BILANCIO SOCIALE 2023

OXA S.R.L. IMPRESA SOCIALE

BASE MILANO



INDICE

* 1. INTRODUZIONE E NOTA METODOLOGICA   
     1.1 Introduzione  
     1.2 Riferimenti normativi e obiettivi del Bilancio Sociale   
     1.3 Uso della lingua: per una persona in più  
     1.4 Modalità e strumenti di raccolta dati
  2. VALORI E OBIETTIVI D’IMPATTO   
     2.1 Chi siamo   
     2.2 *Impact statement* e obiettivi d’impatto   
     2.3 Il Piano Strategico 2023 – 2025   
     2.4 Un’I.D.E.A. di centro culturale. Manifesto per un’istituzione culturale plurale
  3. PRODUZIONE CULTURALE   
     3.1 Il programma pubblico   
     3.2 Le produzioni
  4. COMUNITA’   
     4.1 Città   
     4.2 Plurals   
     4.3 Artist e designer   
     4.4 Viaggiator   
     4.5 Professionist della cultura e dei media   
     4.6 Community online   
     4.7 Aziende partner   
     4.8 Reti nazionali e internazionali
  5. GOVERNANCE E MODELLO DI SOSTENIBILITA’   
     5.1 Assetto societario e governance   
     5.2 Modello organizzativo   
     5.3 Modello di business   
     5.4 Progetti partecipati   
     5.5 Andamento economico
  6. VERSO IL 2024
  7. ATTESTAZIONE DI CONFORMITÀ DEL BILANCIO
  8. INTRODUZIONE E NOTA METODOLOGICA

1.1 GUIDA ALLA LETTURA

L'anno trascorso ha dimostrato che, uscendo dalla pandemia, molte cose sono cambiate.

Il panorama è cambiato e BASE, come la maggior parte dei luoghi di cultura in tutto il mondo, è cambiata, ha visto una marcata trasformazione nella fruizione del prodotto culturale, nella relazione con gli eventi in presenza e testimonia la ricerca da parte dei pubblici di proposte sempre più pensate e profilate su specifiche comunità e interessi.

Questo ci ha portato a lavorare sempre di più per incontrare, capire e coprogettare con diverse comunità e pubblici.

Sotto l’egida di un importante programma dal titolo IDEA, acronimo che racchiude le parole inclusione, diversità equità e accessibilità in uno sguardo intersezionale sul concetto di ACCESSO CULTURALE.

Questo obiettivo ambizioso e la nuova realtà che ci circonda ci ha portato a lavorare duramente prima di tutto su noi stessi partendo dallo studio e dalla formazione delle nostre competenze.

Abbiamo dedicato i nostri Stati Generali del 2023 (il nostro momento annuale di condivisione di sogni e strategie), nelle montagne bergamasche nella Casa del Parco dell’Adamello di Cevo (BS), gestita dai nostri soci fondatori Avanzi, a ripensare il nostro posizionamento rispetto al concetto così complesso di inclusione. Come produrre cultura accessibile, essere un centro aperto e plurale e allo stesso tempo continuare a approfondire, scegliere, programmare ciò che riteniamo coerente con la nostra missione, sviluppare lo spirito critico della cittadinanza.

Lo abbiamo fatto attraverso la condivisione del nostro vissuto nella pratica lavorativa, le nostre emozioni, la sensibilità, i timori e i desideri che rappresentano elementi fondamentali per la comprensione dell’agire organizzativo.

Per guardare avanti, abbiamo dovuto guardarci indietro e ricordare ciò che le arti e la creatività sanno fare, spostare i confini, ribaltare le prospettive, uscire dagli schemi e dai canoni noti, scrivere nuove storie.  
In questo bilancio riuniamo tutte le nostre attività per celebrare le nostre e le altrui storie.

Il 2023 è stato anche un anno di nuovi e drammatici conflitti internazionali. Il nostro ruolo come soggetti culturali è quello di ripudiare la guerra in tutte le sue forme e trasmettere messaggi di empatia, tolleranza e speranza.

Percorriamo come centro culturale un percorso in salita per pensare un'istituzione artistica plurale attraverso un processo di decanonizzazione e la messa in discussione dei meccanismi di potere e dei sistemi rigidi di produzione e diffusione della conoscenza.   
Conosciamo il peso di ciascuna di queste parole che cerchiamo di preservare dallo svuotamento e dalla riduzione a slogan; ci impegniamo invece ogni giorno per riempirla di contenuto attraverso il nostro programma culturale e la scelta delle persone e delle realtà con cui co progettiamo, consapevoli di agire in modo profondamente politico.

Come istituzione culturale sentiamo e ci assumiamo la responsabilità di essere spazio di confronto, piattaforma di ascolto e dialogo e diamo piena solidarietà alle comunità razzializzate marginalizzate e abusate come quella palestinese.

1.2 RIFERIMENTI NORMATIVI E OBIETTIVI DEL BILANCIO SOCIALE

Il presente Bilancio Sociale è predisposto ai sensi dell’articolo 9 del D.Lgs. 112/2017, con l'adozione delle linee guida previste dal Decreto 4 luglio 2019 del Ministero del Lavoro e delle politiche sociali, pubblicato in Gazzetta Ufficiale n.186 del 09/08/2019. Il Bilancio Sociale è alla sua ottava edizione: è un documento formalmente predisposto e adottato da Oxa Srl, ma che ha una valenza più ampia e si riferisce, per quanto riguarda le attività, a tutto il perimetro della concessione di ATI.

Attraverso il presente Bilancio Sociale si intende rendicontare e offrire un racconto organico delle attività svolte da BASE nel corso del 2023, con particolare attenzione all’impatto generato in relazione agli obiettivi strategici.

Il documento si rivolge a tutti gli stakeholder di riferimento, in un’ottica di condivisione e trasparenza, restituendo una panoramica chiara delle risorse impiegate durante l’anno e del valore generato per le diverse comunità di riferimento.

1.3 USO DELLA LINGUA: PER UNA PERSONA IN PIÙ

La barriera linguistica può tradursi in un ostacolo nella vita di tutti i giorni. Che si tratti di una lingua non conosciuta, della rappresentazione dell’identità di genere, di variabilità biologica dei corpi, di divario generazionale, di disabilità. Qui a BASE, è importante essere la piattaforma che l’ostacolo aiuta a superarlo, o almeno a ridurlo per chi viene dopo. Quello strumento che abbatte le barriere invece di crearne di nuove, quel luogo che avvicina invece di allontanare.   
Essere così non è semplice: le azioni da intraprendere sono tante e diverse, i nodi da sciogliere intrecciano non solo una questione linguistica, ma soprattutto una dimensione culturale e politica che coinvolge tutte le dimensioni dell’azione di BASE sui suoi contesti di riferimento.   
Sappiamo che sbaglieremo; sappiamo che è giusto cercare e non sappiamo cosa troveremo. Ma ci proviamo. Lo facciamo perché se anche solo una persona in più può sentirsi accolta da BASE grazie ad una parola detta diversamente, faremo in modo che quella parola sia quella giusta.

Cerchiamo di esprimerci nella maniera più aperta e chiara possibile, senza paura di fare giri di parole o di troncarle, se necessario.

Per anni abbiamo usato un simbolo – lo schwa - che ci aiutasse ad indicare tutte le identità di genere (uomo, donna, persona non binaria, altro) e tutta la variabilità biologica dei corpi (femmina, maschio, intersex) o comunque rappresentare quella fascia di persone che non si identifica come maschio o femmina, come uomo o donna.

Un percorso di formazione sul contrasto alla discriminazione di genere così come uno sul privilegio e sulla mitigazione di forme di abilismo, ci hanno però fatto capire che stavamo ancora lasciando fuori qualcosa, qualcuno.

E così, senza paura di cambiare, scegliamo di rivedere il modo di presentarci, dialogare e rivolgerci alle persone a seconda dei diversi contesti. Diamo il via all’era delle circonlocuzioni, di “tutte le persone” al posto di “tutti”, delle parole tronche che non escludono nessuna identità di genere e nemmeno nessun corpo, giovane o anziano, abile o disabile che sia. Via alle sperimentazioni di lingue e linguaggi che seguono le nostre scelte e posizioni culturali. Via alle registrazioni, al racconto verbale, alla ricerca di icone, alle traduzioni.

Sbaglieremo, inciamperemo. Ma lo faremo sempre per quella persona in più.   
   
NB: Questo è un documento ufficiale e in quanto tale ci atterremo alle regole linguistiche attualmente in uso nel Paese. Per questo, nelle pagine a seguire rinunceremo all’utilizzo di parole tronche e ci limiteremo all’utilizzo di circonlocuzioni e di femminili e maschili in luogo del c.d. “maschile sovraesteso”.

1.4 MODALITÀ E STRUMENTI DI RACCOLTA DATI

Il presente Bilancio Sociale è stato redatto a partire da una raccolta di dati e informazioni corale, coinvolgendo nella stesura tutti i membri dello staff, le principali persone e partner che collaborano con noi.

La raccolta dei diversi dati quantitativi e qualitativi impiegati è avvenuta attraverso una varietà di strumenti che aiuta a comprendere l’impatto di un progetto e di un luogo complesso e articolato come BASE Milano. Tra gli strumenti:

* Verifiche amministrative e Bilancio Economico;
* Strumenti di project management e report di monitoraggio e valutazione dei singoli progetti (programma day-by-day dei Festival, schede evento, schede tecniche performance..)
* Report attività HR e amministrazione staff;
* Report CDA;
* Questionari di monitoraggio / valutazione / gradimento erogati ai principali stakeholder (artiste artisti e designer, partner, residenti degli spazi di lavoro, fornitori, partecipanti a workshop...);
* Focus group con lo staff di BASE
* Interviste ad artiste artisti e designer;
* Insight social media, newsletter e sito web proprietari;
* Recensioni Booking casaBASE;

La raccolta dati, inoltre, è stata in larga parte razionalizzata attraverso l’utilizzo del sistema gestionale proprietario Komintern, realizzato a seguito di 6 anni di vita di BASE e approfittando dell’interruzione dell’attività ordinaria del centro a causa della pandemia da Covid-19. Il sistema permette di tenere monitorate tutte le attività del centro culturale, grazie alla sua programmazione su moduli.

Viene utilizzato per la gestione di

* spazi
* budget
* tempo lavoro – banca ore
* verbali
* clienti / fornitori
* pernottamenti ostello
* domotica dello spazio

Questo software gestionale, che avrà future implementazioni, è stato sviluppato a partire dalle esigenze operative che sono emerse nei primi anni di gestione di BASE, legate sia alle funzioni permanenti che all’edificio, così come le funzioni temporanee.

L’obiettivo è quello di finalizzare il programma anche dal punto di vista grafico e poi di proporlo a soggetti e realtà con esigenze simili a quelle di BASE, tra cui la gestione di spazi polifunzionali complessi.

Si segnala che nel processo di implementazione della rendicontazione sociale stiamo mettendo a punto un sistema di indicatori e strumenti per monitorare l’accessibilità e la pluralità delle nostre produzioni e co-produzioni, nel quadro più ampio della valutazione d’impatto di BASE relativo ai propri obiettivi triennali.  
Ci stiamo anche dotando di processi e dispositivi per ampliare i canali di comunicazione con i nostri stakeholder, coinvolgendoli sempre di più nella lavorazione del Bilancio Sociale e mappando sempre meglio anche il valore intangibile prodotto.

* 1. VALORI E OBIETTIVI D’IMPATTO

2.1 CHI SIAMO

Oxa Srl è un’Impresa Sociale, che gestisce, con il marchio BASE, 12.000 metri quadrati del complesso ex-Ansaldo a Milano.

BASE è una ex-fabbrica restituita alla comunità che oggi produce cultura e contaminazione tra le arti, la progettazione sociale, la ricerca, l’impresa e l’intrattenimento.   
Sorge all’interno del complesso ex-Ansaldo ed è uno dei più importanti progetti di riqualificazione urbana in Europa, che ridà vita ad un monumento di archeologia industriale unico per dimensioni e funzioni.   
12.000 mq su 4 piani, con decine di spazi e funzioni diverse. Ospita oltre 200 realtà creative in residenza, una media di 300 eventi e un pubblico di circa 400.000 utenti all’anno.

Negli anni Novanta quest’area venne acquistata dal Comune di Milano con lo scopo di promuovere e diffondere iniziative culturali. La destinazione dell’intera area è stata oggetto di un lungo dibattito fino al 2014: a seguito di un bando pubblico, nel marzo 2015 è stata stipulata una concessione con il Comune di Milano della durata di 12 anni (poi diventati 18 per l’ampliamento dell’investimento in una fase successiva) per la gestione dello stabilimento ex Ansaldo attraverso il progetto BASE Milano.

Dal 2016 BASE ha consolidato la propria vocazione di centro per la produzione e co-produzione di iniziative culturali ad alto valore sociale. Il progetto si traduce oggi in un hub creativo che ospita funzioni temporanee e permanenti: uno spazio di lavoro condiviso, una residenza d’artista, spazi dedicati alle industrie musicali, un auditorium, una grande sala studio aperta al pubblico, un bar-ristorante, spazi per esposizioni, spettacoli, workshop e conferenze.

Dal punto di vista della programmazione, BASE opera in collaborazione con importanti attori culturali per offrire alla città una programmazione su 365 giorni orientata alla sperimentazione dei linguaggi creativi contemporanei e al coinvolgimento di nuovi pubblici. A guidare queste esperienze, messe in campo soprattutto attraverso co-produzioni grazie a partnership costruite nel tempo, la volontà di esplorare alcune dimensioni del Ventunesimo Secolo: la sfera dell’abitare e le trasformazioni urbane, il rapporto uomo-macchina, i nuovi processi di apprendimento, le trasformazioni del mondo del lavoro, sono stati alcuni dei principali temi affrontati negli anni.  

2.2 IMPACT STATEMENT E OBIETTIVI D’IMPATTO

BASE nasce dalla convinzione che la cultura abbia un ruolo fondamentale per lo sviluppo sostenibile delle comunità: questo assunto guida ancora la nostra visione e la programmazione del centro, che cerca di porsi sempre come luogo fisico (e astratto) di espressione di tutte le identità, di bilanciamento di posizioni conflittuali e come motore di coesione sociale.

Il biennio 2020-2021 ha mostrato con forza le fragilità degli equilibri economico-sociali sui quali le città europee e occidentali si fondano e ha reso ancora più urgente la formulazione di nuove domande, paradigmi e alleanze per costruire società in grado di generare benessere per tutte le persone. In questo processo è centrale il ruolo della cultura, il cui potere creativo è fondamentale nell’attribuzione del senso che contraddistingue l’agire sociale.

Oggi BASE si configura come una non-istituzione culturale: abita, anima e cura uno spazio pubblico, intrattenendo solide relazioni con il Comune di Milano e le Pubbliche Amministrazioni e lavorando a stretto contatto con policy makers, imprese, Istituti di Cultura e istituzioni culturali nazionali e internazionali. BASE nasce però da un investimento privato di imprenditoria culturale, guidato dalla volontà di sperimentare nuove forme di dialogo tra creatività, impresa, innovazione sociale e ricerca artistica.

Questa doppia anima – imprenditoriale a vocazione pubblica – le permette di guardare ai processi creativi come motori con cui generare valore (e qualche volta innovazione) sociale, culturale, ma portando sulla scena pubblica una seria riflessione sui modelli di sostenibilità di progetti e spazi come BASE, generando circoli virtuosi tra diversi soggetti che insistono sugli stessi territori.

IMPACT STATEMENT   
BASE è un centro per la produzione culturale contemporanea, un ecosistema relazionale ibrido e aperto che trasforma ed è trasformato da tutte le comunità creative che lo abitano.

BASE intende rafforzarsi come piattaforma di immaginazione collettiva, un luogo polifunzionale, fisico e di pensiero, in grado di generare l’inatteso.

BASE si impegna a garantire l’accesso e la partecipazione a tutte le persone perché riconosce il protagonismo culturale come strumento di cambiamento sociale.

Gli OBIETTIVI DI IMPATTO   
Area d’impatto: ATTIVITA’ CULTURALE - Palinsesto, cultura governata, pratiche di sensibilizzazione e formazione   
Obiettivo d’impatto: Rendere Milano una città in cui, grazie a ricerca artistica, ospitalità di contenuti e approfondimento culturale, cittadini e cittadine acquisiscono nuovi strumenti critici e politici per leggere e comprendere il contemporaneo

Area d’impatto: RETI CORTE E RELAZIONE CON LA CITTA’ - Partnership, reti locali, sviluppo di progettualità a impatto territoriale   
Obiettivo d’impatto: Consolidare un sistema cittadino che connetta reti corte multistakeholder con reti lunghe di settore per generare un effetto moltiplicatore dell'impatto sociale generato dalla cultura sui territori

Area d’impatto: ECOSISTEMA BASE: IMPRENDITORIALITA’ A IMPATTO - BASE come piattaforma generativa per lo sviluppo di sinergie progettuali intersettoriali   
Obiettivo d’impatto: Aggregare, far emergere e accompagnare una "comunità" di professionist e Industrie Culturali e Creative che sviluppi iniziative a elevato impatto sociale, culturale, ambientale.

