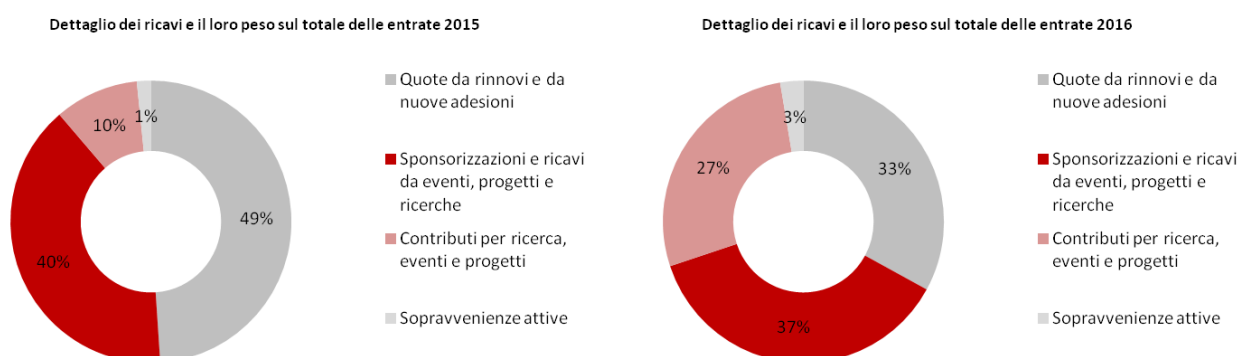
- Le entrate da **“Sponsorizzazioni, ricavi da ricerche, iniziative progetti ed altri”** rispetto al bilancio previsionale hanno registrato una flessione pari a Euro 32.528. Tale diminuzione è essenzialmente dovuta alla minore introito di sponsorizzazioni per il Seminario estivo e Festival della Soft Economy 2016 e per i principali report della Fondazione rispetto agli obiettivi prefissati.

- Tra i ricavi devono essere segnalati i proventi straordinari attivi consistenti in **sopravvenienze attive** Straordinarie per Euro 17.744 e Sopravvenienze ordinarie di circa Euro 10.000. Queste entrate eccezionali si riconducono, per quanto riguarda le prime alla rinuncia del credito per note spese da parte del Presidente della Fondazione e le seconde sono invece relative a quote associative pregresse incassate nel 2016 che erano state considerate inesigibili negli esercizi precedenti.
- Le entrate da **“Quote di adesione”** registrano una consistente diminuzione rispetto al preventivo 2016 (da Euro 443.100 ad Euro 347.350) con una flessione pari a Euro 95.750 dovuta alla mancata adesione di 2 nuovi componenti sostenitori per euro 50.000 previsti, dalla mancata adesione di nuovi componenti ordinari per Euro 27.000 e al mancato rinnovo di componenti ordinari e sostenitori per Euro 18.750.

Nel suo complesso il peso dei ricavi provenienti dalle quote associative sul totale delle entrate realizzate è pari al 33%.

Per quanto riguarda ancora i ricavi, è variata la percentuale dell’attività commerciale che scende rispetto allo scorso anno attestandosi al 37% (lo scorso anno aveva raggiunto il 40%).

Di seguito il dettaglio dei Ricavi e loro peso sul totale delle entrate nel 2015 e 2016 :



Da quanto sopra esposto e come già indicato nella premessa, si evidenzia che nel 2016 la Fondazione ha realizzato i risultati prefissati in sede di bilancio preventivo relativamente al rafforzamento dell’attività di ricerca e di progettazione.

I risultati conseguiti nel 2016 confermano il credito raggiunto dalla Fondazione Symbola, una reputazione costruita nel tempo grazie alla coerenza del proprio messaggio e delle proprie attività, alla scelta oculata dei partners ed alla selezione qualitativa dei membri del forum.

Anche quest’anno Il Festival della Soft economy, ha arricchito il tradizionale Seminario Estivo con ulteriori momenti di riflessione, di dibattito e di rappresentazione dell’universo delle qualità italiane.

Tante attività che offrono visibilità ad un'Italia che nonostante i problemi del Paese, riesce a competere puntando sulla qualità. La visibilità trova la sua conferma anche nella uscite sui media che si sono mantenute in linea con quelle degli ultimi anni .

Possiamo in conclusione affermare che i risultati positivi in termini di valore e di importanza delle attività svolte e dei prodotti realizzati, confermano il ruolo e la solidità della Fondazione.

2. ATTIVITA' E RISULTATI

Di seguito la descrizione delle principali attività che la Fondazione Symbola ha svolto nel 2016.

2.1. APPUNTAMENTI NAZIONALI E TERRITORIALI

Appuntamenti nazionali (seminari, eventi tematici e premi) dedicati ai diversi aspetti della qualità italiana, sia generali che settoriali e territoriali.

- **Il Seminario Estivo e il Festival della Soft Economy.**

L'edizione 2016 del Festival della Soft Economy e del Seminario Estivo si sono svolte anche quest'anno a Macerata e nella splendida e suggestiva cornice del borgo di Treia.

I due appuntamenti organizzati e promossi dalla Fondazione Symbola, in collaborazione con Unioncamere, Camera di Commercio di Macerata, Regione Marche, Consorzio Aaster, Università di Camerino e di Macerata, Comune di Treia (MC), Comune di Macerata, si sono tenuti dal 05 al 09 luglio 2016. Arrivato alla sua XIV edizione, il Seminario quest'anno è stato dedicato al tema **"ACCADDE DOMANI. Dai talenti dell'Italia le sfide del futuro."** Ovvero, per vincere le sfide del futuro e rispondere alle inquietudini e alle paure che hanno prodotto la Brexit è ancora più urgente tornare all'economia reale e alla realtà dei territori e della società. Per questo l'Italia deve saper coniugare la storica capacità dei suoi territori e delle sue imprese a produrre bellezza e qualità con le innovazioni necessarie. Cultura e creatività, green economy, coesione sono i tre traccianti che rendono più forti le imprese italiane nel mondo, capaci di rispondere ai nuovi orientamenti etici e culturali che emergono dalla società e dall'economia.

La riconferma delle Marche e della provincia di Macerata come sede ospitante della iniziativa è stata determinata innanzitutto dalla considerazione del successo delle manifestazioni tenutesi negli anni precedenti. Abbiamo avuto riscontri molto positivi. In particolare sono stati apprezzati la bellezza dei luoghi che hanno ospitato i lavori, la rilevanza ed attualità dei temi al centro delle discussioni, l'accoglienza e la disponibilità delle istituzioni, degli sponsor e dei partner, l'autorevolezza dei relatori, la presenza di un pubblico attento e partecipe.

La manifestazione marchigiana è stata molto seguita, come dimostra la ricca rassegna stampa e web consultabile sul sito di Symbola e la campagna social realizzata sulle nostre pagine facebook e twitter. Anche per l'anno 2016 è stata vincente la partnership con la Regione Marche, la Camera di Commercio di Macerata e Unioncamere nazionale. L'appuntamento ha visto la partecipazione di oltre 300 relatori, tra cui anche autorevoli esponenti del governo in carica: Graziano Delrio - Ministro delle infrastrutture e dei trasporti; Valeria Fedeli - Vicepresidente del Senato; Luigi Bobba - Sottosegretario di Stato al Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali; Simona Bonafè - Europarlamentare, Responsabile dossier Economia circolare. Non sono mancati anche esponenti di spicco del mondo imprenditoriale ed associativo: Ivan Lo Bello - Presidente Unioncamere; Catia Bastioli - Presidente Terna e AD Novamont, Francesco Starace - A.D. Enel; Maria Letizia Gardoni - Presidente Coldiretti Giovani Impresa; Cesare Fumagalli - Segretario generale Confartigianato, Sergio Silvestrini - Segretario generale CNA, Vincenzo Boccia - Presidente Confindustria Giuliano Bianchi - Presidente della Camera di Commercio di Macerata; Gianpiero Sammuri - Presidente Federparchi, Aldo Bonomi - Direttore AAster, Stefano Micelli - Direttore scientifico Fondazione Nord Est, Roberto De Santis - Presidente Conai, Giancarlo Morandi - Presidente COBAT.

Il programma culturale è stato articolato in 5 giornate, dal 05 al 09 luglio 2016 svoltosi in due diversi Comuni: Macerata e Treia.