2.3 IL PIANO STRATEGICO 2023-2025

*“Quando qualcuno ci chiede di spiegare cosa è BASE troviamo sempre che una sola definizione sia riduttiva, che la sua complessità sia la sua bellezza.*   
*Tendiamo a definirla per antinomia, chiarendo prima quello che non è.*   
*Non è un museo, non è un teatro, non è solo uno spazio aggregativo, non è un coworking tradizionale, non è un locale da ballo. È tutte queste cose insieme e anche molto altro.*   
*Same same but different, direbbero nel sud est asiatico prendendosi gioco della nostra venerazione del brand.*   
*BASE, non ha bisogno di definizioni. Ognuno gli dia la propria.*   
*Spazio ibrido, meticcio, community hub, presidio locale del secondo millennio, per cui si sa che per fare cultura, per fare territorio, bisogna innanzitutto tornare a fare mondo, assieme.*

*Questa indefinibilità nella sua sostanza ha fatto sì che negli ultimi anni, sempre di più, si manifestasse in noi la certezza che questo luogo, e non altri, sarebbe stato il luogo perfetto da cui partire per ripensare il concetto stesso di istituzione culturale. E ripensarlo a partire dai corpi invisibilizzati, quelli che solitamente non vediamo nei luoghi di cultura della nostra città; a partire dalle voci che non ascoltiamo, se non quando occupano le classifiche di Spotify; a partire dai nostri bias, dai pregiudizi, dalla discriminazione conscia e inconscia nelle nostre parole.*   
  
*“Same Same, but Different” inaugura tre anni di lavoro sfidanti, tesi a costruire un’istituzione artistica plurale, attraverso un processo di decanonizzazione, intesa come smantellamento delle strutture gerarchiche che producono i canoni e il riconoscimento delle divergenze da essi, la messa in discussione radicale dei meccanismi di potere e delle modalità normalizzate di produzione e diffusione della conoscenza (la razza, il genere, le condizioni economiche, etc.).*

*Come scrive Ilda Curti significa “allargare il perimetro della prossimità a chi abita la città ma è assente, laterale – perché non ne condivide il linguaggio o, semplicemente, non ha voce e parola per partecipare: le persone con background migratorio, le individualità in transizione, i giovanissimi. Coloro che oggi, nell’arena urlante delle città impaurite, diventano oggetto di scontro tra la cura e il rancore e vengono privati di soggettività e protagonismo.”*

*Si tratta di agire in modo profondamente politico, e noi, cosiddetti rigeneratori urbani non possiamo sottrarci. D’altronde BASE non è una monade, è nella città e la città è nel mondo e le sue mura sono di pelle. Non possiamo sfuggire a ciò che penetra nei pori. Se non chiederci come divenire spazio di confine, disponibile alla co-abitazione ed alla trasformazione. Come attivare un dialogo aperto e reale con le soggettività delle comunità̀ e della società̀ ancora marginalizzate?*   
*Per mettere in discussione la natura egoriferita delle istituzioni e renderle più rispondenti al linguaggio ed alla società contemporanea, in costante trasformazione, non possiamo che auspicare la decostruzione, decolonizzazione, hackeraggio e denaturalizzazione delle istituzioni artistiche.*

*Ci interessa la sollecitazione di Sarah Vahnee durante il forum internazionale The Fantastic Institution, “I desire a feminization, decolonizing and queering of the art institutions”, istituzioni che facciano politica invece di presentare programmi artistici sulla politica, che si prendano cura delle persone che vi lavorano e si impegnino con loro, le sostengano sulla base di un dialogo paritario e si prestino come strumenti. Strumenti e piattaforme che il pubblico, i partner e i fruitori influenzino la sua struttura, costringendo l’istituzione a essere in un costante e produttivo stato di re-invenzione. Una sorta di responsabilità condivisa con coloro a cui l’istituzione si rivolge.*   
*Un “progettare con” al posto di “organizzare per”.*

*Abbiamo costruito cattedrali come musei, teatri, festival e week, che nel corso degli anni si sono arrugginite e sclerotizzate. E’ urgente riconsiderare il ruolo dei centri di cultura, come strumenti per facilitare e valorizzare nuovamente la produzione di immaginazione e conoscenza, attraverso nuovi sistemi di alleanza con la società civile, attraverso nuove parole che non siano solo “diverso e uguale”, ma raccontino tutte le sfumature del campo semantico intersezionale.”*

Linda Di Pietro – Chief Culturalo Officer

Same Same But Different è il nome della visione strategica triennale di BASE, ovvero lo sguardo con cui orientiamo le nostre scelte come istituzione culturale e con cui costruiamo il nostro programma, le iniziative, le residenze artistiche e con cui curiamo le contaminazioni con il territorio e le comunità. Vogliamo diventare un’istituzione culturale aperta e plurale che abilita e promuove accesso, convivenza e collaborazione.

Intendiamo il concetto di accessibilità culturale in senso ampio, con una prospettiva che parte dai concetti di margine e privilegio, e che abbiamo deciso di affrontare a partire da prospettive plurali e decentrate. L’approccio che utilizziamo si fonda su 4 linee di valore, raccolte nella parola I.D.E.A.

I.D.E.A. è acronimo di:

Inclusione: creare un ambiente in cui tutti gli individui si sentano accolti, sicuri, rispettati, valorizzati e supportati per consentire la piena partecipazione e il contributo.

Diversità: Tenere in considerazione il fatto che ogni individuo è unico e riconoscerne le peculiarità, tra cui: origini etniche, genere (identità, espressione), orientamento sessuale, provenienza, status socio-economico, religione o convinzioni personali, stato civile, età e disabilità.

Equità: l’identificazione e la rimozione delle barriere, soprattutto economiche, per garantire la piena partecipazione di tutte le persone e di tutti i gruppi.

Accessibilità: si riferisce alla progettazione di prodotti, dispositivi, servizi o ambienti per le persone con disabilità. Un insieme di soluzioni che consentono al maggior numero di persone di partecipare alle attività nel modo più efficace possibile.

Il 2023 per BASE è stato l’anno della trasformazione interna, del cambio di approccio, dell’orientamento verso una nuova cultura aziendale e progettuale fondata sul concetto di accesso culturale. Per farlo, abbiamo dato corpo ad alcune azioni necessarie a costruire un ambiente favorevole al cambiamento e una rete che potesse accompagnarci e orientarci in questo viaggio, con l’obiettivo di riaffermare e ampliare il ruolo pubblico di BASE in quanto luogo di comunità, diventando cerniera tra le istituzioni e le energie che emergono dal basso, impegnandoci ad abbattere forme di:

* + Razzializzazione e colonialismo culturale – in particolare verso comunità afrodiscendenti
  + Abilismo – in particolare verso persone con disabilità motorie e sensoriali
  + Violenza di genere - in particolare verso la comunità queer

Le azioni sul 2023 sono state supportate dai contributi di: Direzione Generale Creatività Contemporanea del Ministero della Cultura, Fondazione Banca Popolare di Milano, Fondazione Cariplo, Creative Industries Fund NL, e hanno ottenuto il patrocinio del Municipio 6 e del Comune di Milano.

Nel dettaglio, il punto di partenza per innescare il cambiamento che abbiamo immaginato è stata la messa a terra di tre azioni strategiche per l’anno 2023, che hanno poi abbracciato e impattato su tutte le funzioni di BASE:

* 1. CAPACITY BUILDING   
     L’asse formativo, centrale nella costruzione di una nuova cultura progettuale organizzativa, si è sviluppato nel 2023 come prima azione strategica grazie ad una rosa di collaborazioni che ci hanno permesso di iniziare a costruire la nostra agency in un panorama sociale, culturale e politico sempre più plurale e, contemporaneamente polarizzato ed escludente.   
     Attraverso un percorso basato sia su approcci più tradizionali, che includono le modalità del learning by doing, lo scambio peer-to-peer e la co-progettazione di soluzioni pratiche per implementare pratiche inclusive, sia su approcci formativi più sperimentali, basati sulla pratica in collaborazione con designer e artisti, lo staff di BASE ha potuto implementare le proprie conoscenze e competenze per poter costruire progettualità in grado di rivolgersi e accogliere pubblici che pongono sfide progettuali complesse. Ciò significa creare, accanto alla propria offerta culturale, un ambiente sicuro e aperto a diverse identità, anche grazie alla messa in campo di energie e risorse in grado di abilitare e coinvolgere comunità sottorappresentate.   
     Nello specifico, la formazione, pensata come un percorso pluriennale, che possa poi consolidarsi in pratiche di apprendimento continuo e diversificato per tutto lo staff di BASE, si è sviluppato in questo modo:   
        
      Formazione frontale, intesa come trasmissione di conoscenze specifiche legate ai temi della “diversità e inclusione”, che preferiamo chiamare “pluralità e accessibilità”, erogata secondo una prospettiva antropologica, grazie al coinvolgimento di Espressy, think tank che si occupa di formazione, consulenza e comunicazione sui temi D&I, contestualizzata nel panorama contemporaneo dei media e il tema della rappresentanza che comporta grazie al supporto di Diversity Lab e calata nell’ambito applicativo della cultura e delle arti performative, con il supporto di Associazione Culturale Fedora, attiva per costruire esperienze artistiche accessibili e con la visione di Moleskine Foundation sui processi di collaborazione e co-progettazione attenti alle dinamiche di appropriazione culturale.   
        
      Formazione esperienziale e pratiche corporee per sensibilizzare verso un approccio ad accesibilità e pluralità che si avvertita come un fatto di utilità sociale di cui beneficiano tutte le persone per diverse ragioni. Ci hanno accompagnato: Milano Mediterranea, centro d’arte partecipata decoloniale e nomade sui temi della razzializzazione e del colonialismo culturale e il collettivo artistico Al.Di.Qua. Artists, la prima associazione italiana di e per le persone con disabilità nello spettacolo.   
        
      Accompagnamento nella rilevazione delle barriere fisiche dell’edificio (architettoniche, sensoriali) e nella progettazione di una comunicazione ambientale più accessibile. Tra i contributi, quelli dei designer Simon Dogger e Matteo Proietti, Giulio Ceppi, esperto di progettazione sensoriale, innovazione sostenibile e design for all Al.Di.Qua Artists e Associazione Culturale Fedora e con il supporto della rete Europe Beyond Access.   
     La formazione ha coperto circa 60 ore nel 2023, mentre abbiamo quantificato il lavoro sulle barriere di BASE (identificazione, analisi e studi di fattibilità, esclusa quindi l’implementazione delle misure individuate) come un’attività durata complessivamente altre 20 ore.
  2. DIALOGO PEER-TO-PEER   
     Avviato il percorso di interrogazione e di auto-critica rispetto alle nostre barriere, abbiamo sentito il bisogno di aprire il dialogo alle reti Lo Stato dei Luoghi e Rete Spazi Ibridi Milanesi, i cui staff, come noi, si stanno interrogando sul tema dell’accesso e della partecipazione, del coinvolgimento dei pubblici, dei meccanismi di potere alla base della produzione di sapere e cultura.   
     Per questo motivo, BASE ha creato un ciclo di 7 incontri online, coinvolgendo alcuni dei partner del percorso di capacity building:   
     MODULO 1 | Per una cultura accessibile, a cura di Associazione Culturale Fedora   
     MODULO 2, Per una cultura decoloniale, a cura di Moleskine Foundation e con Ronke Oluwadare e Mackda Ghebremariam Tesfaù   
     MODULO 3, Per una cultura intersezionale, a cura di Diversity Lab   
     La formazione, della durata complessiva di 20 ore ha raccolto le adesioni di 36 partecipanti provenienti da 20 realtà culturali differenti, spazi creativi, centri culturali, agenzie e imprese attive in ambito di rigenerazione territoriale.   
     Il questionario di valutazione erogato al termine del percorso ha mappato un grado di soddisfazione complessiva di 4/5 e 5/5 tra l’80% dei partecipanti. La stessa percentuale dichiara di avere ampliato “moltissimo” le proprie conoscenze sui temi I.D.E.A. e il 100% dei partecipanti ha risposto sì alla domanda “Nel complesso, il percorso ti ha fornito competenze, strumenti e/o strategie che puoi già utilizzare nel tuo lavoro?”   
     Tra le componenti più apprezzate dai partecipanti: “Punti di attenzione e sguardi differenti nella progettazione e nell'allestimento di spazi e di eventi, nella strutturazione di un palinsesto culturale e di ospiti, nella scrittura di open call”, “una lente attraverso cui leggere diversi fenomeni della contemporaneità, un piede di porco che apre le fessure del cervello per far entrare nuovi punti di vista”, “Uno sguardo diverso. Oltre ad aver messo in luce dinamiche sulle quali non avevo mai declinato il concetto di diversità e inclusione”.   
     Tutti i partecipanti, inoltre, al termine del percorso hanno dichiarato di voler approfondire i temi trattati sia a titolo personale (100%), sia coinvolgendo la propria organizzazione (85% sì, 15% sì, ma non dipende direttamente da me).
  3. IL TAVOLO MULTISTAKEHOLDER   
     Parallelamente alle attività di formazione, confronto e co-progettazione, abbiamo deciso di dare vita ad un ulteriore “corpo” che potesse guardarci da fuori, orientarci e in certa misura, valutarci. È nato così il “Tavolo Multistakeholder”, frutto di un invito, da parte di BASE ad un gruppo di persone e realtà che si occupano di accessibilità a vario titolo e che appartengono a comunità sottorappresentate all’interno del settore culturale.   
     Hanno aderito: Marina Cuollo, Chiara Bersani e Elia Covolan - Al.Di.Qua. Artists, Fabio Fornasari - Unione Ciechi di Bologna, Valeria La Corte - Associazione Fedora, Adama Sanneh - Moleskine Foundation, Gabe Silvan Nero - Fondazione Diversity, Francesco Ferreri - Espressy, Gaja Ikeagwana - Milano Mediterranea, Fabio di Girolamo e Licia Ciocca - Fondazione BPM, Ass. Francesca Gisotti - Municipio 6, Ass. Gaia Romani - Assessora ai Servizi Civici e Generali e alla Partecipazione - Comune di Milano. Zoe Romano ha coordinato le attività.   
     Il mandato di questo tavolo di lavoro era quello di redigere delle linee guida per immaginare istituzioni culturali sempre più plurali, accessibili e rispettose di tutte le identità. Il lavoro è durato cinque mesi per un totale di 10 ore di incontro in sessione plenaria e una parte consistente di lavoro individuale, coordinato dallo staff di BASE e da Giuseppe De Agostino.   
     Il risultato di questo percorso ricchissimo di confronto tra professionist della cultura e di D&I, isituzioni pubbliche e ETS, è stato il “Un’I.D.E.A. di centro culturale. Manifesto per un’isitituzione culturale plurale”, un documento aperto che raccoglie le buone pratiche, raccomandazioni e linee guida necessarie a immaginare luoghi di cultura più rappresentativi dei contesti sociali in cui si collocano, e quindi più in grado di servire la propria vocazione di trasmissione del sapere e di produzione di immaginari desiderabili sul futuro.

2.4 UN’I.D.E.A. DI CENTRO CULTURALE: MANIFESTO PER UN’ISTITUZIONE CULTURALE PLURALE

Il Manifesto nasce dall’urgenza e dalla volontà di esplorare nuove idee e nuovi approcci per costruire un’istituzione artistica che sia realmente plurale e accessibile. Un’istituzione culturale che faccia da cassa di risonanza di voci e energie ai margini della vita pubblica, creando spazi di espressione e auto-narrazione attorno a cui costruire una comunità in grado di produrre trasformazioni sociali.

L’obiettivo è forzare il perimetro di ciò che sta dentro alla parola “cultura”, a partire da chi ha accesso alle professioni culturali e quindi alla definizione del settore, imparando a riconoscere il nostro posizionamento e le nostre barriere come organizzazioni, riformulando i nostri obiettivi e indicatori, ripensandoci come agenti culturali plurali nella struttura, nello staff, nella visione, nei contenuti, nelle collaborazioni, nell’offerta al pubblico.

Accessibilità culturale per noi significa molte cose. Usiamo questa espressione per indicare l’impegno a garantire il diritto di accesso, partecipazione e coinvolgimento delle persone alla vita culturale, attraverso un approccio che sappia tenere conto delle differenti istanze e delle caratteristiche fisiche, motorie, sensoriali, comunicative, relazionali, intellettive, psichiche di tutte le persone. L’accessibilità, inoltre, è un processo di apprendimento continuo, una negoziazione tra esigenze e desideri nuovi e in trasformazione di gruppi e comunità, che tende, ma non può portare ad una accessibilità integrale per tutte le persone. Il Manifesto, infatti è calato nel contesto specifico di un centro culturale milanese di nuova generazione e per questo parziale e in evoluzione, e dovrà necessariamente integrarsi nel tempo attraverso apporti plurali e intrecciandosi con altre iniziative nazionali e internazionali, come è già successo con il Protocollo d’Intesa della rete italiana Europe Beyond Access, promossa da Festival Oriente Occidente in collaborazione con il British Council.

Ciò che è importante in questo processo di trasformazione è tenere a mente alcuni principi guida che hanno orientato tutto il lavoro di scrittura, in modo che l’obiettivo del Manifesto continui a guidarne lo sviluppo:

“Nothing about us without us”   
Ovvero “niente su di noi senza di noi”. Non definiamo azioni politiche senza il diretto coinvolgimento delle persone interessate. Con la consapevolezza che i sistemi iniqui sono profondamente radicati nelle nostre società, è fondamentale fare spazio a processi plurali, perché gruppi e comunità sottorappresentate possano partecipare attivamente ai processi decisionali, mettendo in discussione un modello “standard” egemone che sempre di più si sta rivelando inefficace, oltre che escludente e ingiusto.

Trasformarsi prima di trasformare   
La trasformazione sociale e culturale che auspichiamo deve partire prima di tutto dal radicale ripensamento delle organizzazioni stesse, a partire da quali sono le condizioni di accesso alle professioni culturali, secondo un processo di decanonizzazione. Questo è inteso come ripensamento delle strutture sistemiche e sociali che producono i canoni, la messa in discussione radicale dei meccanismi di potere e delle modalità̀ normalizzanti di produzione e diffusione della conoscenza.

Progettare a partire dalla persona “imprevista”   
Ovvero intendere l’accessibilità come punto di partenza nell’ideazione di progetti e non come adattamento a posteriori di servizi, spazi e contenuti per specifici gruppi di persone che non appartengono al “pubblico standard”. Questo permette di creare luoghi e esperienze che non solo possono essere fruiti da una più ampia pluralità di persone, ma che sono più accoglienti, sicuri e confortevoli per chiunque.

“Non siamo la vostra ispirazione”   
La pratica artistica trae da sempre ispirazione dai temi delle comunità marginalizzate. Per costruire nuove immaginazioni e non semplicemente alimentarle, è necessario invertire la prospettiva di analisi agendo sull’accesso culturale a partire da chi produce la cultura (artist\*, lavorator\* dello spettacolo, creativ\*, architett\*, espert\* di comunicazione) affinché chi ne fruisce possa riconoscersi.

Praticare una politica di ascolto e dialogo   
Coordinare processi corali e partecipativi significa nutrire costantemente un patto collettivo basato sulla reciprocità e sul mutuo riconoscimento, secondo un approccio di cura, di confronto e di conflitto. È necessario prevedere canali di comunicazione aperta che rendano le organizzazioni sempre più permeabili a istanze di cambiamento provenienti dalle proprie comunità di riferimento.

Monitoraggio e eredità   
Per una trasformazione tangibile e che duri nel tempo, è cruciale porsi obiettivi misurabili che permettano di valutare l’efficacia e la coerenza delle nostre azioni rispetto alla volontà di impatto. Per verificarne il raggiungimento è necessario coinvolgere direttamente le persone che vivono il cambiamento, in un’ottica di trasparenza e continuo apprendimento, dalla definizione degli obiettivi e dei relativi strumenti di monitoraggio, fino alla raccolta e interpretazione dei dati.

La scrittura delle linee guida è avvenuta secondo una prospettiva multilivello e intersezionale. Per semplificare la lettura abbiamo definito cinque sezioni che attraversano i temi della programmazione culturale, della costruzione di spazi fisici accessibili, compresi quelli di lavoro, di processi di selezione del personale equi, di una comunicazione in grado di raggiungere il maggior numero di persone possibile e di strategie di coinvolgimento dei nuovi pubblici della cultura.

* 1. FARE SPAZIO. Un programma culturale plurale   
     L’obiettivo è “progettare con” invece di “organizzare per”, garantendo programmi culturali ampi, diversificati e non estrattivi, co-curando i contenuti con rappresentanti di comunità sottorappresentate e riconoscendone i crediti. Ciò permette di decentrare il potere simbolico di chi produce la cultura, verso le voci con minor accesso alle arene pubbliche.
  2. SENTIRSI A CASA. Spazi culturali accessibili   
     Essere uno spazio culturale significa svolgere una funzione pubblica e pertanto avere la responsabilità di costruire ambienti fisici sicuri, accessibili e accoglienti per tutte le persone. La persona “imprevista” diventa misura progettuale, affinché gli spazi non rappresentino un ostacolo sia dal punto di vista pratico, sia da quello emozionale e perché stimolino invece un senso di appartenenza verso una dimensione materiale (spazio) e immateriale (ambiente) di bene comune. L’accessibilità degli spazi, inoltre, deve rivendicare contestualmente il diritto alla bellezza, intesa sia come fattore estetico, sia come elemento di benessere associato a un luogo, troppo spesso pensata in antitesi al concetto di funzionalità; in questa richiesta un ruolo da protagonista può giocarlo il settore creativo, trovando nuovi modi e nuove forme di intendere servizi ed esperienza perché combinino accessibilità e bellezza.
  3. IL LAVORO GIUSTO. Processi di reclutamento e lavoro equi   
     L’obiettivo è favorire l’accesso al lavoro e garantire condizioni professionali adeguate a esigenze e istanze diverse, affinché gli staff e gli spazi culturali siano plurali e rappresentino i territori in cui si collocano. Riteniamo infatti che il futuro del settore culturale dipenda fortemente dalla sua capacità di rappresentare e di rispecchiarsi nei contesti sociali in cui si innesta, attraendo e aprendosi sempre di più a persone e gruppi attualmente sottorappresentati nella vita pubblica.
  4. PARLARE CON UNA PERSONA IN PIÙ. Comunicazione, linguaggi e pubblici diversificati   
     L’obiettivo della comunicazione deve essere quello di creare o consolidare una relazione. Per questo motivo è necessario prima di tutto che questa sia facilmente comprensibile, definendo progetti comunicativi accessibili e che assumano una forma in cui le persone si sentano previste, valorizzate e rappresentate. È importante infatti parlare con le persone, non ad un pubblico generalista, diversificando lingue e linguaggi e sfruttandone la fluidità per raggiungere specifici gruppi, comunità e sensibilità.   
     Infine, la comunicazione rappresenta il primo passo di costruzione del patto di rappresentatività che si realizza nella programmazione, per questo motivo i progetti comunicativi devono esprimersi attraverso la stessa pluralità di voci che li hanno immaginati e che il pubblico incontrerà nel programma culturale.
  5. PIACERE DI CONOSCERCI. Coinvolgere nuovi pubblici   
     Il coinvolgimento delle persone nelle attività della propria organizzazione deve passare attraverso un approccio di cura, un patto collettivo che dura nel tempo in cui le persone che compongono “il pubblico” e le persone che compongono “l’organizzazione” possano riconoscersi in un forte senso di appartenenza ad una stessa visione. Per questo è fondamentale che entrambe le parti conoscano i valori e i desideri individuali che muovono l’azione e l’adesione culturale, aprendo processi di dialogo e di raccolta di feedback. In questo modo è possibile co-costruire organizzazioni che rispondono concretamente a bisogni e aspirazioni di chi le abita, valorizzando l’intelligenza dei pubblici e agendo come piattaforme di empowerment e di emancipazione individuale e collettiva.

Il 29 novembre 2023 abbiamo presentato pubblicamente la prima versione del Manifesto, coinvolgendo policy makers, attori culturali e sociali, soggetti privati con ampio impatto sui territori e cittadine e cittadini.   
Questo momento di restituzione è stato per noi la prima occasione di racconto all’esterno del processo di cambiamento interno avviato a metà del 2021 con il ripensamento degli obiettivi strategici e la progettazione delle azioni nate come loro espressione pratica, a partire dalla formazione allo staff.   
Un’occasione per BASE di dichiarare non solo un impegno e una visione, ma anche un piano d’azione concreto che possa dare corpo ad un’istituzione culturale sempre più in grado di essere rilevanti per i nostri beneficiari, ovvero di rispondere efficacemente alle istanze delle società contemporanee.

L’evento è stato anche occasione di aggregare persone diverse a riflettere sui concetti di accesso, pluralità, privilegio e partecipazione e su qual è il ruolo degli attori cittadini, pubblici e privati, nel garantire il diritto alla cultura. Questo significa per noi assumerci il rischio culturale, consolidando un patto collettivo necessario a mettere in discussione uno standard ancora troppo limitante affinché, in tante voci, possiamo produrre un reale impatto sul settore culturale e quindi sulla vita delle persone.

Quello che ci auspichiamo nei prossimi mesi e anni è che il Manifesto possa aprirsi a nuove voci, nuovi contributi concreti e sguardi critici, perché possa configurarsi sempre di più come strumento di supporto ad un cambiamento sistemico e duraturo.   
   
Abbiamo dedicato un canale a raccogliere e scambiare feedback, strumenti e suggestioni: [samesame@base.milano.it](mailto:samesame@base.milano.it)

BASE nasce come espressione di due anime, una orientata al proprio ruolo pubblico di spazio restituito alla città e l’altra come soggetto in grado di stimolare e sviluppare pensiero e immaginari sul futuro.

BASE è:

CENTRO DI PRODUZIONE CULTURALE   
Offriamo un programma culturale annuale dedicato alla sperimentazione dei linguaggi creativi contemporanei; lo facciamo “progettando con” invece di “organizzare per”, co-curando contenuti e formati con rappresentanti di comunità che non trovano spazio nel programma cittadino.

HUB DI COMUNITÀ   
Lavoriamo con cittadine e cittadini, associazioni locali, imprese creative e istituzioni culturali per progettare e produrre iniziative ad impatto, curare e nutrire reti corte di prossimità e tessere reti lunghe per amplificarne la portata.

* 1. PRODUZIONE CULTURALE

HIGHLIGHT 2023

9 anni di vita

12K metri quadri aperti alla città

400K persone l’anno

203 iniziative pubbliche

413 giorni di residenze creative

50+ artist e designer che hanno creato a BASE

583 persone che lavorano nella project house

5 quartieri coinvolti in azioni artistiche

2753 persone che hanno dormito in casaBASE

86K follower su Instagram

3.1 IL PROGRAMMA PUBBLICO

Per quanto riguarda il programma pubblico, nel 2023 inizia a delinearsi in maniera limpida la visione a cui BASE tende per il futuro: una sempre più graduale diminuzione dei contenuti ospitati e dal modello di business dell’affitto dei nostri spazi espositivi, quella che chiamiamo “logica del metro quadro”, per lasciare spazio alle proprie produzioni e alle co-produzioni affini ai temi e alle linee strategiche e programmatiche dei prossimi anni.

Dopo aver affrontato una fase di start-up (2016-2018), in cui BASE ha dovuto affrontare enormi costi legati principalmente al processo di rigenerazione dell’edificio dell’ex Ansaldo, e a cui ha dovuto far fronte accogliendo la logica del metro quadro, il centro culturale ha intrapreso una nuova fase legata alla propria operatività, che ha rimesso al centro il contenuto, al di là del contenitore.

Si è passati così da una sorta di grande stress test fervente di innumerevoli iniziative - che ha messo lo spazio di Via Bergognone in condizione di modificarsi per accogliere diverse posture, causando frammentazione nella percezione dall’esterno dell’identità del Centro – ad una fase di ripensamento e implementazione dell’offerta culturale.

Con l’obiettivo di innalzare sempre di più la qualità della programmazione, si è dapprima agito mettendo a sistema la vivacità dell’offerta in una cornice di senso più puntuale, per poi arrivare a definire la necessità di volersi concentrare maggiormente sullo sviluppo delle proprie produzioni che, ad oggi, si condensano in quattro momenti iconici dell’anno (We Will Design, Estate di BASE, Farout, Programma Musicale e Residenze).

Andando sempre più nella direzione di voler creare un palinsensto/spina dorsale che attraversa e anima tutto l’anno, BASE nel 2023 inizia a sperimentare nuove modalità di co-progettazione, per far sì che i contenuti offerti possano iniziare a sbordare da un contenitore all’altro, in un’ottica sempre più multidisciplinare, caratterizzata dalla stratificazione e dalla trasversalità di linguaggi differenti.

Attivando questo processo di lunga gittata, dal punto di vista della programmazione BASE si pone alcuni obiettivi chiave che nel 2023 inizia a sviluppare:

* + Allargare le proprie produzioni aumentando i giorni in calendario dedicati a contenuti creati in house e legati ai temi e al concept scelti per l’anno in corso
  + Definire al meglio le co-produzioni e le collaborazioni, per far sì che ci sia organicità e coerenza all’interno del palinsesto
  + Azzerare la logica del metro quadro, diminuendo sempre di più l’ospitalità di contenuti slegati dalle proprie linee strategiche e programmatiche

Quest’anno la programmazione pubblica di BASE ha contato:

* + 33 iniziative prodotte da BASE, di cui 12 giunte ad almeno alla seconda edizione, suddivise nelle seguenti aree disciplinari: musica (22 produzioni), performing arts (7), design e moda (4)
  + 101 co-produzioni, di cui 60 giunte almeno alla seconda edizione, così suddivise: musica (40 co-produzioni), arti visive e editoria (25), performing arts (10), city making (3), design e moda (3), linguaggi digitali (2), multidisciplinari (18).
  + 69 iniziative ospitate, di cui 34 giunte ad almeno la seconda edizione, così suddivise: musica (10), eventi corporate (14), linguaggi digitali (13), city making (5), moda (2), arti visive e editoria (2), multidisciplinari (17).

Che si sono tradotte in:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **N. giorni** | **Attività** | **N giorni gratuiti** | **Prezzo medio dei biglietti per attività a pagamento** |
| 56 | Conferenze e talk | 55 | €5 |
| 52 | Dj set | 15 | €14 |
| 37 | Mostre e istallazioni | 23 | €7 |
| 23 | Concerti | 10 | €16 |
| 21 | Mercati e fiere | 17 | €5 |
| 20 | Proiezioni e spettacoli | 4 | €6 |
| 18 | Festival | 8 | €7 |
| 18 | Workshop | 15 | €30 |
| **TOT: 245** |  | **TOT: 147** | **Prezzo medio: €11** |

Su 245 giorni di programmazione pubblica, 147 sono stati gratuiti, esattamente il 60% del totale delle attività aperte alla città. Si segnala che questa percentuale è calata rispetto agli anni scorsi, come risultato di un mutamento nel bilanciamento delle fonti di entrata di BASE: come detto, la strategia di sviluppo di BASE prevede una progressiva riduzione delle attività private che ospitiamo, al momento fondamentali per sostenere il modello di business. Ciò significa dedicarsi a diversificare il funding mix e far crescere le entrate da altre fonti, soprattutto quelle da bandi e sponsor, ma prevedere anche che le produzioni culturali diventino sempre più autonome economicamente.

È importante per noi sottolineare il doppio impegno di BASE nel bilanciare da una parte la valorizzazione (anche economica) del lavoro culturale e dunque la giusta remunerazione per la comunità creativa che collabora con noi; dall’altra parte, vogliamo garantire l’accessibilità dei nostri contenuti perché non diventino mai escludenti o elitari.   
Per tutte queste ragioni, stiamo introducendo diverse politiche di pricing per le nostre attività, prevedendo agevolazioni e gratuità, tra cui il “biglietto sospeso”, tariffe ridotte (es. €4-5) su tutte le attività artistiche, scontistica dedicata a student, pubblici residenti in quartieri specifici, convenzioni con altri Enti del Terzo Settore, scuole ecc..   
Quando si parla di accessibilità e di sostenibilità non ci sono regole prestabilite e da tempo ormai abbiamo deciso che per trovare la nostra strada dobbiamo sperimentare insieme ai nostri pubblici, decidendo di volta in volta quella che funziona meglio, per questa ragione nei prossimi mesi è probabile che applicheremo diversi approcci al pricing e ai modelli di business delle singole produzioni, diversificandoli, magari sbagliando e tornando sui nostri passi, ma sempre in coerenza con i nostri principi e obiettivi d’impatto.

Per quanto riguarda la fruizione della programmazione, sappiamo che i nostri pubblici hanno prevalentemente tra i 26 e i 35 anni, partecipano sia a iniziative gratuite sia a pagamento, a grandi eventi con alti numeri di pubblico o a iniziative più piccole. Il secondo segmento più numeroso di pubblico degli eventi è quello delle persone tra i 36 e i 50 anni, che partecipa molto più spesso a iniziative a pagamento, ad esempio eventi di settore o di approfondimento culturale, conferenze e forum e quando frequentano iniziative gratuite si tratta spesso di eventi aziendali.   
Il 2023 ha previsto poche iniziative specificamente rivolti a bambin e ragazz (0-12 anni), tutte in collaborazione con partner con esperienza comprovata, come ad esempio Associazione Coi Ludosofici, Compagnia Marionette Carlo Colla Milano e altr.   
Rispetto alla fascia 12-24 anni, stiamo sviluppando un programma pluriannuale immaginato per l’ingaggio a lungo termine di ragazze e ragazzi attraverso le discipline creative perché BASE possa diventare uno strumento e un luogo per l’empowerment delle nuove generazioni e lo sviluppo di immaginazione per dare forma a nuovi futuri, sempre più desiderabili, plurali e sostenibili.

Il 2023 è stato un anno molto ricco di esperienze culturali, sviluppate a partire da nuove e vecchie partnership. In particolare menzioniamo alcune collaborazioni con progetti indipendenti, collettivi artistici e di supporto alla creatività emergente: in ambito musicale un’esperienza particolarmente significativa è stata Poetica / Manifesto, progetto di rassegna musicale affidata a Marta Tenaglia, 30 anni, che ha curato 3 serate dedicate alle nuove generazioni; un approccio simile è quello che si esprime nella pratica di co-produzione attiva da diversi anni con Le Cannibale, per dare spazio a voci emergenti. Tra le altre esperienze musicali con progetti indipendenti si citano le collaborazioni con Keep on Grooving, Soul of the City, Toy Tonics, RIL FActory.

Un altro elemento da evidenziare è la volontà di BASE di fungere da piattaforma plurale per approfondire dei temi contemporanei avvertiti come urgenti nella nostra società, aprendo il dialogo a diversi soggetti in grado di inquadrarli da diversi punti di vista. Nel 2023 ci hanno accompagnato: Milano Mediterranea, su diversi fronti, citiamo qui Scuola Decoloniale, un formato pedagogico dedicato a persone adulte; Industria Indipendente con l’evento Merende, un’occupazione temporanea dello spazio e del tempo in cui prendersi cura di sè e delle altre persone; Milanpyramid, che ha prodotto la mostra Homeland, dedicata all'esposizione dei dipinti di Mosa One e delle fotografie di Marco Russo; We World, con Chiacchierata Femminista, un ciclo di incontri co-progettato con BASE dedicato all’empowerment femminile; Laboratorio Silenzio, realtà che propone l’esperienza di Silence Party, un aperitivo che mette in relazioni persone sorde con persone udenti per sperimentare forme di comunicazione alternative a quella verbale; TWM Factory ed Edizioni Tlon per la mostra QUEER PANDÈMIA – Contaminazioni artistiche di altro genere, che ha raccolto i lavori di artist emergenti sul tema dell’appartenenza alla comunità LGBTQIA+ e sulla rivendicazione di uno spazio di rappresentazione nella società; Cesura, con le due call for images, “Exclusion” e “Uniformity” con l’obiettivo di rappresentare quelle identità che rimangono fuori dal canone; Vogue con il Photovogue Festival, il cui titolo dell’edizione è stato: “What makes us human? Image in the age of A.I”

Rispetto alla produzione, nell’ultimo anno BASE si è evoluta, investendo dal punto di vista tecnico, acquistando materiali che ci permettono di organizzare eventi piccoli, in modo da poter organizzare esperienze culturali più intime e coinvolgenti e investendo sui giovani, formando persone appassionate di illuminotecnica e fonia, anche senza curricula o titoli di studio inerenti e introducendoli gradualmente nel nostro team.   
Inoltre, abbiamo implementato gli impianti luci e i materiali per le installazioni, aumentando la qualità e la diversità delle nostre produzioni. Grazie a questo, siamo riusciti a creare atmosfere uniche e suggestive per i nostri eventi, coinvolgendo sempre di più il pubblico e stimolando la partecipazione attiva.