I temi al centro della quarta edizione del Festival sono stati la forza di cultura e creatività come fattori di sviluppo, le potenzialità del digitale come dimensione generativa ed esponenziale dell'innovazione e l'Appennino come uno straordinario laboratorio per ragionare del ruolo delle montagne del Mediterraneo. L'artigianato tecnologico e le stampanti 3D sono stati protagonisti anche del Mercato [S]coperto, in piazza della Repubblica a Treia, con una esposizione-dimostrazione delle nuove frontiere della manifattura digitale. L'appuntamento, al quale hanno partecipato esponenti del mondo economico e della cultura, politici, professionisti, professori e associazioni, ha visto alternarsi convegni, tavoli tematici, workshop e dimostrazioni.

La giornata inaugurale è stata dedicata **al tema dell'industria culturale e creativa italiana** e si è svolta presso l'Aula Magna dell'Università di Macerata. La sessione mattutina dal titolo "Competere con la cultura" ha visto la presentazione - **del rapporto "IO SONO CULTURA 2016"**. La mattina si è conclusa con l'inaugurazione di **"Creahub, atelier delle idee dell'Università di Macerata"** presso il Palazzo degli Studi. Si è proseguito nel pomeriggio con la **sessione "Futuro Creativo"** sotto forma di **4 tavoli tematici paralleli**. Il primo ArtLab16 Macerata - Dall'esperienza dei distretti culturali alle politiche per le industrie culturali e creative promosso da Fondazione Fitzcarraldo, Regione Marche e DCE PlayMarche 2.0; il secondo Europa Creativa; il terzo 'Quali tools culturali per la crescita territoriale. Verso un nuovo grand tour cultura' promosso da MAB Marche; il quarto 'Recanati capitale italiana della cultura 2018' in occasione del quale è stata presentata la candidatura. L'ultima sessione della giornata è stata dedicata al convegno dal titolo "La sfida della macroregione Adriatico Jonica" dedicato al tema della valorizzazione turistica attraverso la promozione di valori ambientali e storico culturali della macroregione Adriatico Jonica. La giornata si è conclusa a Palazzo Buonaccorsi, dove dalle 21 si è tenuta **la presentazione del libro 'L'Italia centrata - Ripensare la geometria dei territori'**, Quodlibet Studio, alla presenza del coautore Aldo Bonomi.

Nelle giornate del 6 e 7 luglio il Festival si è spostato a Treia per approfondire i **temi dell'economia circolare e della green economy**, quali leve per la competitività italiana. Le due giornate sono state organizzate con una plenaria di apertura, nella quale sono stati indicati i temi di riflessione della giornata. A seguito si sono tenuti i tavoli tematici paralleli, una plenaria destinata ai rapporti finali dei tavoli tematici e una tavola rotonda/plenaria di chiusura.

In particolare, la giornata del 6 luglio è stata dedicata all'Ecosistema Digitale per cogliere e approfondire le nuove opportunità che i servizi digitali offrono ai cittadini, alle imprese e ai territori per migliorare il modo di comunicare, consumare, produrre, abitare, viaggiare. I temi dei 7 forum tematici della giornata sono stati: Architettura – Biodiversità/Architettura/Territorio - Manifattura/Economia Circolare - Mercato/Società - Patrimonio Culturale - Servizi territoriali – Turismo. Nell'ambito della giornata sono stati inaugurati, "Ma[r]ke – Laboratorio digitale per l'artigianato digitale" promosso dal Comune di Treia in collaborazione con Confartigianato Macerata e Design for Craft e "Mercato [S]coperto" – spazio dimostrativo dell'artigianato tecnologico – promosso da Confartigianato Imprese Macerata e da Design For Craft. Il mercato è stato aperto anche nei successivi due giorni dell'iniziativa.

Il pomeriggio si è chiuso con il convegno Eccellenze in digitale, l'iniziativa di Unioncamere e Google per la crescita del digitale nelle imprese italiane.

Dalle 20 alle 21, presso Villa Spada, per la serie Aperitivo con l'autore è stato presentato il libro Fare è innovare, edito da Il Mulino, con la presenza del prof. Stefano Micelli dell'Università Ca' Foscari di Venezia, autore del testo.

L'ultimo giorno del festival – 7 luglio – è iniziato con la plenaria " **Appennino Parco d'Europa. Un progetto per le montagne del Mediterraneo**". La mattina è stata aperta con la sessione dal titolo "A 20 anni da Ape l'Appennino 2.0" centrato sul cambiamento climatico, demografico, digitale e culturale, economico e politico, al quale è seguita la sessione "7 App- Forum tematici dell'Appennino 2.0" in cui si è parlato di Animali & Uomini - Boschi & Boscaioli - Paesaggi & Agricoltori - Montagne & Abitanti - Natura & Capitale - Infrastrutture & Territorio - Visioni & Identità. Nel pomeriggio sono state di scena le esperienze dell'Appennino 2.0, seguite dalle plenarie dei forum tematici sull'Appennino e da una tavola rotonda conclusiva. La giornata si è conclusa con un **nuovo appuntamento di Aperitivo con l'autore a Villa Spada**, dove è stato presentato il libro Acrescita, edito da Einaudi, dell'autore Mauro Gallegati, professore all'Università Politecnico delle Marche di Ancona.

Nei giorni 08 e 09 luglio a Treia si è tenuto il Seminario Estivo che quest'anno è stato dedicato al tema **"ACCADE DOMANI". Dai talenti dell'Italia le sfide del futuro**". La manifestazione nazionale si è svolta in tre distinte sessioni. La sessione mattutina del 08 luglio dal titolo **"Coesione è Competizione"** è stata inaugurata con le riflessioni introduttive del Segretario generale della Fondazione Symbola, Fabio Renzi, ed è proseguita con la presentazione del Rapporto "Coesione è Competizione", elaborato da Symbola, Unioncamere e Consorzio Aaster, dedicato alle esperienze

imprenditoriali, istituzionali e territoriali che dimostrano come la capacità di produrre coesione è diventato oggi un fattore competitivo per rispondere alle nuove sfide etiche e culturali che stanno cambiando i mercati e i consumatori. Nel pomeriggio è seguita una sessione dal titolo **“Una nuova società per una nuova economia”** dedicata alle diverse esperienze riconducibili all'universo dell'economia soft, sharing, green, circolare. La giornata si è conclusa con l'intervento dell'attore Alessandro Bergonzoni.

La mattina di sabato 9 luglio si è svolta l'ultima sessione del Seminario con una tavola rotonda di confronto – dibattito dal titolo **“L'Italia deve fare l'Italia”** dedicata alla missione dell'Italia: dai talenti di oggi alle sfide del futuro ed che ha proposto una riflessione sulle strade da percorrere per rilanciare il paese. E' stato un confronto tra politica, mondo dell'impresa, associazioni, società civile e istituzioni. Al dibattito hanno preso parte tra gli altri: Graziano Del Rio Ministro dell'Infrastruttura e dei Trasporti, Luca Ceriscioli Presidente della Regione Marche, Giuliano Bianchi Presidente Camera di Commercio Macerata; Vincenzo Boccia Presidente nazionale Confindustria; Aldo Bonomi Direttore Aaster; Maria Letizia Gardoni Presidente Coldiretti Giovani Impresa Gardoni; Rosella Muroni Presidente nazionale di Legambiente; Ivan Lo Bello presidente nazionale di Unioncamere, Francesco Starace A.D..Enel.

- **Festival della Pubblica Utilità**

A partire dal 2016 Symbola partecipa all'ideazione e all'organizzazione della prima edizione del Festival della Pubblica Utilità. L'iniziativa, ideata e promossa da Comune di Imola, Con.Ami, Comunica, Fondazione Symbola, nasce per dare rappresentazione alle nuove forme di pubblica utilità e far conoscere il carattere innovativo del modello italiano. Il concetto di utilità pubblica nel terzo millennio non è più legato esclusivamente alla pubblica amministrazione, quanto piuttosto ad una pluralità di soggetti. Il bene pubblico può essere generato da soggetti pubblici, privati e da organizzazioni no profit animate sia da motivazioni economiche sia filantropiche (le cosiddette “buone azioni”). Il Festival darà rappresentazione ai molteplici volti della pubblica utilità. Un momento d'incontro tra realtà diverse: dal macro al micro; dal pubblico al privato, dalle imprese alle no profit.

A Symbola è stata affidata la realizzazione delle seguenti attività:

- Progettazione, supervisione e definizione del programma culturale della manifestazione;
- Individuazione e cura dei rapporti con relatori e moderatori e attivazione di relazioni e partecipazione a convegni;
- Elaborazione e redazione di una ricerca.

La prima edizione dell'evento si terrà nel 2017 nei rinnovati spazi dell'Autodromo di Imola, e sarà il luogo ideale dove far convergere e spingere al confronto i massimi player italiani nella creazione di valore pubblico.

- **Eventi di presentazione dei rapporti, progetti e campagne**

Nel corso del 2016 sono stati organizzati gli eventi di presentazione dei rapporti di ricerca e dei progetti realizzati dalla Fondazione Symbola. Le iniziative hanno visto la partecipazione rappresentanti delle istituzioni nazionali, del mondo imprenditoriale e associativo ed è stata occasione di incontro e condivisione fra i diversi protagonisti dell'economia. In particolare sono stati organizzati:

- **Presentazione del rapporto “Certificare per competere. Dalle certificazioni ambientali nuova forza del made in Italy”**. – Milano, 26 febbraio 2016, sede Assolombarda, Via Chiaravalle, 8

Presentazione del Rapporto “Certificare per competere. Dalle certificazioni ambientali nuova forza del made in Italy”, realizzato da Symbola nel 2015. All'evento hanno partecipato: Ermete Realacci – Presidente Fondazione Symbola, Riccardo Caliarì – Amministratore delegato Cloros, Marco Frey – Presidente Comitato Scientifico Fondazione Symbola, Nando Pagnoncelli – Presidente Ipsos Italia, Vittorio Biondi - Direttore Competitività Territoriale,

Ambiente ed Energia Assolombarda, Armando Cafiero - Direttore Generale Confindustria ceramica, Alfredo Mariotti - Direttore Generale Ucima e Giuseppe Rossi - presidente Accredia.

- **Presentazione del rapporto “ACCADDE DOMANI. A 30 dal metanolo il vino ed il made in italy verso la qualità”.** – Roma, 2 marzo 2016, Palazzo Rospigliosi, Via XXIV Maggio 43
Presentazione del Rapporto “Accadde domani” realizzato da Symbola e Coldiretti. All’evento hanno partecipato: Maurizio Martina - Ministro delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali, Roberto Moncalvo - Presidente Coldiretti, Ermete Realacci – Presidente Fondazione Symbola, Domenico Sturabotti – Direttore Fondazione Symbola e Stefano Masini - Area Ambiente e Territorio Coldiretti
- **Presentazione dei dati del Rapporto 2015 “IO SONO CULTURA. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”** - Pordenone, 4 marzo 2016, Palazzo Montereale Mantica, Corso Vittorio Emanuele II, 56
Presentazione del Rapporto 2015 Io sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”. La presentazione è stata l’occasione per fare il punto sul contributo che le industrie culturali e creative danno alla ricchezza del Friuli Venezia Giulia, nonché il ruolo che hanno nella creazione di lavoro in questa regione e più in generale nel NordEst. All’evento hanno partecipato: Ermete REALACCI - Presidente Fondazione Symbola, Fabio RENZI - Segretario generale Fondazione Symbola, Claudio PEDROTTI - Sindaco Comune Pordenone, Giovanni PAVAN - Presidente Camera Commercio Pordenone, Chiara MIO - Presidente Banca Popolare FriulAdria, Gianluca BISOL - Presidente e CEO di Bisol Vitivinicoltori in Valdobbiadene, Oscar Marchetto - Titolare Somec, e Daniele Prosdocimo - Communications manager Valcucine.
- **Conferenza stampa di presentazione del progetto “Banca delle qualità Campane”** – Salerno, 10 marzo 2016, presso CCAA Salerno, Via Roma, 29
Conferenza stampa di presentazione del progetto Banca delle qualità Campane. Alla conferenza stampa partecipano Andrea Prete - Presidente Camera di Commercio di Salerno, Lucio Alfieri - Presidente Federazione Campana Banche Credito Cooperativo, Silvio Petrone - Presidente Cassa Rurale ed Artigiana Bcc di Battipaglia e Montecorvino Rovella, Franco Pasquali - Presidente Forum Fondazione Symbola, Maria Gabriella Alfano - Presidente Ordine Architetti Salerno, Valerio Calabrese - Responsabile regionale agricoltura Legambiente Campania, Sergio Casola - Presidente CNA Salerno, Angelo Paladino, - Promotore Fondazione Symbola, Franco Risi - Presidente Confartigianato Salerno e Vittorio Sangiorgio - Presidente Coldiretti Salerno.
- **Presentazione della ricerca “Il made in Italy abita il futuro. Il legno arredo verso l’economia circolare”** - Roma, 04 aprile 2016, CCAA Roma - Sala Giunta, Via de’ Burro’ 147
Presentazione del dossier “Il made in Italy abita il futuro. Il legno arredo verso l’economia circolare” elaborato da Symbola e FederlegnoArredo. Hanno partecipato all’evento: Ermete Realacci - Presidente Fondazione Symbola, Domenico Sturabotti - Direttore Fondazione Symbola, Giovanni De Ponti - allora Direttore generale FederlegnoArredo, Roberto Snaidero - allora Presidente FederlegnoArredo e Simona Bonafe' - Relatrice misure Circular Economy, Commissione Ambiente Parlamento europeo.
- **Conferenza Stampa di Presentazione del Rapporto “Io Sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”** – Roma, 23 giugno 2016, presso Ministero dei Beni e delle Attività Culturali, sala Crociera, Via del Collegio Romano 27.
Presentazione dei risultati del Rapporto 2016 “Io Sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”, con la partecipazione di: Dario Franceschini – Ministro dei Beni e delle Attività Culturali, Ermete Realacci – Presidente Fondazione Symbola, Giuseppe Tripoli–

Segretario Generale Unioncamere, Ivan Lo Bello – Presidente Unioncamere e Fabio Renzi – Segretario generale Fondazione Symbola.

- **Conferenza Stampa di Presentazione Seminario Estivo e Festival della Soft Economy** – Ancona, 29 giugno 2016, presso Palazzo Leopardi – Sala Leopardi, Via Tiziano 44.
Alla conferenza stampa sono intervenuti: Moreno Pieroni – Assesore alla Cultura e al Turismo della Regione Marche, Giuliano Bianchi – Presidente CCIAA Macerata, Fabio Renzi – Segretario Generale Fondazione Symbola, Franco Capponi – Sindaco di Treia, Romani Carancini – Sindaco di Macerata, Flavio Corradini – Rettore Università di Camerino, Luigi Lacchè – Rettore Università di Macerata, Vilma Mazzocco – Sida Group e Francesca Pulcini – Presidente Legambiente Marche.
- **Presentazione Rapporto 2016 “Io sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”** – Macerata, 05 luglio 2016, Aula Magna Università di Macerata, Via Le Scalette, 8
Nell’ambito della prima sessione del Festival della Soft Economy dal titolo “Competere con la cultura” sono stati presentati i dati del Rapporto 2016 “Io sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”.
- **Presentazione Rapporto “Coesione è Competizione”** – Treia, 08 luglio 2016, Teatro Comunale, Piazza Don Pacifico Arcangeli, 1
Nell’ambito della prima sessione del Seminario Estivo sono stati presentati i risultati del Rapporto Biennale “Coesione è Competizione. Le nuove geografie della produzione del valore in Italia”
- **Conferenza stampa di Presentazione “Banca delle Qualità Campane. 50 eccellenza made in Italy tra i monti Picentini e il Cilento”** - Salerno 18 luglio 2016, CCIAA Salerno – Gran Salone dei Genovesi, Via Roma 9.
Presentazione della Ricerca “Banca delle Qualità Campane” realizzata nell’ambito del Progetto Banca delle Qualità Campane.
Alla conferenza stampa sono intervenuti: Ermete Realacci – Presidente Fondazione Symbola, Franco Pasquali - Presidente Forum Fondazione Symbola, Lucio Alfieri - Presidente Federazione Campana delle Banche di Credito Cooperativo, Claudia Benedetti -Responsabile Segreteria generale e coordinamento programmi Federcasse, Carlo Cambi - Giornalista e componente del Comitato Scientifico Symbola e Silvio Petrone - Presidente Cassa Rurale ed Artigiana Bcc di Battipaglia e Montecorvino Rovella.
- **Conferenza Stampa di Presentazione Rapporto 2016 Green Italy - Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro** – Roma, 31 ottobre 2016, presso Sede Unioncamere – Sala Longhi, Piazza Sallustio 21.
Presentazione dei risultati del Rapporto Green Italy 2016, con la partecipazione di:
Gian Luca GALLETTI Ministro Ambiente e Tutela del Territorio e del Mare Ermete Realacci – Presidente Fondazione Symbola, Ivan Lo Bello – Presidente Unioncamere, Giuseppe Tripoli - Segretario Generale Unioncamere, Francesco Starace – AD Enel, Roberto De Santis – Presidente CONAI e Fabio Renzi – Segretario generale Fondazione Symbola
- **Conferenza stampa di Made in Italy. My Story** – Roma, 30 settembre 2016, presso IIS “Eduardo Amaldi” di Roma, Via D. Parasacchi, 21
Fondazione Symbola ha partecipato in qualità di partner alla presentazione del progetto Made in Italy. My Story, finanziato dal Miur nell’ambito del Piano nazionale per la promozione della cultura del Made in Italy. A seguito della conferenza stampa Symbola ha svolto il laboratorio sul Made in Italy con l’obiettivo di rendere visibili alla coscienza degli studenti il valore materiale e immateriale che sta dietro ad ogni produzione di eccellenza,

con particolare attenzione alla filiera agroalimentare (di cui sia la filiera dell'Olio che quella del Grana Padano fanno parte).