3.2 LE PRODUZIONI

FAROUT – Live Arts Festival

Farout – Live Arts Festival è il festival multidisciplinare di BASE Milano, giunto nel 2023 alla sua terza edizione e nato come spazio dedicato all’emersione di nuove istanze transdisciplinari e all’affermazione di artisti che portano per propria natura il teatro, la musica e la danza a mescolarsi.   
Ed è proprio BASE, per la sua caratteristica di spazio ibrido così aperto e modulare, a divenire luogo di elezione per l’ibridazione tra le arti. Il territorio d'indagine da cui partiamo è la scena contemporanea: teatro, danza e musica, come discipline principali, ma anche arti visive, installazioni, video, performance, multimedia. La dimensione drammaturgica e teatrale resta prioritaria, ma la prerogativa di FAROUT è la scelta di superare le categorie disciplinari tradizionali integrando sempre di più scena, corpo, musica spaziando fino ai linguaggi connessi alle nuove tecnologie.   
Il tema del 2023 è LONG STORY SHORT. La celebrazione di tante storie contro Una Storia.   
Il festival, quindi, ha indagato e (ri)immaginato le relazioni con il passato, il presente e il futuro, genealogie alternative, storie decolonizzate, globali, connesse e queer.

Ogni società sviluppa il suo canone. Ma nessun canone è superiore a un altro o deve sostituirsi a un altro, poiché i canoni si formano sulla scia di particolari dati storici e sociali o miti e percezioni storicamente normalizzate. È anche giusto riconoscere che i canoni, proprio come la Storia con la S maiuscola, sono strumenti di potere epistemico, culturale, politico e sociale, i cui meccanismi devono essere esaminati e messi criticamente in discussione.

Decanonizzare significa quindi interrogarsi su come diventare rilevanti al di fuori dei propri confini, Come contribuire al rinnovamento con azioni aperte al territorio, come attivare un dialogo aperto e reale con tutti i membri delle comunità e della società, come cambiare la nostra prospettiva coloniale.

Con la consapevolezza che i sistemi iniqui sono profondamente radicati anche nelle pratiche culturali, il festival 2023 mirava a progettare in modo nuovo, impegnandosi a infondere prospettive interculturali, fondendo le narrazioni storiche con i bisogni contemporanei, di concerto con Moleskine Foundation, Milano Mediterranea, Dalla parte giusta della Storia, AlDIQua Artists.

Il festival inoltre supera i formati canonici infrangendo la nozione stessa di performativo con alcune specifiche azioni:

* + valorizzare gli spazi con installazioni di arte pubblica o azioni immersive;
  + creare paesaggi effimeri e coinvolgenti in una costruzione collettiva che tenga conto dell'uso della tecnologia;
  + lavorare su dinamiche di processo con progetti aperti sviluppati in situ.

Le proposte artistiche hanno definito quindi il programma intorno a un rinnovato concetto di STORIA,   
mettendo la narrazione al centro, come nei lavori di Benno Steinegger e TG STAN attraverso il riverbero e l’eco dell’incontro tra suono e corpo come in Rave to lament e METRON, riscoprendo la coreografia come racconto incorporato come in aCOrdo e intervenendo attraverso percorsi nello spazio pubblico come spazio di agonismo politico e culturale grazie al lavoro di Sara Leghissa e Seth Honnor.

IL FESTIVAL si inserisce organicamente all’interno della progettualità annuale di BASE a valle di un percorso di residenze produttive che permettono di entrare in relazione con la comunità di artisti del territorio nazionale e internazionale. La permanenza nello spazio per periodi, da un minimo di due settimane a un mese, ci permettono di stabilire rapporti di comunanza e accompagnamento sempre più rari.

Anche i tre artisti/collettivi associati rispondono ad una dinamica di dialogo pluridisciplinare:

Per il teatro Corps Citoyen, collettivo artistico pluridisciplinare basato tra Tunisi e Milano. La coreografa Elisabetta Consonni per la danza. Indaga l'uso e il significato sociale dello spazio pubblico e la declinazione delle competenze coreografiche nelle pratiche comunitarie. e infine per la musica i Mombao mescolano canzoni inedite in diverse lingue a canti popolari provenienti da diverse culture riarrangiati in chiave rock elettronica.

In numeri:

10 giorni di Festival   
43 performance   
22 compagnie che hanno prodotto con noi   
10 artiste e artisti internazionali   
2 giorni di co-curatela   
3500 spettator

WE WILL DESIGN

We have an I.D.E.A. 7 giorni per raccontare il laboratorio sperimentale sul design di BASE Milano. 7 giorni per presentare ricerche, progetti di designer da tutto il mondo, scuole, università, istituzioni internazionali e giovani studenti, sviluppati attorno all’acronimo I.D.E.A. -Inclusione, Diversità, Equità e Accessibilità. L’obiettivo: attivare una riflessione sul concetto di design democratico, plurale e inclusivo, capace di coinvolgere persone di tutte le età, abilità, genere e cultura.

Una piattaforma interdisciplinare e sperimentale di circa 5000mq che offre al pubblico della Design Week riflessioni e spunti sulle grandi dicotomie della nostra contemporaneità. Tra le presenze più rappresentative:

Lo sguardo dell’artista collettiva francese Claire Fontaine con la grande installazione Cancel Patriarchy, le 5 donne designer e artiste da Francia, Inghilterra, Olanda, Grecia e Germania in residenza. In particolare, l’artista Adi Hollander insieme con Otherabilities, Andreas Tegnander e Ildikó Horváth hanno presentato “Haptic Room Study #2:Traveling Tactile Concert”, un’installazione sonora e un concerto itinerante aptico in cui i visitatori sono invitati ad ‘ascoltare con il proprio corpo ma anche “Queering School/s”, della designer, artista, curatrice Emma Sfez che ha lanciato una sfida e una riflessione sui linguaggi, le rappresentazioni, le immagini, le strutture e le narrazioni che circolano e si sono radicate nel sistema educativo.

3 incontri verticali sul tema dell’accessibilità e l’inclusione con speaker come Simone Dogger, Elisabetta Bianchessi, Adi Hollander, Danilo Ragona , Gabriella Gomez-Mont, Marcus Desando, Marta Foresti.

Nella cornice della Design Week di BASE è stato realizzato un ciclo di tre incontri legati al ruolo del design nella costruzione di città, comunità e istituzioni più accessibili. L’evento Access by Design ha raccolto i contributi di Elisabetta Bianchessi - T12 Lab, Adi Hollander – Other Abilities, Simon Dogger – Studio Simon Dogger, Danilo Ragona – Able to Enjoy ed è stato moderato da Valeria la Corte – Associazione Culturale Fedora. Ciascuno dei panelist ha portato la propria esperienza nel campo dell’accessibilità culturale, accendendo un dialogo sulle domande chiave legate permeabilità dei centri culturali contemporanee.

In numeri:   
90.000 visitatori   
+50k visitatori unici   
40 progetti presentati, 1 installazione, 1 festival musicale   
5 residenze   
150 articoli e 40 coperture media   
34.7k copertura IG e 74k visite profilo IG  
158 giornalisti

ESTATE DI BASE

Nel 2023, BASE Milano ha completamente riorganizzato la sua stagione estiva, trasformando il precedente palinsesto di quattro mesi di eventi eterogenei e variegati in un nuovo format più strutturato e coerente rispetto le nuove modalità di comunicazione di BASE Milano. Il nuovo format è "ESTATE DI BASE". Questa nuova programmazione è stata ideata per costruire uno storytelling capace di sostenere i ritmi della comunicazione contemporanea e attrarre nuovi possibili partner commerciali.   
  
"Estate di BASE" ha presentato cinque festival tematici, ciascuno della durata di dieci giorni, che hanno approfondito diversi argomenti trattati da BASE durante l'anno. Tra giugno e settembre 2023, questi festival hanno offerto un ampio ventaglio di eventi, raccontando BASE Milano attraverso cinque prospettive diverse:

* 1. DI BASE SBAGLIAMO: un festival dedicato agli errori, esplorando il valore della sperimentazione e dell'apprendimento attraverso il fallimento.
  2. DI BASE STONIAMO: un festival dedicato alle rivoluzioni sociali, all'orgoglio e al Pride, celebrando la diversità e l'inclusione.
  3. DI BASE ROMPIAMO: un festival dedicato alle nuove generazioni, mettendo in luce le voci e le idee dei giovani e nuovi format da loro ideati.
  4. DI BASE SCAPPIAMO: un festival dedicato al viaggio, esplorando le tematiche della scoperta e dell'incontro con altre culture.
  5. DI BASE FINIAMO: un festival dedicato alla fine e alla malinconia, riflettendo sui cicli conclusivi e sulle transizioni.

Con un palinsesto di oltre 100 eventi eterogenei, tra mostre, concerti, spettacoli, talk e molto altro, "Estate di BASE" ha saputo rappresentare al meglio la vitalità e la diversità della comunità di BASE Milano. Questa prima sperimentazione ha permesso di individuare decine di nuovi partner, avviando collaborazioni e produzioni che hanno ampliato il pubblico e la rete di BASE Milano. Il progetto è riuscito a mantenere viva, durante l’estate, una comunicazione moderna ed efficace, consolidando BASE Milano come punto di riferimento culturale. La passione e l'impegno che caratterizzano questo centro culturale si sono manifestati in un programma che non solo ha intrattenuto, ma ha anche stimolato riflessioni e connessioni, confermando BASE Milano come un luogo dinamico e aperto alle contaminazioni culturali.   
   
In numeri:   
108 eventi   
150 artisti coinvolti   
80 spettacoli prodotti   
30 k spettatori   
80% eventi gratuiti

RUMORE

All'inizio del 2023, BASE Milano ha avviato il progetto "Rumore", un'iniziativa innovativa che mira a mettere in rete diversi operatori culturali che applicano un approccio innovativo alle proposte musicali un weekend al mese. "Rumore" è il marchio che presenta da febbraio 2023 la programmazione musicale di BASE e si propone di offrire una proposta musicale accompagnata da uno storytelling mensile, esplorando l'approccio contemporaneo di BASE Milano. La fase sperimentale del progetto ha previsto sei weekend nel corso dell'anno, durante i quali "Rumore" ha presentato il meglio della musica cittadina attraverso concerti, DJ set e progetti speciali. La sostenibilità del progetto è stata garantita grazie a diverse tipologie di produzioni: eventi organizzati direttamente da BASE Milano, collaborazioni con partner vari e ospiti speciali. "Rumore" ha rappresentato un'opportunità significativa per BASE Milano di rafforzare il legame con il proprio pubblico. Un ruolo importante in questo processo è stato svolto dalla newsletter dedicata, che raccoglie i dati degli spettatori che hanno partecipato agli eventi musicali di BASE, consentendo una comunicazione mirata e personalizzata. Inoltre, una campagna di comunicazione ha posto il progetto al centro delle attività di BASE Milano. La prima edizione sperimentale ha permesso di costruire un nuovo pubblico e nuove collaborazioni, individuando format e modalità operative efficaci. Questi risultati hanno tracciato un percorso chiaro per il futuro, orientato verso la costruzione di un centro culturale sempre più aperto alle contaminazioni, con eventi musicali che rappresentano un nuovo modo di coinvolgere diverse tipologie di pubblico. "Rumore" ha così contribuito a consolidare il ruolo di BASE Milano come punto di riferimento nella scena culturale contemporanea.   
   
Fra gli operatori coinvolti: Costello’s Records, Le Cannibale, Club Nation, Industria Indipendente, Milano 360/Fever, Penny Royal, JAZZMI, Ril Factory, NaoUao, Festival Spirito del Tempo.

THE ART CHAPTER

THE ART CHAPTER è un progetto nato dalla collaborazione tra BASE Milano e Boite, dedicato alla promozione dell'editoria illustrata indipendente. Questo progetto unisce arte, cultura e innovazione, creando un ponte tra artisti emergenti e consolidati e il pubblico interessato all'arte visiva e alla letteratura.

THE ART CHAPTER continua a crescere, offrendo una piattaforma per esplorare nuove forme di espressione artistica e per promuovere il dialogo tra le varie forme d'arte. Attraverso un’esposizione fieristica ma anche mostre, workshop, e eventi speciali, il progetto si propone di valorizzare e diffondere l'editoria illustrata indipendente, stimolando la creatività e l'innovazione nel campo dell'arte visiva e della letteratura.

Un elemento chiave di THE ART CHAPTER è il suo impegno per l'inclusione e l'accessibilità culturale, garantendo che l'arte sia accessibile a tutti e rifletta la diversità della società contemporanea. Collaborando con istituzioni culturali, scuole e organizzazioni non-profit, il progetto cerca di abbattere le barriere culturali e di ispirare una nuova generazione di artisti e lettori.

Durante l'edizione 2023, THE ART CHAPTER ha visto la partecipazione di editori di spicco come Nobrow Press, nota per le sue pubblicazioni innovative e artisticamente curate, Éditions 2024, con le sue opere d'avanguardia che uniscono arte, design e narrazione, e Bries, una casa editrice belga specializzata in libri illustrati di alta qualità. Dienacht Publishing e Kus!, rispettivamente specializzate in fotografia e fumetti sperimentali, hanno anche contribuito alla varietà e alla qualità dell'evento. Queste collaborazioni hanno arricchito ulteriormente il panorama dell'editoria illustrata indipendente, confermando il ruolo di THE ART CHAPTER come un catalizzatore di creatività e innovazione nell'ambito culturale."

* 1. COMUNITÀ

4.1 CITTÀ

OBIETTIVI D’IMPATTO:   
ATTIVITA’ CULTURALE   
RETI CORTE E RELAZIONE CON LA CITTA’

Cosa significa essere un’istituzione culturale al servizio della comunità? E di quale (o quali) comunità stiamo parlando?

A partire da questa domanda, nel 2023 BASE ha iniziato a riflettere in maniera più organica rispetto al suo ruolo nei confronti della città e il territorio in cui risiede. Il Municipio 6 è un’area di raccordo tra il centro e la periferia: da una parte centro nevralgico di innovazione, lavoro, moda e design, che contribuiscono a proiettare la città sempre di più verso l’affermazione del “modello Milano”. Dall’altra parte risiedono numerose comunità e identità escluse da questa narrazione di eccellenze ed élite, che tuttavia rappresentano e incarnano il tessuto urbano della città, in particolare nelle sue periferie.

Nella sua anima di hub di comunità la progettazione sociale di BASE si pone come obiettivo quello di contribuire ad accorciare le distanze tra eccellenza ed esclusione, privilegio e marginalità, favorendo le interconnessioni tra stakeholder che producono valore sociale, culturale, economico e relazionale nei quartieri, diventando uno spazio di cerniera tra le energie che emergono dal basso, da ambienti tradizionalmente non connotati come “di cultura” e gli attori istituzionali, responsabili della definizione delle policy entro cui il settore creativo opera.

Le progettualità di BASE, perciò, prendono forma in sintonia con un impegno alla costruzione di una rete territoriale solida, rendendosi piattaforma di scambio e di produzione di visioni comuni, favorendo la coesione sociale e cittadinanza la partecipazione alla vita culturale milanese, ponendosi come laboratorio di sperimentazione di nuovi modelli di collaborazione, co-progettazione, immaginazione.

Attraverso la costruzione di relazioni di fiducia e collaborazione reciproca, le istituzioni culturali di prossimità possono diventare veri e propri hub di sviluppo culturale e comunitario, contribuendo a migliorare la qualità della vita e a rafforzare l'identità territoriale.

La strategia di intervento territoriale di BASE si fonda su quattro principi:

1. **L’ACCESSIBILITA’ COME PARADIGMA CULTURALE**   
   Rovesciare la prospettiva di esperienze e prodotti culturali a partire non più da un presunto beneficiario standard, ma dai soggetti ai margini della vita culturale permette di esplorare nuovi approcci alla produzione culturale. Ridefinire il ruolo dei luoghi di cultura, non più come gatekeepers di sapere depositario, ma come spazi di immaginazione collettiva, di espressione di tutte le identità e in cui gestire il conflitto generativo per costruire comunità di senso in grado di produrre traiettorie di sviluppo culturale e processi di innovazione sociale riconnettendo arte e dimensione sociale.
2. **IL PROTAGONISMO CULTURALE COME STRUMENTO DI CAMBIAMENTO SOCIALE**   
   La presa di parola di comunità “ai margini” dei processi decisionali è fondamentale perché nascano desideri comunitari che non siano costruiti sulle mancanze e sulle fragilità, ma a partire da aspirazioni e ricerca di prospettive. Favorire il protagonismo culturale ci permette di dare forma a BASE come istituzione culturali aperta, accessibile, che ascolta e dialoga con le comunità del territorio.
3. **I LINGUAGGI ARTISTICI COME MEZZI DI MEDIAZIONE TERRITORIALE**  
   I linguaggi artistici, nelle loro molteplici forme, svolgono un ruolo cruciale nella mediazione territoriale, facilitando il dialogo tra culture diverse e promuovendo la coesione sociale, diventando così strumenti potenti per costruire ponti tra le persone e accorciare le distanze, valorizzando il patrimonio culturale locale che spesso fatica a emergere nel panorama culturale della città, contribuendo a ricostruire un’idea di comunità attraverso il coinvolgimento emotivo.
4. **LE RETI CORTE PER UN’ISTITUZIONE CULTURALE DI PROSSIMITA’**   
   Le reti corte rappresentano un modello strategico essenziale per le istituzioni culturali di prossimità, in quanto promuovono la cooperazione e la sinergia tra attori locali, facilitando la circolazione di risorse, idee e competenze all'interno di una comunità ristretta. Questo approccio, basato su relazioni dirette e immediate, permette di rispondere in modo più efficace e tempestivo alle esigenze culturali e sociali del territorio, coinvolgendo direttamente cittadini, artisti locali, scuole, associazioni e imprese del quartiere.