- **Workshop Il Valore aggiunto della cultura in Italia** – Roma 24 ottobre 2016, sede Confindustria, Viale dell'Astronomia 30
Nell'ambito del workshop a porte chiuse organizzato da Confindustria e Fondazione è stato presentato il Rapporto 2016 "Io Sono Cultura. L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi". All'appuntamento hanno preso parte i rappresentanti del mondo politico economico nazionale tra i quali: Valeria Fedeli – Ministro dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, Carlo Calenda - Ministro della Sviluppo Economico, Dario Franceschini - Ministro dei Beni e delle Attività Culturali.
- **Focus Group e Aperitivo Networking nell'ambito del progetto europeo Mu.SA** – Roma 5 dicembre 2016, presso MAXXI B.A.S.E. Via Guido Reni 4/A
Nell'ambito del progetto europeo Mu.SA – Museum Sector Alliance, progetto co-finanziato dal Programma Erasmus + Sector Alliances, in partenariato con enti internazionali (12 organizzazioni provenienti da Grecia, Italia, Belgio e Portogallo, coordinati dall'Hellenic Open University di Atene), Symbola ha organizzato e coordinato un Focus Group a porte chiuse con alcuni dei massimi esperti del settore e delle industrie creative e culturali del panorama nazionale. A seguito si è tenuto un Aperitivo Networking aperto al pubblico e dedicato al progetto Mu.SA, alle sue potenzialità per facilitare i cambiamenti in atto.
- **Premiazione Finale progetto Made in Italy. My Story** – Roma, 20 dicembre 2016, presso IIS "Eduardo Amaldi" di Roma, Via D. Parasacchi, 21
Fondazione Symbola ha partecipato in qualità di partner all'evento conclusivo del progetto di racconto del Made in Italy nelle scuole attraverso il digital storytelling.
Di seguito il programma dell'iniziativa:
Interventi : Il Dirigente scolastico dell'IIS "E.Amaldi", Fabio Cannatà e i docenti Alberti dell'IIS "E.Amaldi" e Manfredini dell'IS "Carlo D'Arco-Isabella d'Este"; Romina Surace di Symbola; Patrizia Braga e Maura Romano di Melting pro; Sveva Di Martino, direttrice del Museo dell'olio di Castelnuovo di Farfa; Fulvio Genovese di Unaprol.
Presentazioni: "La chimica dell'olio", prof.sse Ascenzo e Wannenes; "L'iconografia dell'olio nella Storia dell'arte", prof.ssa Granato; "L'olio e la Sabina nella lirica latina", prof.ssa Salvitti; "L'apprendimento delle lingue e l'esperienza del Digital Storytelling", prof Ceccarelli.
Proiezioni: Video complessivo del progetto a cura di Giorgio Liddo; Video del progetto "Made in Italy-My story" a cura delle classi IVB e IVAL e degli allievi del IS "Carlo d'Arco-Isabella d'Este" di Mantova.
Visita guidata alla mostra: "Made in Italy-My story" a cura degli allievi dell'IIS "E.Amaldi" e dei docenti Alberti, Angeloni, Costa, Donati, Granato, Palma, Salvitti, Wannenes

Inoltre, Symbola, attraverso i suoi rappresentanti, ha partecipato agli appuntamenti sul territorio nazionale e internazionale nei quali sono stati presentati i principali rapporti della Fondazione. In particolare:

- **Presentazione Rapporto Green Italy 2015 nell'ambito di Green economy. La sfida del futuro – Trento, 5 marzo 2016.** – Trento, 5 febbraio 2016, Università di Trento, Via Vigilio Inama 5
Presentazione del Rapporto GreenItaly 2015 nell'ambito di Greenweek. All'evento hanno partecipato: Fabio RENZI - Segretario generale Fondazione Symbola, Alessandro Rinaldi – Dirigente SiCamera, Antonio Maconi – Curatore Eventi VeneziaPost, Marco Fratoddi – Direttore La Nuova Ecologia, Elisabetta Bottazzoli – Green Economy e Sostenibilità CONAI, Riccardo Caliarì – Amministratore delegato Cloros; Gabriella Chiellino – Amministratore

EAmbiente, Michele Crivellaro – Marketing & Business Development CSQA, Roberto De Martin – Presidente Trento Film Festival e Thomas Miorin – allora Direttore Habitech.

- **Presentazione dei dati del Rapporto 2015 “IO SONO CULTURA. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi” nell’ambito di ART LAB 16 MILANO. Imprese Culturali e Creative: scenari e mercati globali** – Milano, 19 maggio 2016, BASE Milano - Area Officina Cultura, Via Bergognone, 34
Nell’ambito della prima tappa della 11^a edizione di ART LAB 16 MILANO organizzato dalla Fondazione Fitzcarraldo, il direttore Domenico Sturabotti ha presentato i risultati del Rapporto 2016 “Io Sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”.
- **Presentazione dei dati del Rapporto 2016 “IO SONO CULTURA. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi” nell’ambito di FESTAMBIENTESUD**, 21 luglio 2016, Monte San’Angelo (FG)
Nell’ambito della XII edizione di FestambienteSud organizzata da Legambiente, il Segretario Generale Fabio Renzi ha presentato i dati del Rapporto 2016 “IO SONO CULTURA. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”.
- **Presentazione dei dati del Rapporto Green Italy 2015 nell’ambito di FESTAMBIENTE GROSSETO, 09 agosto 2016**, Rispeca (GR)
Nell’ambito di Festambiente Grosseto organizzata da Legambiente, il Segretario Generale Fabio Renzi ha partecipato alla sessione “ Il protagonismo Italiano nell’economia circolare europea” presentando i dati del Rapporto 2015 “Green Italy”.
- **Presentazione dei dati del Rapporto 2016 “IO SONO CULTURA. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi” nell’ambito di ART LAB 16. Sessione “L’agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e la cultura”** – Mantova, 30 settembre 2016, Teatro Bibiena, Via Accademia, 47
Nell’ambito della terza tappa di ART LAB 16 MANTOVA organizzato dalla Fondazione Fitzcarraldo, il Segretario Generale Fabio Renzi ha condotto la sessione “L’agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e la cultura”.
- **Presentazione dei dati del Rapporto 2016 “Io Sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”** – Oviedo (Spagna) 29-30 settembre 2016, Laboral Ciudad de la Cultura di Gijón
Nell’ambito della manifestazione “Asturias Creative Pole” durante la tavola rotonda intitolata “Las industrias culturales y creativas como generadoras de desarrollo económico”, svoltasi il 30.09.2016, il direttore Domenico Sturabotti ha presentato i dati del Rapporto 2016 “Io Sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”.
- **Presentazione del Rapporto 2016 “Io Sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi” nell’ambito del convegno “L’Italia del saper fare”** – Madrid (Spagna) 03 ottobre 2016, presso Aula Magna IED Madrid - Palacio de Altamira, Via Flor Alta 8
Nell’ambito dell’iniziativa “L’Italia del Saper Fare” organizzata dall’Ambasciata d’Italia e lo IED il direttore Domenico Sturabotti ha presentato i risultati del Rapporto 2016 “Io Sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”.
- **Tavola rotonda presentazione del Rapporto 2016 “Io Sono Cultura. L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi”** - 11 novembre 2016, Laboratorio Urbano Mediterraneo - Via Trento, San Giorgio Jonico
Fondazione Symbola ha partecipato alla Tavola rotonda per la presentazione del "Rapporto 2016 - Io sono cultura" - L’Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi organizzata dal Laboratorio Urbano Mediterraneo e Presidio del Libro di San Giorgio Jonico. L’evento è stato introdotto da Romina Surace, referente della Fondazione Symbola.

2.2. RICERCHE

- **Rapporto IO SONO CULTURA - L'Italia della qualità e della bellezza sfida la crisi**

Il Rapporto è la ricerca annuale dedicata alla conoscenza del contributo dell'industria culturale alla produzione di ricchezza e all'occupazione in Italia. Il Rapporto, realizzato insieme a Unioncamere e in collaborazione e con il sostegno di Regione Marche, rappresenta l'unico studio in Italia che annualmente quantifica il peso della cultura e della creatività nell'economia nazionale. Con risultati eloquenti: le filiere culturali e creative si confermano un pilastro del made in Italy, un sostegno importante alla nostra competitività.

Dal sesto rapporto sulle industrie culturali e creative emerge che la cultura si conferma uno dei motori trainanti dell'economia italiana e partecipa alla ripresa. Il sistema produttivo culturale e creativo fatto da imprese, PA e non profit genera 89,7 miliardi di euro e 'attiva' altri settori dell'economia arrivando a muovere nell'insieme 249,8 miliardi, equivalenti al 17% del valore aggiunto nazionale. Un dato comprensivo del valore prodotto dalle filiere del settore, ma anche da quella parte dell'economia che beneficia di cultura e creatività e che da queste viene stimolata, a cominciare dal turismo. Una ricchezza che si riflette in positivo anche sull'occupazione: il solo sistema produttivo culturale e creativo dà lavoro a 1,5 milioni di persone (il 6,1% del totale degli occupati in Italia). E se nel periodo 2011/2015 la crisi si è fatta sentire incidendo in negativo su valore aggiunto e occupati del Paese, rispettivamente con il -0,1% e il -1,5%, nelle filiere culturali e creative la ricchezza è invece cresciuta dello 0,6% e gli occupati dello 0,2%.

Entrando nel dettaglio dello studio - una sorta di annuario, per numeri e storie, realizzato anche grazie al contributo di circa 40 personalità di punta nei diversi settori, alla partnership di Fondazione Fitzcarraldo e Si.Camera e con il patrocinio dei Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo - emerge con chiarezza quanto il 'sistema Italia' debba a cultura e creatività: il 6,1% della ricchezza prodotta in Italia nel 2015, pari a 89,7 miliardi di euro. Ma non finisce qui: perché il Sistema Produttivo Culturale e Creativo (SPCC) ha sul resto dell'economia un effetto moltiplicatore pari a 1,8. Per ogni euro prodotto dal SPCC, se ne attivano 1,8 in altri settori. Gli 89,7 miliardi, quindi, ne 'stimolano' altri 160,1, per arrivare a quei 249,8 miliardi prodotti dall'intera filiera culturale, il 17% del valore aggiunto nazionale, col turismo come principale beneficiario di questo effetto volano. Più di un terzo della spesa turistica nazionale, esattamente il 37,5%, è attivata proprio dalla cultura e dalla creatività.

- **Rapporto GREENITALY - Una risposta alla crisi, una sfida per il futuro**

Rapporto annuale per far conoscere e promuovere le imprese e i territori che hanno colto nella green economy un'opportunità e una prospettiva di sviluppo.

Come dimostrano i numeri di GreenItaly 2016, il settimo rapporto di Fondazione Symbola e Unioncamere, promosso in collaborazione con il Conai e con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente misura e pesa la forza della green economy nazionale: più di un'impresa su quattro dall'inizio della crisi ha scommesso sulla green economy, che in Italia significa più innovazione, ricerca, design, qualità e bellezza. Sono infatti oltre 385 mila le aziende italiane, ossia il 26,5% del totale, dell'industria e dei servizi che dal 2010 hanno investito, o lo faranno quest'anno, in tecnologie green per ridurre l'impatto ambientale, risparmiare energia e contenere le emissioni di CO₂. Una quota che sale al 33% nel manifatturiero, dove l'orientamento green si conferma un driver strategico per il made in Italy, traducendosi in maggiore competitività, crescita delle esportazioni, dei fatturati e dell'occupazione. Nel manifatturiero il 46% delle imprese che investono in tecnologie verdi esporta, contro il 27,7% delle imprese non investitrici; il 35,1% delle imprese green ha aumentato il fatturato nel 2015 a fronte del 21,8% delle altre; il 33,1% ha introdotto innovazioni, contro il 18,7% delle altre. Alla nostra green economy si devono inoltre 2 milioni 964 mila green jobs, ossia occupati che applicano competenze 'verdi'. Una cifra che corrisponde al 13,2% dell'occupazione complessiva nazionale, destinata a salire ancora entro dicembre. Dalla nostra economia 'verde' infatti arriveranno quest'anno 249.000 assunzioni fra green jobs in senso stretto e figure ibride con competenze green: pari al 44,5% della domanda di lavoro non

occasionale. Quota che sale fino al 66% nel settore ricerca e sviluppo. Il contributo dei green jobs al prodotto lordo del Paese viene stimato per il 2015 a 190,5 miliardi di euro, pari al 13% del totale complessivo. Come dicono questi numeri la green economy e l'economia circolare sono la migliore risposta alla crisi, un paradigma produttivo sempre più forte e diffuso nel Paese. In termini di imprese, che in numero crescente fanno scelte green. E in termini di risultati, nei bilanci, nell'occupazione.

- **Rapporto COESIONE È COMPETIZIONE – Le nuove geografie delle produzioni del valore in Italia**

Il Rapporto biennale, elaborato da Symbola e Unioncamere in partnership con Consorzio Aaster e Aiccon e con il sostegno di Enel e Comieco, coglie e rappresenta i fattori strategici per la nostra competitività, che si collocano su lunghezze d'onda che gli indicatori economici più diffusi non percepiscono. La ricerca rappresenta una nuova chiave interpretativa per leggere quell'Italia resiliente e positiva che vede le aziende camminare con le comunità, coinvolgere i cittadini e i consumatori, valorizzare e sostenere i lavoratori, relazionarsi alle energie e territori.

Dal Rapporto emerge che le nostre imprese 'coesive' hanno registrato nel 2015 aumenti del fatturato, rispetto al 2014, nel 47% dei casi, mentre fra le imprese "non coesive" tale quota si ferma al 38%. Dimostrando una migliore dinamicità anche sul fronte dell'occupazione: il 10 % delle imprese coesive ha dichiarato assunzioni nel 2015, contro il 6% delle altre. Idem dicasi per le esportazioni: le imprese coesive hanno ordinativi esteri in aumento nel 50% dei casi, a fronte del 39% delle non coesive, e sono maggiormente presenti sui mercati internazionali (il 76% di esse sono esportatrici contro il 68% delle non coesive). Sempre le realtà attente alla coesione sono quelle che hanno nel dna una considerazione maggiore di valori come l'ambiente (investono infatti in prodotti e tecnologie green il 53% delle imprese coesive contro il 38% delle non coesive), la creazione di occupazione e di benessere economico e sociale, gli investimenti in qualità (l'81% delle imprese coesive ha fatto social investment nel 2015 contro il 76% delle altre). Tutte queste realtà danno corpo e sostanza a quell'Italia che, sfidando tutti i pronostici, è protagonista europea nell'economia circolare, nella green economy e nella riduzione delle emissioni climalteranti, con primati nel surplus manifatturiero (una delle sole 5 nazioni al mondo con un surplus sopra i 100 miliardi di dollari).

Il Rapporto ci indica che come le imprese anche i territori possono essere coesivi, cioè caratterizzati dalla presenza di legami e relazioni solide e profonde tra le loro diverse componenti: comunità, imprese, istituzioni, soggetti più deboli. Dove tutti questi rapporti contribuiscono a migliorare e rafforzare la qualità della vita. Le Regioni più coesive, quelle con una maggiore attenzione al lavoro e alla legalità, con maggiore presenza del non profit e maggiore livello di relazionalità delle imprese, sono in ordine Trentino Alto Adige (137,4 sulla media dell'Italia uguale a 100), Lombardia (114,5), Veneto (113,5), Toscana (109,4), Friuli Venezia Giulia (108,5). Territori in cui la coesione sociale è superiore al livello medio nazionale, così come sono maggiori della media nazionale il livello di raccolta differenziata, la propensione al voto e l'integrazione socio-economica degli stranieri (misurata nel rapporto tra occupati stranieri e cittadini italiani). Le regioni più coesive sono anche quelle in cui la ricchezza misurata in Pil procapite e reddito disponibile delle famiglie è maggiore e meglio distribuita. Considerando il reddito disponibile della famiglie, ad esempio, fatto 100 il valore medio nazionale le regioni che hanno le migliori performance sono Trentino Alto Adige (129,8), Emilia Romagna (125,5), Lombardia (124,3) Valle d'Aosta (123,4) e Friuli Venezia Giulia (120,7). Le imprese che vivono in questi territori e che questo rapporto racconta hanno capito che la coesione conviene, che il fatturato dipende sempre più anche da fattori non strettamente economici, come il rispetto dell'ambiente, i diritti dei lavoratori, la valorizzazione delle risorse umane, il sostegno alle comunità, le dinamiche partecipate, la promozione culturale e dei territori. Socialità e sviluppo sono correlate e incorporate in una nuova generazione di imprese (ibride), che hanno nel proprio DNA un forte rapporto con il territorio e un orientamento verso la generazione d'impatto sociale. Tutti elementi che queste realtà gestiscono come fattori produttivi, perché sanno che conviene prestare attenzione anche a questi elementi. Una frontiera allargata della responsabilità sociale di impresa.