**I PROGETTI:**

**CAVALCAVIA**  
Cavalcavia è il Festival diffuso di arti performative di BASE, nato con l’obiettivo di coinvolgere i non-pubblici culturali dei quartieri Barona e Giambellino. Alla sua terza edizione, il Festival prende il nome dal Cavalcavia Don Milani, che rappresenta simbolicamente la frattura urbana tra il centro e la periferia. Al centro del progetto il diritto culturale, la volontà di riconnettere i quartieri sud-ovest con la vivace offerta culturale cittadina.  
Cavalcavia segue una logica contemporaneamente espansiva e attrattiva. Da una parte, BASE ha voluto creare un ponte tra il dentro e il fuori il confine della circonvallazione, facendo incontrare professionisti e amatori, dando vita ad una proposta culturale partecipata e rendendosi cassa di risonanza delle voci che abitano i quartieri. Dall’altra, Cavalcavia ha attivato un processo di avvicinamento degli abitanti dei quartieri periferici alle arti performative, portando questi linguaggi dove normalmente non sono previsti. Attraverso modalità site-sensitive, il progetto realizza progettualità e attività collaterali in relazione con il territorio, valorizzando il potenziale dell'arte nello sviluppo territoriale con installazioni di arte pubblica e progetti aperti sviluppati in situ.

L’edizione 2023 di Cavalcavia ha anticipato, accompagnato e seguito il festival FAROUT, espandendo il tema del rapporto tra le storie dei singoli e la Storia con la S maiuscola per immaginare futuri plurali, coinvolgendo artisti della scena nazionale ed internazionale:

* + la danzatrice franco-svizzera Marie-Caroline Hominal con Le Cirque Astéröide, una performance itinerante che per la tappa italiana ha preso in Piazza delle Donne Partigiane nel quartiere Barona, su un semirimorchio trasformato in teatro dove cinque artisti hanno celebrato il circo come luogo di divertimento, nostalgia e sogni.
  + Gli artisti svizzeri Igor Cardellini e Tomas Gonzalez con la performance site-specific L’Âge d’or, con cui hanno invitato il pubblico ad una finta visita turistica tra gli spazi di City Life Shopping District, per una riflessione su architettura, potere e capitalismo del mondo contemporaneo.
  + Fabrizio Saiu con Intermission, un progetto di parkour ma anche una performance collettiva, che da Largo Giambellino fino a BASE ha raccolto tracciatori professionisti, partecipanti preparati all’intervento e dal pubblico stesso, adulti e bambini.

**YES ROOM**   
YES Room è uno spazio dedicato ai quartieri circostanti, alle realtà che abitano il territorio, un luogo aperto di confronto e scambio, che ci consente di entrare in dialogo con la comunità locale e con la città, offrendo un servizio di prossimità a titolo gratuito.

YES Room è uno spazio fisico nato dalla segmentazione di Room 2100, il nostro spazio espositivo più grande (2100mq), collocata al primo piano degli spazi di BASE. Grazie al supporto del Comune di Milano, tramite il bando Mi15 - Spazi e Servizi per Milano a 15 minuti e di Fondazione Cariplo, con il bando Spazi in Trasformazione abbiamo creato uno spazio indipendente che a partire da novembre 2023 ha iniziato ad accogliere un primo nucleo di associazioni del territorio secondo una modalità di utilizzo e fruizione autonoma.

L’obiettivo di YES Room è da un lato quello di offrire uno spazio fisico e gratuito, per soddisfare una richiesta molto concreta delle persone che abitano e lavorano nelle zone di Solari/Tortona, Barona e Giambellino rispondendo alla mancanza di spazi aggregativi nei quartieri; dall’altro, nasce su una domanda profonda rispetto al concetto di spazio pubblico. L’idea alla base di YES Room è quella di uno spazio collettivo in cui sentirsi a casa –anche in senso di proprietà, di rendere proprio-. Un luogo da condividere, curare, animare in totale indipendenza.

Come funziona in concreto? La prenotazione è diretta, tramite un calendario condiviso, e confermata dallo staff di BASE che fornisce tutte le informazioni per accedere, utilizzare e uscire dallo spazio in totale autonomia. Lo spazio è aperto tutti i giorni dalle 9:30 alle 22:30 e può essere utilizzato per restituzioni pubbliche di progetti realizzati sul quartiere, laboratori creativi con le scuole, assemblee di associazioni informali, e ancora training teatrali, prove di spettacoli e musicali e molte altre attività.

YES Room è il servizio sviluppato a partire dal progetto Citofonare BASE, cofinanziato dall’Unione europea – FESR, nell’ambito del Programma Operativo Città Metropolitane 2014-2020 nell’ambito dell'Avviso pubblico Mi15 – “Spazi e Servizi per Milano a 15 minuti” promosso dal Comune di Milano.  
  
**LOCALE, CIRCOLARE**  
Locale, Circolare è un progetto di sviluppo territoriale che ha l’obiettivo di mettere in rete cittadine e cittadini, Enti del Terzo Settore e aziende, per generare valore a livello locale, in particolare nell’area sud-ovest di Milano.  
Come piattaforma di facilitazione di protagonismo culturale su scala cittadina, BASE sosterrà azioni di attivismo civico che emergeranno dal basso, catalizzando risorse economiche e competenze messi a disposizione dalle aziende locali connettendo i desideri dei cittadini, il ruolo dei linguaggi creativi come attivatori di cambiamento e la necessità delle aziende di avere un impatto concreto sui territori. L’obiettivo primario è creare uno spazio di dialogo e co-progettazione in cui far convergere soggetti che difficilmente si incontrano, facilitando processi e rendendoci interpreti di linguaggi e mondi culturali molto diversi tra loro. Dall’altra parte vogliamo condividere strumenti pratici per accompagnare cittadini e piccole realtà del Terzo Settore nell’azione quotidiana che svolgono sui territori e le aziende nell’attivazione di iniziative che producano un effettivo impatto sui contesti in cui operano.  
  
Il progetto infatti prevederà due fasi:  
1) LOCALE — un ciclo laboratori di immaginazione urbana rivolti alla cittadinanza (organizzazioni, gruppi di cittadini, collettivi…) e in parallelo un percorso di formazione rivolto alle aziende che vogliono investire risorse sul proprio territorio di riferimento.

2) CIRCOLARE — in cui realtà territoriali ed aziende si incontreranno per co-progettare idee di progetti artistici da realizzare tra i Municipi 5 e 6, a partire dalle domande e proposte emerse dai laboratori di immaginazione urbana. Le idee saranno raccolte nell’’Atlante dei Desideri, un archivio dinamico di progetti, che troverà espressione grazie alla collaborazione di tutti i soggetti coinvolti.

Locale, Circolare è un progetto realizzato in collaborazione con FROM cha finanziato dal bando Creative Living Lab – Edizione V, promosso dalla Direzione Generale Creatività Contemporanea del Ministero della Cultura.  
  
**CASELLO CANTORE – INFORMAGIOVANI**   
Nel corso della seconda metà del 2023, il Comune di Milano ha pubblicato una gara di appalto per l’attività di animazione e coinvolgimento attivo dei giovani finalizzato al rilancio del servizio Informagiovani presso l’ex casello daziale di Porta Genova a Milano.   
BASE, in partnership con Codici | Ricerca e Interventoe Avanzi Sostenibilità per Azioni ha presentato un progetto che prevede la trasformazione dello spazio nel nuovo centro di progettazione e sperimentazione giovanile, basato sulla co-progettazione e co-gestione dello spazio, luogo di incontro e di dialogo tra pubblico, operatori culturali e sociali, spazi ibridi e youth workers. Frutto della sinergia tra Direzione Promozione Giovanile e Transizione Scuola Lavoro del Comune di Milano, e della cordata BASE – Codici – Avanzi, lo spazio servirà per stimolare processi di empowerment e l’autorappresentazione attraverso la presa di parola e l'azione culturale.  
  
4.2 PLURALS

OBIETTIVI D’IMPATTO:   
ATTIVITA’ CULTURALE   
RETI CORTE E RELAZIONE CON LA CITTA’

BASE Milano negli ultimi anni è divenuto luogo multiforme aggregatore di pubblici e di fasce generazionali che non si riconoscono nelle istituzioni culturali tradizionali. La fascia 16/21 anni è una parte consistente dei fruitori e delle fruitrici delle funzioni permanenti di BASE Milano, ma resta spesso solo orientata all'uso autonomo dello spazio, in particolare di Ground Hall in cui i giovani si ritrovano principalmente a studiare e lavorare.

Tra le voci “al margine” della vita culturale pubblica, quella degli e delle adolescenti è oggi fortemente eterogenea per riferimenti culturali, provenienza geografica, lingua madre, valori, aspettative e bisogni. Allo stesso modo vengono ignorate rivendicazioni, bisogni, desideri, ostruendo il diritto delle nuove generazioni di dare forma al futuro: la frattura intergenerazionale e il mancato dialogo, causato una forte sfiducia e disaffezione verso le istituzioni.

Da queste considerazioni, a partire dal 2023 BASE ha iniziato a piantare i semi di alcune progettualità rivolte ai cosiddetti **plurals** \*(L’agenzia di comunicazione e marketing, Frank N. Magid Associates, ha denominato come "The Pluralist Generation" o 'Plurals' i nati dal 1996 fino ai giorni nostri) attraverso la creazione di percorsi di esplorazione e sperimentazione dei linguaggi creativi non tradizionali e il coinvolgimento nella produzione artistico-culturale: dei laboratori di opportunità attraverso i quali ragazze e ragazzi possano curare idee, progettualità, azioni condivise che tengano insieme anche la loro visione.

Nel corso del 2023 sono stati dunque disegnati i pilastri che guidano la progettazione rivolta ai Plurals:

* 1. **ACCESSO E PROTAGONISMO CULTURALE**   
     Il potere della creatività e dell’arte sono strumenti fondamentali di apprendimento, empowerment, cittadinanza attiva e costruzione di senso individuale e collettivo. Attivare questi processi attraverso percorsi accessibili e inclusivi di formazione alle pratiche artistiche performative e ai linguaggi del contemporaneo permette ai giovani e alle giovani di passare da semplici fruitori di prodotti culturali e di intrattenimento a protagonisti critici e attivi. Abilitare l’accesso culturale e creare spazi di opportunità e relazioni inter e intra generazionale lavora nella direzione di costruire comunità di senso e progettualità condivise, che tengano conto anche della visione delle nuove generazioni.
  2. **ATTIVISMO CIVICO**  
     la creatività diviene strumento di un agire politico dal basso, rappresentando il suo ruolo nell'attribuzione del senso dell'agire sociale: una spinta per pensare, progettare e agire per produrre il cambiamento che si vuole vedere nei propri contesti di vita, sia a livello micro (nella propria scuola, quartiere, compagnia di amici), sia a livello macro (movimenti globali per il clima, diritti civili).
  3. **SPAZIO PUBBLICO**  
     un luogo da reinterpretare come spazio di gioco e campo di battaglia, da riporre al centro della vita culturale, sociale e politica della città anche attraverso il coinvolgimento attivo delle nuove generazioni: un percorso condiviso di riflessione e re-immaginazione degli spazi urbani – oltre che quelli culturali - che mette al centro il ruolo attivo e creativo dei e delle ragazze, al fine di modellare città a misura dei e delle giovani e delle loro istanze.
  4. **RUOLO DEI CENTRI CULTURALI DI NUOVA GENERAZIONE**   
     intesi come presidi territoriali in grado di dialogare con il tessuto cittadino attraverso il potente strumento dell’arte, sono spazi di cerniera tra l'alto e il basso, istanze e desideri. Ponendosi in una posizione di ascolto, coinvolgendo attivamente le reti locali già attive nell’ambito delle politiche giovanili, raccogliendo e aggregando energie, fornendo spazio di auto-rappresentazione e movimento alle nuove generazioni, i centri culturali possono diventare partecipanti attivi nella trasformazione dei territori.

I PROGETTI:  
**ARE YOU NOT ENTERTAINED?** (ottobre 2023- ottobre 24)  
In collaborazione con Stratagemmi Prospettive Teatrali, è un percorso di avvicinamento alle arti performative e alle nuove professioni culturali dedicato a ragazze e ragazzi con l’obiettivo di ribaltare la loro posizione rispetto alla cultura, dall’ “intrattenimento passivo” al “coinvolgimento attivo”.   
Attraverso la realizzazione di un percorso articolato di formazione, narrazione, capacity building e produzione culturale, il progetto ambisce ad attivare processi di engagement ed empowerment,  
Il progetto è diviso in tre moduli:

* 1. Laboratori artistici: tre programmi di formazione che esplorano e intrecciano tra loro tante discipline e linguaggi del corpo e della danza, del teatro e della musica, curati dagli artisti associati di BASE Milano (Elisabetta Consonni, Corps Citoyen, MOMBAO, duo di performer e musicisti).
  2. Osservatorio: Una vera e propria redazione giornalistica curata da Stratagemmi Prospettive Teatrali.
  3. Produzione culturale: un programma esperienziale di formazione per la co-progettazione e realizzazione di un evento inserito nella programmazione di BASE Milano, in collaborazione con lo staff.

Il progetto è stato finanziato da Fondazione di Comunità Milano, nell’ambito di Bando 57.  
  
**IO ODIO LEGGERE (gennaio 2023-dicembre 2024)**  
Il progetto mira ad avvicinare le nuove generazioni al mondo dei libri attraverso il coinvolgimento attivo di un gruppo di ragazzi e ragazze, a cui spetterà̀ la progettazione di laboratori e di una redazione social che, oltre a curare i contenuti online, si occuperà̀ della curatela di un Public Program diffuso all’interno di librerie, biblioteche e spazi culturali allo scopo di avvicinare i propri coetanei alla lettura, incoraggiando lo sviluppo di una community di lettori e lettrici attraverso uno scambio peer-to-peer.  
Il progetto sviluppato dall’Associazione Coi Ludosofici in partnership con La Cordata e BASE Milano ha visto a ottobre 2023 il lancio di una call per coinvolgere ragazzi e ragazze di età̀ compresa tra i 16 e 20 anni, all’interno del Municipio 6, con particolare riferimento al quartiere Barona. Nella seconda parte del 2024 si attiverà la parte laboratoriale coordinata da BASE Milano, che guiderà il gruppo formato in una esplorazione esperienziale di “lettura del mondo”, attraverso i linguaggi performativi, la musica, la danza, e la serigrafia.   
  
Il progetto è stato finanziato da Fondazione Cariplo nell’ambito del bando Per la Lettura, nella sua edizione 2022.  
  
**TRAP COMMUNITY OPERA (ottobre 2023-giugno 2024**)  
un percorso artistico partecipativo che coinvolgerà gruppi di ragazze e ragazzi nella creazione di una performance scritta, suonata e messa in scena tra lo spazio pubblico del quartiere Giambellino e gli spazi di Base Milano. Gli adolescenti di prima e seconda generazione tra i 15 e 20 diverranno a tutti gli effetti protagonisti della creazione dell’opera, dall’ideazione alla realizzazione finale, creando un'opera musicale in chiave contemporanea.

A dicembre 2023 è stata lanciata una call per invitare ragazzi e ragazze a partecipare al percorso, in occasione di una serata di musica, live session, open mic.

Il progetto nasce dall’idea di Milano Mediterranea, il centro d’arte partecipata decoloniale che parla le lingue del mediterraneo, e Corps Citoyen, il collettivo artistico multidisciplinare con sede tra Tunisi e Milano, in collaborazione con BASE Milano e con il contributo di Fondazione di Comunità Milano nell’ambito della rassegna Musicami.

4.3 ARTIST E DESIGNER

OBIETTIVI D’IMPATTO:   
ATTIVITA’ CULTURALE

Nel 2023 BASE si impegna a implementare il proprio programma dedicato alla ricerca, costruendo un percorso multidisciplinare di residenze che accoglie artiste e artisti, designer, attivi a livello nazionale e internazionale nell’ambito delle arti performative, visive e del design.

L’elemento della transdisciplinarietà rimane fondamentale in questo processo di internazionalizzazione, che vede BASE sempre di più posizionarsi come luogo ancora e piattaforma riconosciuta a livello europeo dedicata alla ricerca creativa in grado di:

* + favorire la prototipazione di modelli organizzativi, di sostenibilità e circuitazione
  + valorizzare i momenti di residenza artistica come occasioni di crescita professionale e di rete
  + sostenere e ospitare artist, designer, creativ under 35

Quest’anno BASE ha avviato un processo di sistematizzazione delle residenze creative, individuando nuove strategie, attivando soprattutto nuove reti e collaborazioni e sperimentando differenti modalità di erogazione del servizio.

Il programma annuale 2023 ha visto esplodere i temi legati all’acronimo I.D.E.A. (Inclusion, Diversity, Equity, Access), dando soprattutto spazio a creative e creativi appartenenti a comunità sottorappresentate o la cui ricerca verte sui temi D&I.