- **L'ITALIA IN 10 SELFIE 2016 – Una nuova economia per affrontare la crisi, protagonisti della sfida del clima.**

Anche nel 2016 abbiamo realizzato un focus che racchiude dieci chiavi di lettura del successo del nostro Paese nel mondo. Una traccia operativa utile soprattutto per acquisire consapevolezza sui nostri punti di forza.

- **“ACCADDE DOMANI. A 30 anni dal metanolo il vino ed il made in Italy verso la qualità”**

Lo studio, elaborato da Symbola e Coldiretti, esamina, a distanza di 30 anni dell'anniversario della vicenda del metanolo, la crescita della qualità nell'economia italiana. I report analizza 10 prodotti italiani di eccellenza che dagli anni 80 ad oggi hanno vinto al sfida della competitività puntando su innovazione e qualità. Dallo studio emerge che nella filiera agroalimentare, ad esempio, siamo il Paese più forte al mondo per prodotti distintivi, con 282 prodotti Dop, Igp, St. L'export di scarpe è diminuito da 218 mila a 165 mila tonnellate in 30 anni ma il valore nominale è passato da 5 a 11 miliardi di dollari. Nell'abbigliamento in pelle l'esportazione è passata da 1.910 tonnellate a 2.254 tonnellate, mentre il valore è triplicato: 787 milioni di dollari a fronte di 233. Nella produzione di macchine per l'industria alimentare siamo passati da un export di 68 mila tonnellate (952 milioni di dollari) a 157 mila tonnellate, per un valore nominale complessivo a 4,1 miliardi: +333%.

- **FUTURO FARMACEUTICO**

La ricerca, realizzata su incarico di Farmindustria, indaga il mondo delle imprese farmaceutiche italiane e il loro rapporto con l'innovazione, in tutte le declinazioni. Il lavoro, realizzato partendo un questionario somministrato agli associati Farmindustria, è finalizzato a comprendere quali siano le strategie messe in campo da queste imprese per affrontare le sfide che le attendono nel prossimo futuro. Guardare i mutamenti in atto con gli occhi delle aziende: un obiettivo che consente di allargare la prospettiva dalle singole imprese all'intero settore, delineando i trend e i segnali deboli e forti di questa transizione. La ricerca è stata presentata in occasione dell'Assemblea annuale di Farmindustria lo scorso 23 giugno 2016.

- **BRESCIA – CAPITALE EUROPEA DELL'ECCELLENZA**

Il dossier, commissionato dall'Associazione Industriale Bresciana e realizzato insieme alla Fondazione Edison, illustra i primati produttivi della provincia, attraverso, ad esempio, la performance manifatturiera, l'esportazione, gli investimenti esteri, la sostenibilità. L'indagine indica che questi primati sono anche i segni di un futuro al quale il Paese intero può ambire. Se, come ha fatto Brescia, scommette su innovazione e qualità, sulla forza dei territori, se punta su ricerca e sostenibilità e imbecca la via dell'economia circolare. Insomma, l'Italia deve fare l'Italia se vuole stare nel XXI secolo da protagonista. Esperienze come quella della provincia di Brescia sono non solo un buon esempio ma un ottimo viatico.

- **IL MADE IN ITALY ABITA IL FUTURO – IL LEGNO-ARREDO VERSO L'ECONOMIA CIRCOLARE**

Il dossier, realizzato da Symbola e Federlegno Arredo, analizza la transizione avviata in questo settore dai vecchi modelli produttivi legati al cosiddetto 'business as usual' e all'economia lineare - 'produci, consuma, butta' - a quelli di un'economia più sostenibile, efficiente e circolare - 'produci, consuma, recupera'.

Dallo studio emerge che l'industria italiana del mobile vanta performance ambientali da primato in Europa. Sul fronte dei consumi di energia elettrica usiamo 30 tonnellate equivalenti di petrolio (tep) ogni milione di euro prodotto, contro le 68 della media dei Paesi Ue, le 39 del Regno Unito, le 56 della Francia, le 63 della Germania, le 101 della Spagna. Idem dicasi per le emissioni climalteranti: con 39 tonnellate di CO2 equivalente per milione di euro prodotto, le nostre imprese del legno arredo fanno meglio di quelle tedesche (50), francesi (52), britanniche (93) e spagnole (124). Anche nella riduzione dei rifiuti il mobile made in Italy fa segnare performance importanti: sono 15,5 le tonnellate di rifiuti generate per milione di euro prodotto, meglio delle imprese tedesche (15,8),

meno bene di quelle spagnole (7), francesi (10), britanniche (13). Per queste prestazioni ambientali, che insieme a design, bellezza e qualità contribuiscono a fare del legno arredo uno dei pilastri fondamentali del made in Italy, si devono ringraziare i tanti imprenditori del settore che hanno investito sulla green economy. Il 31% le imprese del settore, infatti, tra il 2008 e il 2015 hanno investito in prodotti e tecnologie in grado di assicurare risparmio energetico e minor impatto ambientale, un dato superiore a quello complessivo della nostra economia (hanno investito green il 24,5% delle imprese). Non solo, ma le imprese italiane dell'industria del mobile sono leader in Europa negli investimenti in R&S, che spesso sono anche investimenti green, con 56,4 milioni di euro precedono quelle inglesi (44,6), tedesche (39,9) e francesi (17,5).

- **INDUSTRIE CULTURALI E CREATIVE E COMPETITIVITA' DEL MADE IN ITALY**

Il report di analisi, commissionato dal Ministero dello Sviluppo Economico, che consente di disporre di un quadro statistico-economico complessivo delle attività economiche afferenti il sistema produttivo culturale e creativo italiano, al fine di definire strumenti e percorsi innovativi di sviluppo dell'economia nazionale. Nell'analisi particolare attenzione è rivolta ai processi di contaminazione tra made in Italy e sistema produttivo culturale. Il report rappresenta una base metodologica di supporto ai lavori della Divisione VII Industria agroalimentare, del made in Italy e industrie creative nonché del Tavolo istituzionale di settore, appositamente istituito dal Ministero per lo Sviluppo Economico in accordo con il Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo, insediatosi in data 10 dicembre 2015.

- **AGGIORNAMENTO PUBBLICAZIONE "AREE PROTETTE ITALIANE IN CIFRE" E SITO WEB WWW.AREEPROTETTE-ECONOMIA.MINAMBIENTE.IT**

Nel 2016 sono stati aggiornati con i nuovi dati i relativi grafici la pubblicazione "Aree protette italiane in cifre" e il sito web www.areeprotette-economia.minambiente.it, lavoro svolto nel 2014 per Unioncamere.

- **BANCA DELLE QUALITÀ**

- **Banca delle qualità Campane**

Symbola ha terminato il progetto (iniziato nel 2015) di accompagnamento delle imprese del territorio di competenza della Cassa Rurale ed Artigiana Bcc di Battipaglia e Montecorvino Rovella (SA). Il progetto commissionato dalla Federazione Campana delle Banche di Credito Cooperativo e finanziato dal Fondo Sviluppo SpA rappresenta un primo progetto pilota da estendere in futuro a tutto il territorio regionale.

Il presente progetto di ricerca "Banca delle Qualità Campane" ha il pregio di aver delineato e sperimentato sul campo un framework (format di analisi e narrativo) che ha risposto efficacemente agli obiettivi iniziali (implementazione della conoscenza dei punti di forza e debolezza della Campania; accrescimento della conoscenza interna ed esterna delle qualità imprenditoriali e associative del territorio; rafforzamento della capacità competitiva delle imprese; contributo all'innalzamento della qualità di beni e servizi; sviluppo dello stesso framework) agendo sui diversi livelli della catena del valore individuati nei seguenti elementi: Conoscenza del territorio e delle imprese con il coinvolgimento ampio e terzo dei soggetti del territorio, e successivo perseguimento di due filoni di sviluppo, ovvero: aumento delle Competenze dei soggetti coinvolti e Comunicazione del territorio e delle imprese.

In corso d'opera ha subito, in accordo con la committenza e con il conseguente aumento d'impegno di Symbola in termini di risorse umane ed economiche, variazioni necessarie al miglior raggiungimento degli obiettivi. Tra queste lo svolgimento del press tour rivolto a giornalisti, blogger e opinion leader nazionali, la campagna fotografica, la realizzazione di due conferenze stampa di presentazione delle attività invece che di una.

Di seguito maggiori dettagli delle attività realizzate, organizzate per livelli del frame work proposto:

- 1. Conoscenza**

Nella fase di conoscenza si collocano le attività di analisi e studio dell'area pilota come segue:

- **Analisi reputazionale.**
Una analisi delle conversazioni sul web che ha individuato le classifiche relative ai principali temi di discussione evidenziando i punti di forza del territorio, sia nella percezione degli abitanti dell'area, sia in quella esterna.
- **Realizzazione ricerca Banca delle Qualità Campane – Le eccellenze tra i monti Picentini e il Cilento.**
Una attività di analisi del territorio, selezione delle imprese/organizzazioni eccellenti e di racconto delle qualità territoriali con taglio giornalistico e corredo fotografico in un lavoro che rappresenta una foto d'insieme delle eccellenze territoriali. Analisi focalizzata su tre ambiti di interesse: mondo imprenditoriale, industria culturale - considerando sia le attività non industriali sia quelle industriali- e società civile - in particolare attiva nella valorizzazione e promozione del patrimonio materiale e immateriale del territorio.

2. Comunicazione

A livello della comunicazione si collocano le attività di promozione e racconto del territorio ai diversi target di riferimento. Segue un dettaglio:

- **Press tour.**
Rappresenta una delle principali attività di promozione delle eccellenze del territorio. Un Press Tour riservato a giornalisti, bloggers e influencers nazionali che partecipano su invito. Lo scopo è quello di far conoscere le peculiarità dell'area e il sistema di eccellenze censite dal progetto alla stampa nazionale. La durata del tour è di tre giorni.
- **Comunicazione digitale e ufficio stampa**
Una attività di comunicazione del progetto e della ricerca continua per tutto il periodo di riferimento attraverso una comunicazione sui social e i canali digitali della Fondazione, oltre che un ufficio stampa attivo per monitoraggio uscite stampa e promozione ai giornalisti.
- **Presentazione della ricerca**
Eventi di presentazione del progetto e della ricerca con il coinvolgimento dei principali stakeholder del territorio.

3. Competenze

Per aumentare le capacità organizzative e comunicative delle eccellenze del territorio è stato disegnato "su misura" del gruppo dei partecipanti imprenditori un percorso formativo organizzato in 3 moduli formativi con un "workshop esperienziale" conclusivo e fuori sede. Di seguito il dettaglio delle competenze su cui si è intervenuto:

- **Brand management.**
Una didattica frontale e di consulenza *one to one* con gli obiettivi di: aumentare la consapevolezza dell'identità e valore del brand aziendale, capire l'importanza del Valore Percepito del brand e migliorarlo, differenza tra notorietà e reputazione, comprensione del corretto utilizzo di logo e immagine coordinata declinati sui diversi strumenti di comunicazione messi in campo dall'azienda.
- **Marketing and Management.**
Una didattica frontale e sul modello del coaching/counseling con gli obiettivi di: comprendere il valore dell'organizzazione aziendale, le politiche di marketing (opportunità e minacce, prezzo e posizionamento), differenza tra marketing tradizione e marketing 3.0, fare autovalutazione del proprio modello di marketing, avere uno sguardo ai mercati internazionali.
- **Web Marketing e comunicazione on line .**
Una didattica frontale con gli obiettivi di: gestire la reputazione online, conoscere le keyword social media, come fare eMarketing e eCommerce, conoscere i motori di ricerca, sfruttare la web analysis e le potenzialità dei social network.
- **Workshop esperienziale – Firenze 25-26 novembre 2016**

Un momento “informale” di formazione e scambio di conoscenze e opinioni di altri tipi di business di imprenditori con attività di successo nel settore del marketing territoriale toscano. Occasione di scambi di conoscenza e creazione di rete informale tra i partecipanti.

2.3. CAMPAGNE E PROGETTI

- **Solo Olive Italiane per Expo**

Nei primi mesi del 2016 è terminata la campagna Solo Olive Italiane per Expo, promossa da Symbola e dal Consorzio Olivicolo Italiano Unaprol, con patrocinio di Expo Milano 2015 e il supporto di Verallia Saint-Gobain, terzo produttore di bottiglie e vasi in vetro per uso alimentare, Guala Closures Group, multinazionale italiana produttrice di tappi per alimenti, Frantoi Redoro e Comieco, Consorzio Nazionale Recupero e Riciclo degli Imballaggi. Il progetto Flow, il vincitore della campagna, è stata premiata da Veronafiore con la prestigiosa Etichetta d’Oro 2016 nell’ambito dell’International Packaging Competition. Inoltre in occasione dell’evento “Flow: una bottiglia per oli tracciati 100% Made in Italy”, tenutosi il 12 aprile 2016 nell’ambito di Vinitaly 2016 è stata presentata ai buyer stranieri.

- **“APPENNINO PARCO D’EUROPA”**

Nell’ambito del rilancio del progetto APE – Appennino Parco d’Europa, Il Parco Nazionale delle Foreste Casentinesi, Monte Falterona e Campigna e il Parco Nazionale dell’Appennino Tosco Emiliano hanno affidato a Symbola la realizzazione rispettivamente di un Atlante dell’Appennino e di una indagine sul sentiment dell’Appennino sul web, di un video in motiongraphic e di una campagna di promozione social del progetto APE finalizzata a far conoscere questo grande spazio ambientale. Nello specifico l’Atlante dell’Appennino rappresenta in sintesi i principali dati ambientali, sociali ed economici relativi all’Appennino, anche in comparazione – ove possibile – con le altre principali catene montuose del mediterraneo. E’ un documento di approfondimento dal forte taglio comunicativo e divulgativo, scritto in stile giornalistico e corredato da un ampio corredo grafico e infografico di forte impatto e di facile riconoscibilità. L’indagine del sentiment e la campagna di comunicazione hanno come obiettivo promuovere la visione di un Appennino resiliente, capace di immaginare una sua nuova contemporaneità nel segno della sostenibilità. Le attività, complementari tra di loro, termineranno nel corso del 2017.

- **PROGETTO MY STORY – Made in Italy Story**

Il progetto, finanziato dal Miur e realizzato dall’I.I.S. Edoardo Amaldi, Melting Pro Laboratori per Cultura, Fondazione Symbola e Museo Civico dell’Olio della Sabina, era finalizzato al racconto del Made in Italy nelle scuole attraverso il digital storytelling.

Il progetto ha visto gli studenti dell’Amaldi e del d’Arco di Mantova coinvolti in un’esperienza di crescita alla ricerca della complessa identità italiana. I ragazzi hanno immaginato oggetti del Made in Italy, visitato aziende di qualità, realizzato 25 video attraverso la tecnica dello story-telling digitale sul territorio, la famiglia e l’identità. Gli studenti sono stati affiancati dagli esperti di Meltingpro, Symbola, Unaprol e il Museo dell’Olio di Castenuovo di Farfa.

Sono stati realizzati i laboratori sul Made in Italy a scuola, ma anche tante attività all’esterno. Gli studenti hanno avuto l’opportunità di visitare aziende agricole e di intervistare professionisti, ma anche di visitare monumenti e musei, come quello dell’olio di Castelnuovo di Farfa. Esperienze che hanno inciso sulla forte carica evocativa dei video realizzati, che hanno esplorato le tematiche del Made in Italy usando un linguaggio personale e introspettivo. Gli studenti non direttamente coinvolti nella realizzazione dei video hanno invece partecipato alla predisposizione della grafica dell’evento ed alla cura curato la mostra espositiva.

Il progetto ha mirato a creare competenze trasversali quali lo spirito di gruppo e la cooperazione, risorse strategiche per la scuola di oggi.

L’evento conclusivo con la premiazione dei lavori finali si è svolto a Roma presso l’I.I.S. Edoardo Amaldi il 20 dicembre 2016.