All’approccio multidisciplinare, che predilige la sbordatura tra differenti linguaggi, si unisce un approccio intersezionale, che mette al centro un’attenzione nuova alle differenti identità:

* + garantiamo uno ambiente protetto di ricerca e produzione offrendo spazio di lavoro, risorse economiche e tecniche, momenti di confronto e percorsi di mentoring
  + costruiamo collaborazioni a lungo termine e coinvolgendo artiste e artisti in residenza nella co-progettazione del public program di BASE
  + inneschiamo un dialogo aperto e reale con la comunità artistica, esplorando idee e approcci su come affrontare le questioni del contemporaneo

I quattro principi su cui costruiamo il nostro programma dedicato alla ricerca in ambito artistico e creativo:

* 1. LABORATORIO DI SPERIMENTAZIONE   
     Diamo spazio al processo: via libera all’errore, alla possibilità di tentare e testare, pensare e produrre, creare e condividere. Stabiliamo relazioni a lungo termine con le comunità creative e lavoriamo con loro per sperimentare nuove idee, all’incrocio tra l’arte performativa e il design, la fotografia e la danza, l’arte pubblica e la musica.
  2. LA CURA È POLITICA   
     Mettiamo a disposizione supporto tecnico, mentoring e ricorse economiche garantendo uno spazio di ricerca e produzione, favorendo la connessione tra comunità artistica e il contesto locale, offrendo uno spazio di lavoro dedicato, protetto e di comfort, e ospitalità.
  3. ESSERE ATELIER DI CITTÀ   
     Immaginare nuove forme dell’abitare non è solo compito dell’architettura: sosteniamo artist emergenti sul territorio e sfidiamo la comunità artistica ad immergersi nella realtà di città per rompere regole e confini, riconfigurare spazi e relazioni umane, mettere in dialogo arte e dimensione pubblica attraverso i linguaggi artistici.
  4. MOTORE DI CAMBIAMENTO   
     Ripensare il contemporaneo attraverso i linguaggi artistici: il nostro programma di residenze rende visibili corpi, identità, culture e nature impreviste, inserendosi nel framework di riflessione più ampio di BASE, che ci vede impegnati a mitigare forme di razzializzazione e colonialismo culturale, abilismo e discriminazione di genere.

Le residenze artistiche sono per BASE uno strumento di connessione, relazione e networking con altri soggetti della cultura, con reti nazionali ed internazionali, con il territorio. Crediamo che le residenze artistiche stiano alla cultura così come la ricerca scientifica e l’università stanno alla scienza.   
   
Il numero di soggetti coinvolti cresce e si diversifica sulla base di alcuni criteri di coinvolgimento tra cui diversità e inclusione, assicurandoci che la popolazione artistica rifletta una diversità di prospettive, background culturali, generi, età e identità; originalità e innovazione, valutando la capacità di contribuire al confronto pubblico con nuove idee, concetti o tecniche creative; coinvolgimento nella comunità artistica, dando spazio a chi dimostra un forte coinvolgimento nella comunità artistica locale o internazionale; potenziale di crescita, dando la priorità a soggetti e realtà emergenti; impatto sociale e culturale, considerando come il lavoro artistico possa contribuire a un impatto positivo sulla società, promuovendo la riflessione e il dialogo su temi rilevanti.

Il 2023 è stato un anno importante per BASE sotto molti punti di vista. Per quanto riguarda le residenze, l’elemento di innovazione che ha caratterizzato il programma si è definito nella sperimentazione di processi di co-curatela e di collaborazione più ampia con altri operatori e realtà culturali. È questo il caso di Birds Of Passage, framework curatoriale costruito in collaborazione con Mistura Allison, torica dell’arte e curatrice, laureata in Storia dell’Arte e Architettura all’Università di Reading e in African Studies e Heritage a UCL e editore fondatore di Ashiko magazine. La call ha coinvolto BASE e Moleskine Foundation nella realizzazione di una call che ha raccolto circa 400 candidature provenienti da artisti singoli e collettivi, ingaggiati sul tema della decolonizzazione culturale in una prospettiva transfemminista e panafricana.   
Con il collettivo Al.Di.Qua. Artists abbiamo avviato un lavoro propedeutico alla redazione del Manifesto I.D.E.A. di BASE e, parallalelamente, uno dedicato alla ricerca e alla sperimentazione di modelli di residenza che siano accessibili a persone con disabilità. Uno degli output è stato un questionario che mappa le necessità di ciascun artista ex post per valutare l’accoglienza degli spazi di lavoro, del personale di supporto, degli spazi dedicati all’ospitalità.

Sempre di più le residenze si inseriscono nella cornice del Public Program di BASE: uno spazio per agire all’intersezione tra le arti e la società, accogliendo approcci che incoraggiano lo scambio di conoscenze e competenze e che portano a collaborazioni trasversali. Aprendo uno spazio di possibilità verso l’incerto, l’in-divenire e il fallimento, BASE si impegna a proteggere la fragilità del processo creativo, dando spazio all’errore e alla sperimentazione, supportando il concetto di safe space. In questo senso particolare cura viene posta nella realizzazione di open studio e momenti di condivisione, creando spazi di confronto dove i creativi possono ricevere feedback e avviare uno scambio con il pubblico. Questa modalità garantisce ai residenti il diritto di fallire e di sperimentare liberamente, vincendo il rischio di serialità e ripetitività indotto dalle pressioni temporali e convenzionali del sistema produttivo.

LE RESIDENZE DEL 2023   
Nel 2023 le residenze hanno inoltre ospitato circa 40 artist, designer, creativ, che sono stati protagonisti di percorsi di ricerca che abbiamo suddiviso in 4 cluster:

* + ARTISTI ASSOCIATI   
    Prosegue il percorso di affiancamento e supporto per il triennio 2022/2024 a Elisabetta Consonni, MOMBAO e Corps Citoyen, artisti multidisciplinari che lavorano in ambito internazionale e la cui ricerca attraversa linguaggi differenti, affrontando sfide e questioni contemporanee.   
    Nel 2023 hanno co-curato parte del programma di FAROUT Festival, confrontandosi con figure del panorama artistico e culturale internazionale, dando vita al progetto Clessidre, talismani per abitare il tempo.   
     Elisabetta Consonni (IT / 30 gg di residenza) i suoi lavori mirano a espandere la pratica della coreografia cercando dispositivi performativi per incorporare dinamiche e temi del sociale. Il suo attivismo in ambito sociale e civico, prende la forma artistica di un processo che indaga l'uso e il significato sociale dello spazio pubblico e la declinazione delle competenze coreografiche nelle pratiche comunitarie.   
     Corps Citoyens/Anna Serlenga e Rabii Brahim (IT / 30 gg di residenza) collettivo artistico pluridisciplinare basato tra Tunisi e Milano. La pratica del collettivo si compone di diversi strumenti disciplinari (danza, teatro, poesia, video, animazione, scrittura e ricerca antropologica) per creare nuove narrazioni contemporanee.   
     MOMBAO (IT / 30 gg di residenza) duo musicale composto da Damon Arabsolgar e Anselmo Luisi e la loro musica è fortemente orientata alla trans-territorialità ed alla trasversalità linguistica. La loro ricerca li porta a mescolare nelle loro performance delle modalità di fruizione a metà tra un concerto rock e un rituale, con una particolare attenzione all’elemento partecipativo.

* + I.D.E.A   
    In continuità con la linea strategica e programmatica quadriennale di BASE Same Same But Different, che si fonda su un approccio corale e intersezionale, vertendo sui temi raccolti nell’acronimo I.D.E.A (Inclusion, Diversity, Equity, Access), le residenze 2023 hanno accolto artist, creativ, designer la cui ricerca intreccia la pratica artistica con la riflessione intersezionale su temi D&I.   
     Sagal Farah (SOM/DE - 15 gg di residenza) nell’ambito di Birds Of Passage ha sviluppato la propria ricerca dal titolo Solar Noon, un’indagine sul concetto del riunirsi, a partire dall’esperienza diasporana e dalla vita in Somalia. L’esito della residenza è stato un open studio realizzato in forma di cena di comunità a cui hanno partecipato circa 30 persone della comunità somala milanese.   
     SA Smythe (USA – 15 gg di residenza) nell’ambito di Birds Of Passage teorico critico, educatore e artista transmediale. La sua pratica artistica combina poesia, composizioni di partiture, performance, sculture di luce per disegnare cartografie di (non-)appartenenza nera e trans. Durante la residenza ha sviluppato il terzo movimento di “proclivity”, una suite di nove movimenti che mescola strumenti in loop dal vivo, canali sonori interattivi, sculture di luce, gesti e proiezioni video multischermo.   
     Al.Di.Qua Artists (IT – 15 gg di residenza) nata durante il lockdown del 2020, agisce con l’obiettivo di posizionarsi per l’autonomia ed i diritti di artist con disabilità, allo stesso tempo mirando a trasformare il modo con cui le persone con disabilità sono mostrate nei media principali e nell’immaginario collettivo.   
     Soukaina Abrour (IT – 15 gg di residenza) è nata in Marocco e cresciuta in Italia. Laureata all'ABA Venezia, ora vive e lavora tra Milano e Venezia. La sua ricerca indaga la costruzione del sé considerando le sue moltitudini umane e non umane, passate e future, attraverso la fabulazione e la sua materializzazione in nuove forme. Durante la residenza presso BASE ha sviluppato una ricerca intorno alla performance Mra7ba, in collaborazione con Centrale Fies e Razzismo Brutta Storia.   
     Simon Dogger (NL - 30 gg di residenza) è un designer cieco. Il suo studio di design nei Paesi Bassi si concentra sull’accessibilità sociale, finanziaria, mentale e fisica di spazi, prodotti e istituzioni. Attraverso l’uso del suono, dell’olfatto, del tatto e della vista, Dogger traduce l’arte 2D in oggetti tangibili, progettando nuove esperienze di fruizione e sviluppando una metodologia per l’arte e l’educazione al design. Durante la resdeinza, in collaborazione con Matteo Proietti, ha esplorato la possibilità di trasformare BASE in un luogo culturale ancora più accessibile.
  + TERRITORIO e COMUNITA’   
    BASE crea costruisce spazi di immaginazione collettiva oltre i confini di un’istituzione culturale: con i progetti sul territorio ci impegniamo nella creazione di una solida rete locale per condividere idee e mettere in circolo creatività, contribuendo allo sviluppo locale del territorio.   
     Lucia Di Pietro (IT - 15 gg di residenza) è una coreografa. Nella propria pratica artistica combina performance, arte relazionale, opera site specific e pratiche somatiche. Si allontana dalla coreografia tradizionale, scegliendo di perseguire un’idea di coreografia capace di costruire relazioni con il presente, con i territori e con le loro forme emerse e sommerse. Durante la residenza presso BASE ha sviluppato una ricerca intorno allo spettacolo CALL ME – Conferenza sullo scomparire.

Isabella Martin (DK – 45 gg di residenza) è un’artista visiva che lavora con le persone e i luoghi, esplorando il modo in cui ci adattiamo al mondo e ci mettiamo in relazione con la realtà circostante. Con BASE ha sviluppato il progetto Playing Ground – giocare con la città, sotenuto dalla fondazione Maurizio Fragiacomo, che ha visti coinvolti 40 bambini e bambine dell’Istituto Moisé Loria.   
 Davide Tagliabue (IT – 30 gg di residenza) nasce a Monza, dove tuttora vive e lavora. Laureato presso il Politecnico di Milano in ingegneria edilizia, si specializza grazie a una borsa di studio presso la YACademy di Bologna in architettura del paesaggio. Per BASE ha sviluppato una residenza in collaobrazione con gli studenti dell’Istituto comprensivo Moisé Loria   
 ZIMMERFREI (IT – 15 gg di residenza) gruppo di artisti dalle pratiche trasversali (Massimo Carozzi, Anna de Manincor, Anna Rispoli) fondato nel 1999 con base a Bologna e Bruxelles. ZimmerFrei si dedica all’investigazione di spazi urbani reali e immaginari, mescolando pratiche provenienti dal cinema, teatro e musica. Durante la residenza ha lavorato con la comunità territoriale per creare i materiali dello spettacolo DE LOS MUERTOS, presentato durante il festival FAROUT.   
 Maria Luigia Gioffré (IT – 15 gg di residenza) è un'artista multidisciplinare che integra teatro, performance, arte visiva, pratiche curatoriali e poesia. È fondatrice del progetto curatoriale In-ruins, dedicato agli intrecci tra arte contemporanea e paesaggi archeologici, nelle aree geografiche ionica e mediterranea. Durante la resdienza a BASE ha approfondito la ricerca realtiva allo spettacolo After Party selezionato per essere presentato alla Biennale di Venezia nell’ambito del bando Registi Under 35.

* + RETI INTERNAZIONALI   
    BASE costruisce il programma di residenze anche attraverso la collaborazione con una rete internazionale di partner: istituti di cultura, università, istituzioni, fondazioni. Nel 2023 BASE ha consolidato alcuni rapporti e avviato nuove relazioni coinvolgendo diverse realtà tra cui: Insitut Français, Onassis Foundation, British Council, Ambasciata Olandese.   
     Università Tecnologico De Monterrey (MEX –15 gg di residenza) Base ha accolto Alexis Adriaìn Valdeìs Zanatta, Lorena Zayas de Vizcaya, Lourdes Aguilar Espinal, Fabian Eduardo Iniesta Espinosa che hanno lavorato nell’ambito del design, confrontandosi con i temi D&I, costruendo artefatti analogici che hanno esposto durante design week.   
     Eléa Jeanne Schmitter (FR – 23 gg di residenza) è stata ospite di BASE nell’ambito di NUOVO GRAND TOUR, il programma multidisciplinare di residenze artistiche per giovani talenti europei promosso dall’Ambasciata di Francia in Italia e l’Institut Français Italia. È fotografa, artista concettuale e ricercatrice e durante la residenza a BASE ha lavorato sul concetto di mascolinità nello sport attraverso un approccio e uno sguardo femminista.   
    Nell’ambito di We Will Design e del progetto TEMPORARY HOME BASE ha accolto cinque designer internazionali in residenza, che hanno attraversato un periodo di 15 giorni di ricerca, condividendo il proprio lavoro con il pubblico:   
     Adi Hollander, Andreas Tegnander, Ildikò Horvàt (NL) ospiti di BASE con il sostegno di Dutch Consulate hanno lavorato all’installazione TRAVELING TACTILE CONCERT, un’installazione sonora e un concerto itinerante aptico/tattile in cui i visitatori sono invitati ad ‘ascoltare con il proprio corpo’.   
     Sanne Visser (UK) ha partecipato alle residenze di BASE grazie al sostegno di British Council con il progetto “Locally Grown” coinvolgendo il pubblico in un’installazione interattiva per mostrare come i capelli possano essere una risorsa riciclabile, aprendo un discorso più ampio su un futuro di sostenibilità a partire da questo materiale riutilizzabile.   
     Emma Sfez (FR), sostenuta da Institut Français, ha presentato il progetto con “Queering School/s”, con cui lancia una sfida e una riflessione sui linguaggi, le rappresentazioni, le immagini, le strutture e le narrazioni che circolano e si sono radicate nel sistema educativo.     
     Louisa Wolf (DE), sostenuta da Goethe Institut, si è concentrata su Botanical Role Play che sfida narrative e relazioni basate su norme binarie suprematiste e di controllo. Studi di genere, femminismo e BDSM si intersecano con la botanica e il giardinaggio attraverso una varietà di strumenti, outfit e oggetti in uno spazio dove piante e il genere umano possono esplorare.   
     Maria Varela (GR), con il supporto di Onassis Foundation ha approfondito la ricerca sul progetto BUTTERFLIES OF THE BEAUTIFUL, che traduce i report delle Nazioni Unite sull’uguaglianza di genere in farfalle generate da un algoritmo, prendendo spunto dal protagonista della storia di Nathaniel Hawthorne “The Artist of the Beautiful”, sottoponendo ad un punto di vista contemporaneo la battaglia tra estetica e praticità, la combinazione di Arte, Scienza e Tecnologia all’interno di un processo creativo e lo stato dell’ambito femminile contemporaneo globale.

4.4 VIAGGIATOR

OBIETTIVI D’IMPATTO:

RETI CORTE E RELAZIONE CON LA CITTÀ

Un modo diverso di concepire l’ospitalità, un luogo dove sentirsi a casa e immers al tempo stesso in un progetto culturale pioneristico, per tutte le persone che desiderano esplorare la creatività.

È l’ostello di BASE, che è attivo sia come foresteria per il pubblico, sia come residenza per la community creativa che vive e frequenta gli spazi di BASE per fare ricerca, produrre e presentare al pubblico i propri lavori. Le aree comuni, inoltre, vengono utilizzate anche come set cinematografici, per shooting fotografici, mostre, performance e concerti.   
CasaBASE, infatti, è un modo diverso di concepire i luoghi e le forme di ospitalità, che è un’ospitalità integrata tra lo stare e il farsi coinvolgere, un equilibrio tra la permeabilità alle energie di BASE, del distretto creativo del quartiere Tortona-Solari e di Milano, ma anche un luogo protetto, una base a cui tornare quando si ha voglia di rallentare per sentire la dimensione di un tessuto relazionale in grado di accogliere.   
In alcuni periodi dell’anno casaBASE si trasforma completamente, diventando palcoscenico, scenografia e in alcuni casi soggetto attivo di momenti culturali, primo fra questi, durante We Will Design, la Design Week di BASE, in cui diventa allo stesso tempo residenza per designer, atelier e laboratorio in cui il pubblico entra direttamente in contatto con il processo creativo che normalmente rimane escluso dalla liturgia del Salone del Mobile.   
Come funziona? All’inizio di ogni anno la direzione artistica e il team di lavoro dedicato alla community di artisti, artiste e designer definisce il calendario annuale delle residenze, stabilendo le necessità di ciascuna di queste e facendole combaciare con le esigenze di sostenibilità economica di casaBASE. Si definisce inoltre un margine ragionevole per poter accogliere artisti, artiste e designer con cui BASE entra in contatto durante l’anno. Quest’anno la percentuale di occupazione dedicata alle residenze artistiche è stata del 18% (per un valore economico delle camere di poco meno di €60.000), mentre quella destinata ad altre nostre produzioni e collaborazioni, è stata di un ulteriore 10%.

Si segnala che complessivamente, sull’anno 2023, casaBASE ha registrato un notevole incremento delle entrate rispetto all'anno precedente, con un aumento complessivo del 17% dei ricavi annuali rispetto al 2022, attestatisi nel 2023 su un valore di €218.407. Gli unici mesi in cui il fatturato ha registrato un calo sono stati aprile e ottobre, i mesi dedicati alle due maggiori produzioni di BASE, We Will Design (che culmina durante la Milano Design Week) e Farout, il nostro festival di arti performative, in cui BASE destina gratuitamente o a prezzi calmierati la propria foresteria alla sua community creativa.

L'occupazione della foresteria, considerando sia l'utilizzo delle camere prenotabili tramite i canali disponibili sia dei progetti interni, ha rappresentato il 73% delle notti totali nel 2023.   
   
I principali canali di prenotazione utilizzati sono Booking.com, Expedia e il sito ufficiale di BASE, quest'ultimo consentendo anche la richiesta di affitto degli spazi per shooting o altri eventi privati.

La provenienza dei e delle ospiti è così distribuita:

Italia: 34,66%

Francia: 8,52%

Germania: 7,18%

Spagna: 5,88%

Regno Unito: 5,28%

Paesi Bassi: 3,27%

Polonia: 2,99%

Svizzera: 2,53%

Australia: 2,36%

Stati Uniti D'america: 2,15%

A scendere, ciascun pase con una percentuale tra l’1 e il 2%: Portogallo, Brasile, Belgio, Repubblica Ceca, Irlanda.

Il 42% delle persone che hanno pernottato in casaBASE ha meno di 30 anni.

4.5 PROFESSIONIST DELLA CULTURA E DEI MEDIA

OBIETTIVI D’IMPATTO:

RETI CORTE E RELAZIONE CON LA CITTA’   
ECOSISTEMA BASE: IMPRENDITORIALITA’ A IMPATTO

Una fucina di idee e progetti creativi, una sala dedicata alla musica, uno studio di registrazione, una casa per i progetti ad alto impatto sociale. BASE è anche un luogo fisico in cui professionist della cultura e dei media possono trovare ampi spazi di scambio e pensiero collettivo, lavorando in uno stesso ecosistema creativo. Siamo in BURÒ, la Project House di BASE Milano. Cos’è una Project House? Il BURÒ non è esattamente un coworking ma qualcosa di più speciale: una Project House. Vuol dire che selezioniamo le realtà che vogliono venire a lavorare qui in base all’affinità con i nostri progetti, la nostra visione e i nostri valori ma anche in base all’ecosistema della nostra Community che, ovviamente, varia nel tempo.

Fanno parte del burò:

* 1. La Project House: ospita il team di BASE e le più belle realtà dell’industria creativa: illustrator, studi di architettura, design, arte digitale, ricerca, consulenza e tecnologia, web marketing e tanto altro.
  2. musicROOMS: Il punto d’incontro per professionist del settore musicale, artist, produttor, ingegner del suono, agenti, promotor e appassionat di musica. Le musicROOMS sono lo spazio permanente interamente dedicato alla musica: 600 mq che includono un’area di lavoro che funziona secondo il modello della project house per freelance e neo-imprese ad alto potenziale di innovazione. Elemento iconico delle musicROOMS è la CAPSULA, un box trasparente attrezzato per riprese a 360°, streaming, audizioni, sessioni di ascolto e di registrazione, showcase, eventi ad inviti, workshop.
  3. Cariplo Factory: Al terzo piano del BURÒ si trova Cariplo Factory, un hub di innovazione che attiva una filiera del talento in grado di includere percorsi di formazione esperienziale, programmi di accompagnamento imprenditoriale, progetti di open innovation, investimenti di Venture Capital e attività di supporto all’internazionalizzazione.
  4. LearningROOMS: A BASE si può sempre imparare qualcosa di nuovo. Meeting, talk, formazioni, workshop, momenti di residenza: le LearningROOMS sono il posto che fa per te.

La community di persone che ha la propria sede di lavoro a BASE è cresciuta esponenzialmente negli anni, passando da 83 persone nel 2020 alle 583 del 2023, per un totale di 43 realtà creative insediate tra burò e musicROOMS, di cui 4 nuove arrivate nel corso dell’anno, a cui si aggiungono i progetti incubati da Cariplo Factory. La percentuale di occupazione degli spazi si è attestata al 75% per le postazioni nelle aree di open space e al 100% per gli uffici.

Le competenze delle realtà presenti coprono una vasta gamma di ambiti, con una significativa concentrazione in settori come Comunicazione/PR/Marketing, Linguaggi digitali e Progettazione/Sviluppo/Ricerca.

|  |  |
| --- | --- |
| **Ambito** | **N. realtà** |
| Comunicazione / PR / Marketing | 18 |
| Linguaggi digitali | 16 |
| Progettazione / sviluppo / ricerca | 16 |
| Web design / IT / gaming | 6 |
| Design | 5 |
| Visual art / grafica / illustrazione | 10 |
| Architettura | 2 |
| Arte pubblica | 5 |
| Fotografia/Videomaking | 7 |
| Musica/Clubbing / djset | 3 |
| Editoria / media / giornalismo | 13 |
| Audiovisivo | 3 |
| City making | 6 |
| Green sustainability | 8 |
| Performing Arts | 2 |
| Moda | 1 |

È interessante notare che nonostante l'alta attività e il dinamismo della community, il turnover è rimasto basso anche nel 2023, confermando il dato dello scorso anno e attestandosi su 3 anni di permanenza media. Delle 7 realtà che hanno lasciato la Community nel 2023, quattro lo hanno fatto per necessità di spazi più ampi dovuta alla crescita dell’organico - tante delle realtà ospitate si insediano in fase di startup e attraversano importanti traiettorie di sviluppo-, il che rappresenta un altro indicatore di soddisfazione generale e una stabilità nella relazione con BASE.

La Project House di BASE, infatti, non è mai percepita come un semplice ufficio: è un ecosistema fertile in cui seminare idee, coltivare relazioni e far crescere i propri progetti. Quest’anno sono state 11 le realtà residenti a scegliere BASE come partner per co-produrre iniziative ed eventi legati alle proprie attività.

Tra i progetti realizzati:

* + Future4cities - il festival delle città che cambiano, organizzato da FROM, in collaborazione con BASE, Chora Media e Will Media. Due giorni di talk, visite guidate, ospiti ed eventi con 371 progetti candidati.
  + Con RAME abbiamo promosso diversi eventi a tema educazione finanziaria: le ormai consuete “Fuckup Night” in cui vengono intervistate persone di successo che parlano dei loro fallimenti. “Nudismo finanziario”: conversazioni live con esponenti del mondo della cultura, dell’imprenditoria, dell’arte, dello spettacolo che hanno il coraggio di mettersi a nudo partendo dalla domanda Quanti soldi hai? Infine la nuova rassegna in collaborazione con Volvo Studio HO SBAGLIATO TANTE VOLTE, due appuntamenti con alcuni grandi protagonisti della musica contemporanea - MALIKA AYANE e Francesco Bianconi, Rachele Bastreghi, Claudio Brasini, ovvero BAUSTELLE che hanno raccontato di sè attraverso le opere, i cambiamenti e appunto gli errori.
  + La storica collaborazione con Perimetro ha portato nel 2023 a due call for images: “EXCLUSION” e “UNIFORMITY”. Gli scatti selezionati sono stati stampati ed esposti sul wall a BASE Milano e presentati in occasione dei talk e degli eventi di Same Same But Different, la campagna identitaria di BASE Milano. Le “samesamecall” sono promosse da BASE Milano, di volta in volta con partner diversi, per raccontare la pluralità, includendo persone di ogni età, abilità, genere e razza.
  + Insieme a Chora Media, BASE ha arricchito la rassegna estiva con una serie di seguitissimi talk con ospiti vari sui podcast da loro realizzati, spaziando su argomenti diversi.
  + Con Cesura abbiamo realizzato la mostra “Realpolitik 2018 — 2023”, il progetto fotografico di critica e riflessione satirica sull’iconografia di propaganda e comunicazione politica italiana contemporanea.
  + Con Food Ensamble abbiamo presentato “Il primo concerto che puoi mangiare”: un insolito e magico evento di musica e cucina.
  + Insieme a Valerio Bassan, abbiamo organizzato “Celebrità di Internet”, un evento a metà tra stand-up comedy e game show.
  + Infine BASE è diventata partner del Creativity Pioneers Fund di Moleskine Foundation, che mira a mobilitare uno sforzo collettivo che promuova la creatività come strumento di cambiamento sociale.

Tutto questo non succede per caso: lo staff di BASE, e in particolare il team di community management è attivo tutto l’anno per facilitare la creazione di connessioni e sinergie progettuali, organizzando momenti di incontro sia tra organizzazioni e aziende specifiche, sia eventi rivolti a tutte, nell’ottica di favorire il networking e consolidare legami all’interno della community.

Nel corso del 2023, tra le iniziative menzioniamo la festa d’inverno (+70 partecipanti) e quella di primavera (+100 partecipanti), un aperitivo nel periodo di Natale (+80 partecipanti), e un incontro di degustazione di vini biologici, “Natural born drinkers”, nato su impulso di alcuni residenti del burò. Sono state organizzate anche visite guidate di alcune esposizioni di BASE, come quella in occasione della Design Week, e workshop immaginati per accrescere le competenze all’interno della community.   
   
Un ulteriore sviluppo importante è stata l'introduzione, a partire da ottobre 2023, di servizi a prezzi calmierati, tra cui quello di osteopatia ed educazione finanziaria; si prevede di implementare l’offerta nel 2024 con consulenze in ambito di benessere alimentare e counseling. Questi servizi sono pensati per migliorare la qualità della vita dei residenti, nella direzione di un'idea di spazio di lavoro (e di lavoro in generale) sempre meno in conflitto con il concetto di benessere.   
  
Le professioniste e i professionisti che offrono i loro servizi alla community di BASE sono entrat in contatto con il management degli spazi di lavoro principalmente tramite passaparola, avvenuto per mezzo di membri dello staff o di realtà residenti con cui avevano collaborato in precedenza. Lo sviluppo e l’incremento di questo tipo di servizi attraverso iniziative bottom-up è per noi un buon indicatore di coinvolgimento delle aziende nella vita e nell’attività della community.

Ogni attività con e per la community per l’anno 2023 è stata discussa nel corso di 7 riunioni interne, denominate “Tavoli di Sviluppo” organizzati con cadenza bimestrale dal team di community management e a cui hanno partecipato l’AD, la Direttrice Operativa, membri dei team comunicazione, progettazione e, occasionalmente, produzione.

Relativamente al contributo degli spazi di lavoro al modello di sostenibilità di BASE, per il 2023 la Project House si è rivelata ancora un asset fondamentale anche in questo senso, superando del 7% le previsioni di fatturato e chiudendo a €771.433 (a cui va aggiunto l’affitto annuale di Cariplo Factory di 230 mila euro), migliorando del 12% la performance del 2022.

4.6 COMMUNITY ONLINE

OBIETTIVI D’IMPATTO:

ATTIVITA’ CULTURALE

RETI CORTE E RELAZIONE CON LA CITTA’

Il 2023 è stato l’anno dell’implementazione del nuovo pensiero strategico della comunicazione di BASE, che ha concentrato l’attività attorno a tre focus principali:

* + La crescita della community online: community appunto, non pubblico. Questo lavoro si è sostanziato in una ristrutturazione di tre canali fondamentali di comunicazione online, ovvero il sito web di base.milano.it, la newsletter e i social media (con un focus su instagram, facebook e linkedin).
  + L’evoluzione di strumenti e linguaggi, visivi e testuali, per rendere la comunicazione più accessibile e far sì che potesse riflettere nei formati e nei contenuti il valore del percorso di capacity building seguito nell’ambito del piano strategico Same Same but Different.
  + Questo ha portato alla nascita di un memorandum of understanding per la comunicazione accessibile adottato internamente allo staff ma condiviso anche con le realtà che collaborano con BASE, dove si invita, ad esempio, ad adottare le circonlocuzioni e le parole tronche nel rispetto non solo delle variabilità dell’identità di genere e dei corpi, ma anche delle diverse abilità visive e/o familiarità con le evoluzioni del linguaggio c.d. “inclusivo”;
  + L’aggiornamento della comunicazione fisica negli spazi di BASE, perché questa sia sempre più presente, accessibile e utile.

base.milano.it   
A distanza di 6 anni dal rilascio del primo sito web, BASE ha investito nel 2023 nella ricostruzione della propria identità digitale, lavorando per la costruzione di un sito più ricco, veloce e accessibile del precedente.

Il layout, i colori, l’organizzazione dei contenuti e dell’agenda, così come le pagine dedicate ai progetti e alle funzioni principali di BASE sono stati pensati per raggiungere il maggior numero di persone possibili, costruendo uno strumento semplice da consultare, veloce e immediato, predisposto al caricamento di contenuti multilingua e accessibili a screen reader.   
Il nuovo sito web è stato reso disponibile online alla fine di agosto 2023 e ha registrato oltre 450.000 visite dal momento della go live e fino alla fine dell’anno. Gli utenti a visitarlo sono stati 60.000.

le newsletter   
Nel 2023 la newsletter – che da precedente strategia aveva una funzione informativa sul calendario mensile - ha cambiato scopo e forma, diventando un vero e proprio prodotto editoriale di approfondimento sui contenuti e le produzioni di BASE.   
Inoltre, un lavoro sulla profilazione dei pubblici delle diverse produzioni e attività, abbinato ad una campagna di promozione online e offline, ha portato ad un aumento delle iscrizioni di oltre il 100%, insieme alla nascita di due nuove linee editoriali con mailinglist diversificate e appassionate rispettivamente alla musica/eventi e al design.

Instagram, facebook e linkedin: comunicare di più ma in luoghi diversi

Con l’implementazione della nuova strategia, rivolta a potenziare l’engagement online e offline dei nostri pubblici, BASE ha iniziato a proporre su Instagram contenuti di approfondimento ma anche intrattenimento inerenti al programma pubblico, in formati sempre più animati e rivolti a potenziare l’engagement online, riservando a Facebook la funzione di cassa di risonanza e mappa dell’agenda e a LinkedIn quella di voce istituzionale.

Alcuni dati risultanti dall’implementazione della strategia rivolta alle community online:

Instagram: il numero di visite al profilo è cresciuto del 94,5% e la copertura è aumentata del 123,7% rispetto al 2022, assestandosi a 396.000 circa alla fine del 2023

Facebook: il numero di volte in cui è stato visitato il profilo è cresciuto del 161,2% rispetto all’anno precedente e la copertura è salita ad 1,1 milioni, con una crescita del 22,7% rispetto al 2022.

4.7 AZIENDE PARTNER

OBIETTIVI D’IMPATTO:  
RETI CORTE E RELAZIONE CON LA CITTA’   
ECOSISTEMA BASE: IMPRENDITORIALITA’ A IMPATTO

Nel 2023, BASE Milano ha avviato una nuova strategia di coinvolgimento delle aziende esterne, operando su due fronti chiave:

* + Espansione della rete di stakeholder   
    BASE ha dedicato risorse significative alla ricerca e allo sviluppo di nuovi contatti al fine di creare una rete solida e diffusa, mirata a stimolare opportunità economiche innovative.
  + Consolidamento delle partnership esistenti   
    In parallelo, si è lavorato per rafforzare le collaborazioni già in corso. Per facilitare questo processo, BASE ha introdotto una nuova figura dedicata alle attività di marketing e sviluppo aziendale, fungendo da ponte tra l’organizzazione e il mondo delle imprese esterne.

A partire da gennaio 2023, è stata avviata un’approfondita ricerca e conoscenza delle realtà aziendali, guidata da una strategia definita che comprendeva:

* + Analisi di mercato
  + Studio di casi di successo e partnership simili
  + Esame dei dati aziendali (investimenti, budget, struttura organizzativa, rapporti con agenzie esterne, ecc.)
  + Identificazione dei contatti chiave nel settore del marketing
  + Incontri preliminari
  + Sviluppo di progetti personalizzati coinvolgendo team interni a BASE
  + Presentazione di proposte economiche
  + Stipula dei contratti
  + Fasi di pre-produzione, produzione e post-produzione, seguite da reportistica e feedback.

L’obiettivo primario di questo processo è garantire che ogni partnership porti a una crescita reciproca e alla creazione di nuove opportunità.

Si è lavorato parallelamente al consolidamento e all’espansione delle partnership esistenti, ottenendo risultati positivi, come ad esempio:

* + Avvio dei lavori per creare una partnership pluriennale con Campari Soda che abbia il suo avvio nel 2024
  + Il potenziamento della partnership con Carlsberg/Tuborg, con l’idea di aumentare la sponsorizzazione del 50% per il triennio 2024-2026
  + Avvio dei lavori per creare una partnership pluriennale con Lavazza e Fondazione Lavazza che abbia il suo avvio nel 2024
  + La chiusura di una partnership annuale con Volvo. BASE è infatti dal 2023 uno dei grandi partner della programmazione culturale al Volvo Studio Milano con Triennale Milano, BAM, Ponderosa, Via Saterna.

4.8 RETI NAZIONALI E INTERNAZIONALI

OBIETTIVI D’IMPATTO:

ECOSISTEMA BASE: IMPRENDITORIALITA’ A IMPATTO

Per attuare nuove politiche culturali e ampliare la partecipazione ai processi decisionali, è necessario ri-scoprire il valore della co-progettazione. BASE si pone come piattaforma aperta all’interno di processi di co-immaginazione, co-design e co-progettazione che coinvolgono soggetti, realtà e reti nazionali ed internazionali. L’approccio strategico e operativo di BASE parte dal presupposto che non si possa fare cultura senza entrare in relazione con altri ecosistemi in grado di alimentare riflessioni e confronti, aprire nuove prospettive, generare risposte alle grandi questioni dell’oggi.

RETI NAZIONALI

Dal 2020 BASE è socia fondatrice de Lo Stato dei Luoghi, rete che riunisce progetti di rigenerazione urbana a base culturale con l’obiettivo di innovare le pratiche culturali, artistiche, educative e di welfare, per contrastare le disuguaglianze e favorire l’inclusione sociale.

Dal 2013 è partner di “ARTLAB Territori, Cultura, Innovazione” la piattaforma italiana dedicata all'innovazione delle politiche e delle pratiche culturali. Il CEO di BASE è stato nel consiglio di amministrazione di Fondazione Fitzcarraldo dal 2013 al 2019.

Dal 2021 è entrata a far parte della rete Civic Place - I Luoghi del noi promossa dalla Fondazione Italia Sociale. È una rete che mappa i luoghi italiani, che si distinguono per l’importante impegno civico ed è facilmente consultabile attraverso la app Stendhapp.