- **PROGETTO MUSA - “ MUseum Sector Alliance”**

Presentato nell'ambito del programma l'Erasmus + Sector Alliances, il progetto prevede la partecipazione di 12 organizzazioni provenienti da 4 diversi paesi europei (Grecia, Italia, Belgio e Portogallo) coordinati dall'Hellenic Open Univeristy (Grecia).

Il progetto intende portare avanti un'indagine sui profili professionali digitali per i musei e offrire una formazione aggiornata e innovativa agli operatori del settore. All'interno di questo progetto, Symbola, in qualità di partner, svolge un importante ruolo nell'iniziale fase di ricerca, volta ad indagare:

- Dove stanno andando i musei

- Il driver digitale nel rinnovamento dei musei (nelle varie dimensioni: dalla comunicazione alla gestione dell'istituzione museale, fino all'utilizzo della tecnologia nelle modalità espositive)

- Validazione di 3 profili professionali digitali per i musei, necessari per traghettare i musei nell'era digitale, a partire da 5-6 profili già emersi da precedenti indagini/progetti europei.

Il progetto ha la durata di 3 anni, a partire dal primo novembre 2016 fino al 30 agosto 2019.

2.4. COMUNICAZIONE

Nel 2016 Symbola ha svolto un'intensa attività di comunicazione. Gli strumenti principalmente utilizzati:

- **Ufficio stampa**

Attività di ufficio stampa dedicata alla comunicazione delle attività di Symbola, dei principali risultati delle ricerche, del Forum, delle iniziative e dei progetti realizzati. La presenza di Symbola sulle testate giornalistiche nazionali e locali viene monitorata e amplificata sui canali social e nella newsletter.

- **Sito Internet**

Il sito rappresenta una vetrina di tutte le attività realizzate dalla fondazione, contiene uno spazio dedicato al racconto dei protagonisti del Forum e un'agenda che raccoglie le principali attività svolte dalla nostra rete associativa.

- **Newsletter**

La newsletter, destinata ai quasi 5 mila iscritti, diffonde le principali notizie relative Symbola e alla sua rete associativa, insieme alle principali riflessioni e novità sui temi cari alla fondazione.

- **Social media**

L'attività di comunicazione sui principali social media di Symbola (Facebook, Twitter e LinkedIn) si è fatta più strutturata (con notizie dedicate alla presenza della fondazione nei diversi incontri sul territorio, ai numerosi patrocini e collaborazioni, ai temi caldi del made in Italy, della cultura e della green economy affiancate da campagne dedicate ai singoli rapporti, iniziative e rubriche tematiche di Symbola) e più attenta alle attività dei soci.

Inoltre nel 2016 si è lavorato all'implementazione di un CRM, necessario sia per l'attività di ricerca che per assicurare un migliore funzionamento dell'attività dell'ufficio di comunicazione ed eventi, che ad oggi può contare su oltre 25.000 contatti raccolti in 12 anni di attività. Il progetto sarà terminato nel 2017.

CRITERI DI VALUTAZIONE E CONTENUTI SINTETICI DELLE VOCI

I criteri utilizzati nella formazione del Bilancio chiuso al 31 dicembre 2016 non si discostano significativamente da quelli utilizzati per la formazione del Bilancio del precedente esercizio, in particolare nelle valutazioni e nella continuità dei medesimi principi.

I “costi e spese” e le “entrate” sono stati iscritti secondo il criterio della competenza. La valutazione delle voci di Bilancio è stata svolta ispirandosi a criteri generali di prudenza e competenza, nella prospettiva della continuazione dell'attività della Fondazione.

Segnatamente, i criteri di valutazione adottati nella formazione delle voci di Bilancio ed i relativi contenuti sintetici sono stati i seguenti.

3.1 Immobilizzazioni immateriali

Costituiscono immobilizzazioni immateriali le spese sostenute per il rinnovo e la registrazione dei marchi e per le spese per il nuovo CRM Customer Relationship Management .

Le Immobilizzazioni immateriali sono iscritte al costo storico di acquisizione ed ammortizzate in relazione alla loro residua possibilità di utilizzo.

In Bilancio sono esposte al netto dell'ammortamento effettuato nel corso dell'esercizio in corso e dei precedenti.

3.2 Immobilizzazioni materiali

In questa categoria sono compresi gli investimenti in mobili e macchine d'ufficio, in attrezzature e impianti vari.

Sono iscritte al costo di acquisto, comprensivo degli oneri accessori ed ammortizzate in funzione della loro residua possibilità di utilizzazione.

In Bilancio sono esposte al netto dell'ammortamento effettuato nel corso dell'esercizio e dei precedenti.

Le aliquote di ammortamento ritenute ragionevolmente rappresentative della residua possibilità di utilizzo dei cespiti sono le seguenti:

Mobili e Arredamento	12%
Macchine d'ufficio Elettroniche	20%
Attrezzature	25%
Impianti	15%

3.3 Disponibilità liquide e crediti

Le disponibilità liquide e l'esistenza di numerario e di valori alla data di chiusura dell'esercizio sono esposti al loro valore nominale.

I crediti sono esposti al presumibile valore di realizzo, sono state iscritte perdite su crediti.

La voce "Crediti verso Clienti" di Euro 180.969 accoglie crediti per fatture emesse ancora da incassare (Euro 143.988), fatture da emettere per le sponsorizzazioni e per la realizzazione di eventi e progetti del 2016 (Euro 36.981). La voce "Crediti diversi" di Euro 181.317, accoglie crediti verso componenti sostenitori e ordinari per quote associative di competenza di esercizi precedenti (Euro 15.500) e del 2016 (Euro 156.053 di cui Euro 119.453 per crediti per i contributi contrattuali), crediti v/inps e altri crediti per acconti ed anticipi di minore entità. Poi crediti tributari per IRES ed IRAP (Euro 4.896).

3.4 Risconti attivi

Sono stati determinati secondo il criterio dell'effettiva competenza temporale dell'esercizio e attengono a oneri per abbonamenti a giornali e riviste, servizi di assistenza e manutenzione varie e costi del lavoro che sono stati sospesi perché correlati a ricavi che avranno la loro manifestazione nell'anno successivo e quindi non di competenza.

3.5 Debiti

I Debiti sono rilevati al loro valore nominale che rappresenta il presumibile valore di estinzione.

Le poste più significative accolgono i debiti verso i fornitori (Euro 37.318) anche per fatture e ricevute da ricevere (Euro 26.182 + 1.360); debiti diversi cioè prevalentemente verso dipendenti per salari e stipendi (Euro 22.261) e verso sindaci (Euro 4.676), debiti tributari (Euro 29.979) per iva, ritenute lavoro dipendente e autonomo, nonché debiti per contributi previdenziali ed assistenziali (Euro 20.290).

3.6 Fondo trattamento di fine rapporto

Il Fondo rappresenta il debito maturato verso i dipendenti in conformità di legge e dei contratti di lavoro vigenti.

3.7 Fondi per rischi e oneri

Quest'anno non è stato effettuato un nuovo accantonamento al Fondo rischi e oneri futuri, a fronte di un possibile rischio generico di inesigibilità dei crediti, poiché si è ritenuto sufficientemente capiente il fondo rischi risultante al 31 dicembre 2016 dopo il suo utilizzo per le mancate riscossioni dei crediti inesigibili degli esercizi precedenti al 2016.

3.8 Riconoscimento ricavi

I ricavi sono iscritti in base alla competenza temporale.

La voce è costituita dalle quote dei componenti sostenitori e di quelli ordinari per rinnovi e nuove adesioni.

In particolare, le entrate per componenti sostenitori e ordinari sono come di seguito riepilogabili:

- rinnovo componenti Sostenitori Euro 127.500;
- nuovi componenti Sostenitori Euro 0;
- rinnovo componenti Ordinari Euro 211.850;
- nuovi componenti Ordinari Euro 8.000.

Come già segnalato, la voce accoglie altresì i ricavi per contributi e sponsorizzazioni di competenza dell'esercizio.

3.9 Riconoscimento costi e spese

Come già segnalato in premessa, i costi e le spese sono stati iscritti in base alla competenza temporale.

Di essi si è già detto nella prima parte della presente Relazione.

Concludo invitandovi ad approvare il Bilancio così come proposto con un utile di Euro **36.450** che, unito ai risultati di gestione del Comitato e della Fondazione degli esercizi precedenti porta il patrimonio netto a Euro 275.589.

L'Amministratore
Roberto Di Vincenzo