Dal 2020 BASE ha promosso la realizzazione di una rete qualificata di spazi culturali ibridi sul territorio milanese, che è risultata nel 2022 nell’apertura di un bando del Comune di Milano per la mappatura e il riconoscimento di queste realtà. BASE è entrata formalmente a far parte della Rete Spazi Ibridi Milanesi nel 2022; rete che nasce con l’obiettivo di riconoscere e facilitare la creazione di una rete coordinata delle realtà di socialità, aggregazione e fruizione culturale, attive soprattutto nei quartieri meno centrali di Milano e nate spesso dal recupero di parte del patrimonio immobiliare pubblico e privato abbandonato o sottoutilizzato.

RETI INTERNAZIONALI

Dal 2017 BASE è membro della rete internazionale European Creative Hubs Network, nata con la missione di migliorare l'impatto creativo, economico e sociale degli hub in Europa e nei paesi limitrofi, riconoscendo il valore degli hub ibridi come punti focali per lo sviluppo delle industrie culturali e creative.

BASE è partner di IN SITU, la piattaforma europea che sostiene la creazione artistica nello spazio pubblico. Oggi conta 19 partner provenienti da 13 paesi del mondo, supporta più di 250 artisti e artiste che lavorano in spazi non convenzionali e che hanno contribuito alla valorizzazione e alla trasformazione dei nostri territori. In-Situ è guidato da Lieux publics, European and National Centre for Artistic Creation in Public Space, con sede a Marsiglia (FR) e riunisce Artopolis Association (HU), Atelier 231 (FR), Fira Tàrrega (ES), Freedom Festival (UK), Kimmel Center (USA), La Strada (AT), Lieux publics (FR), Metropolis (DK), Norfolk e Norwich Festival (UK),Oerol Festival (NL), ØstfoldInternasjonaleTeater (NO), Oda Teatri (XK), Provincia al Domein Dommelhof (BE),ScèneNationale De L’Essonne (FR) e un consorzio di 4 partner italiani: ZONA K, BASE Milano/Indisciplinarte, Pergine Festival, Sardegna Teatro.IN SITU riunisce anche 12 partner associati:Cifas (BE), FAI-AR (FR), Anti Festival (FI),BielaNoc (SK), Bússola (PT), Strassentheater Detmold (DE), Tombées delaNuit (FR),Hoooh – TainanStreetArts (TW), Linhai Art Festival & Start Festival (CN), SeoulStreetArts Festival (KR), SuraMedura (LK).

BASE ha avviato nel 2022 il percorso di adesione alla rete Trans Europe Halles, una delle più longeve reti europee che unisce circa 140 centri culturali nati dalla rigenerazione urbana a base creativa disseminati in 40 stati del continente. Il potenziale della rete è stato riconosciuto dal Programma Creative Europe, attraverso l’assegnazione di un network grant quadriennale per il periodo 2017-2021. TEH ha aderito nell’ultimo decennio a diversi progetti di cooperazione: Creative Lenses (2015); Cultural and Creative Spaces and Cities (2018); and DISCE – Developing Inclusive and Sustainable Creative Economies (2019). Questi progetti internazionali ne hanno definito il profilo e il riconoscimento indiscusso come attore di alto profilo e punto di riferimento per il settore.   
Nel 2023 ha partecipato a giugno alla 95° conferenza internazionale a Lipsia e a ottobre alla 96° a Tartu, attivando importanti contatti con gli altri membri del network e preparando l’ingresso ufficiale nella rete nel 2024.

ALTRE RETI PROGETTUALI

Per il triennio 2022/2024 BASE è coinvolto all’interno di BOARDING PASS PLUS, progetto per la professionalizzazione e la mobilità di figure dal mondo della danza, coreografia, curatori e curatrici e producer under 35. Capofila del progetto è il Comune di Bassano del Grappa / Operaestate – Festival Veneto, e la rete di partner comprende Piemonte dal Vivo – Lavanderia a Vapore, Santarcangelo Festival e Short Theatre.

RAPPORTI CON FESTIVAL ITALIANI   
Con SHORT THEATRE abbiamo avviato un percorso di condivisione e sostegno ad artisti e artiste della scena contemporanea come Sara Leghissa, Ilenia Caleo e SIlvia Calderoni, Eva Geatti e Diana Anselmo.

Con CENTRALE FIES abbiamo avviato un percorso di accompagnamento a performer definendo una collaborazione a sostegno della ricerca di Soukaina Abrour.

BASE fa parte del consorzio IN SITU Italia, nato con ZONA K, PERGINE FESTIVAL, SARDEGNA TEATRO e INDISCIPLINARTE, e che raccoglie i partner italiani di “In-Situ”.Nel quadriennio 2022-2024, il consorzio italiano ha l’obiettivo di promuovere la messa in rete di competenze e risorse, collaborando all’interno del progetto europeo “(Un)CommonSpaces”.

* 1. MODELLO DI SOSTENIBILITA’ E GOVERNANCE

5.1 ASSETTO SOCIETARIO E GOVERNANCE

I SOCI DI OXA SRL IMPRESA SOCIALE

Associazione Culturale Aprile   
Associazione riconosciuta e nota anche con il marchio esterni, che mette al servizio del progetto la sua ventennale esperienza nella gestione di eventi complessi all’interno di spazi pubblici. Inoltre, grazie al Milano Film Festival, esterni ha competenze nell’ambito della produzione cinematografica e dell’audiovisivo più in generale, fondamentali per intercettare i nuovi talenti della produzione cinematografica contemporanea e per scoprire nuovi linguaggi e formati innovativi.

Avanzi Srl   
Società indipendente che dal 1997 promuove la sostenibilità attraverso l’innovazione sociale. Avanzi apporta al progetto una lunga esperienza di affiancamento a innovatori sociali, grandi organizzazioni e policy maker. In questo quadro intende ricucire, all’interno del progetto, il rapporto tra il macro e il micro, tra la dimensione pubblica e quella privata, la scala di quartiere e la scala urbana. L’esperienza di Avanzi è utile, inoltre, per la configurazione dell’area dedicata agli uffici e per il funzionamento dell’ecosistema nel suo complesso.

a|cube SB Srl   
Realtà che si occupa di pre-incubazione, incubazione e accelerazione di imprese ad alto valore sociale, culturale e ambientale, apporta al progetto i suoi servizi e, più in generale, l’attitudine all’imprenditorialità, utile per BASE, per le imprese insediate e per lo sviluppo di progetti complessi che abbiano come ambizione la produzione di valore sociale e culturale all’interno di un vincolo di sostenibilità economica. La società ha integrato il suo scopo sociale a giugno 2020 passando da Make a Cube Srl a acube Società Benefit Srl.   
   
STRUTTURA GOVERNO E AMMINISTRAZIONE DELL’ENTE   
Oxa Srl ha per scopo lo svolgimento di attività di utilità sociale ai sensi dell’articolo 2 del D.Lgs. 112/2017, con riferimento ai settori della valorizzazione del patrimonio culturale, riqualificazione di beni pubblici inutilizzati, della ricerca ed erogazione di servizi culturali, dell’educazione, dell'istruzione e della formazione.

La società ha in particolare per oggetto, ai sensi degli artt. 93 e 276 del D.P.R. 207/2010, l’esecuzione dei lavori di riqualificazione di una porzione degli spazi ex-Ansaldo e la gestione dei servizi di cui alla procedura ad evidenza pubblica indetta dal Comune di Milano con determinazione dirigenziale n. 21 del 21 febbraio 2014. La concessione che ne è scaturita ha la finalità di restituire alla Città di Milano uno spazio che, attraverso una riqualificazione di alto profilo, ospiti attività e progetti afferenti alle arti visive e alle arti performative, una project house e attività di incubazione, una residenza d’artista, caffetteria e bistrot, laboratori artistici e di artigianato. Le regole statutarie sono in linea con la prassi per quanto riguarda il governo societario e quindi prevedono un’assemblea di persone socie, in cui prendono parte e deliberano con voto proporzionale rispetto alle quote detenute.

La compagine sociale di Oxa Srl negli ultimi due anni si è modificata, vedendo l’uscita di Arci e H+, uscite dalla compagine societaria per scelte strategiche delle stesse società. Oggi Oxa Srl è composta da: Associazione Aprile (5o%), Avanzi Srl (25%), a|cube SB Srl (25%).

Gli amministratori sono nominati dall’assemblea dei soci e rimangono in carica fino a revoca. Il Consiglio di Amministrazione è composto da tre rappresentanti:

* + Daniela Cattaneo, consigliera e Vice-presidente brand e comunicazione
  + Nicolò Bini, consigliere e CEO
  + Matteo Bartolomeo, presidente

Daniela Cattaneo, Nicolò Bini e Matteo Bartolomeo sono stati nominati amministratori con atto del 25/5/2015.

Le cariche istituzionali e i poteri di firma, secondo le deleghe definite dall’Assemblea e dal Consiglio di amministrazione e secondo quanto meglio definito di seguito, sono attribuite a Matteo Bartolomeo (Presidente) e Nicolò Bini (Amministratore Delegato).

Il Consiglio di Amministrazione è responsabile dei processi di:

* + pianificazione strategica e operativa
  + gestione economica e finanziaria
  + sviluppo e gestione del personale
  + relazioni istituzionali
  + comunicazione interna ed esterna
  + definizione delle Linee guida della Programmazione delle Attività a carattere Permanente e Temporaneo
  + definizione e approvazione del Programma delle Attività a 3 anni, 1 anno e 6 mesi (con un grado crescente di dettaglio)
  + decisione su casi di dubbia coerenza con il codice etico
  + approvazione del Manuale di Gestione

Il CdA è un organo collegiale e delibera a maggioranza. Alcune funzioni del CdA sono state delegate ad alcuni suoi membri. In particolare, il Presidente:

* + è garante dell’unitarietà e della coerenza della gestione aziendale
  + cura le relazioni istituzionali, in particolare con i soci e gli stakeholder di primo livello
  + è portavoce dell’organizzazione

Mentre l’Amministratore Delegato:

* + garantisce l’esecuzione delle delibere del Consiglio
  + è responsabile della gestione operativa, predispone e verifica l’implementazione del manuale di gestione
  + sovraintende all’attività dello staff e dei consulenti
  + coordina il contributo delle organizzazioni socie

La vita assembleare del 2023 ha previsto due riunioni formali, relative all’approvazione del Bilancio di Esercizio e del Bilancio Sociale, riferiti all’esercizio che si è concluso il 31 dicembre 2022 e alla nomina del Revisore, il Dott. Bruno Moneta.

In particolare, il 2023 è stato caratterizzato dal procedimento concluso con successo per l’ottenimento della qualifica di PMI innovativa.

Durante l’anno sono stati diversi i momenti in cui le organizzazioni socie, anche per il tramite dei loro rappresentanti in CdA, hanno partecipato a decisioni rilevanti per la vita della società. Nello specifico, questi hanno riguardato 4 consigli di amministrazione legati all’andamento della società.

Di particolare rilevanza all’interno dei CDA è stato il confronto relativo al rapporto con il Comune di Milano in relazione alle possibilità di prolungamento dell’attuale concessione a fronte del Covid e dell’aumento dei costi di cantiere derivanti da elementi non imputabili a colpe del concessionario.

Durante l’anno è stato poi deliberato un nuovo aumento di capitale e di uno strumento finanziario partecipativo della partecipata Music Innovation Hub contestualmente all’entrata del nuovo socio, il fondo Sefea. Ad oggi la partecipazione in MIH è riassunta nello schema seguente:

Quota : 24,26%

Nominale versato : 46.009,00

Sovrapprezzo versato: 34.341,50

Totale versato a patrimonio: 80.350,50

Strumento finanziario Partecipativo fruttifero: 17.566

5.2 MODELLO ORGANIZZATIVO

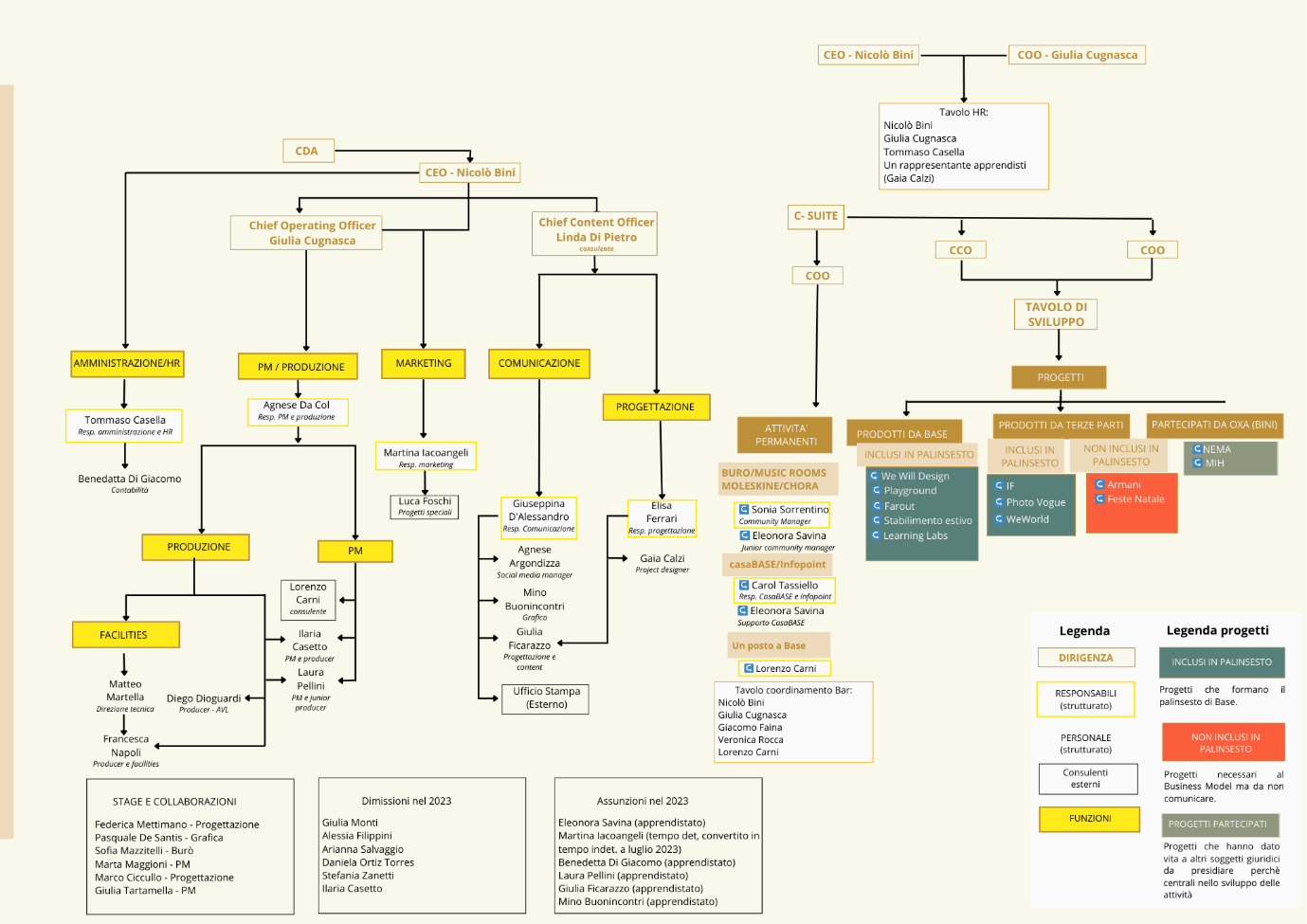
Lo staff si compone di diversi team di lavoro che presidiano le funzioni di gestione generale e quelle funzionali alla business line. I team sono 7:

* 1. Project Management e Produzione   
     Il Project Management si occupa organizzare e sviluppare tutte le attività in programma relazionandosi con partner, clienti, fornitori e i gruppi di lavoro di BASE. La Produzione si occupa della realizzazione operativa di tutte le iniziative prodotte, co-prodotte e ospitate del centro.
  2. Progettazione e Fundraising Istituzionale   
     Traduce gli indirizzi strategici dell’Organizzazione in obiettivi misurabili e costruisce progetti che permettano di raggiungerli; intercetta finanziamenti da bandi pubblici e privati che contribuiscano alla sostenibilità economica del programma di BASE.
  3. Marketing e Fundraising   
     Il team mette in comunicazione BASE con aziende esterne che sostengono uno o più progetti nell'ottica di creare partnership che generino valore e buone pratiche.   
     Lavorare con aziende private vuol dire trovare un sostegno economico per rendere autonome molte importanti iniziative artistico-culturali di BASE, ma anche generare circoli virtuosi tra settore pubblico e privato.
  4. Comunicazione   
     Stabilisce obiettivi e strategie di posizionamento e promozione in sinergia con il direttivo di BASE. Propone tone of voice, canali e azioni rispetto alla comunicazione generale di BASE e a progetti specifici, in accordo con la direzione artistica e project manager di riferimento su specifiche iniziative. Si occupa dello sviluppo di contenuti editoriali, di idee creative per le campagne e rubriche digital. Sviluppa strumenti di comunicazione grafica online e offline, declinando l'identity di BASE e di specifici progetti.
  5. Amministrazione e HR   
     Si occupa della programmazione finanziaria completa, della richiesta di finanziamenti e garanzie di credito; redige i bilanci infrannuali mensili con scritture di rettifica e reportistica per il CDA, definisce Budget e Forecast Analysis degli scontamenti con reportistica e il Bilancio di esercizio. Gestisce il personale lato contrattualistica, buste paga e si occupa della comunicazione interna dell’Organizzazione.
  6. Burò e spazi di lavoro condivisi   
     Si prende cura della Community costituita da tutte le persone che lavorano a BASE Milano. Si occupa delle relazioni tra BASE e le realtà delle industrie creative che operano nei propri spazi, creando connessioni e facilitando collaborazioni. Gestisce inoltre operativamente gli spazi di lavoro e le LearningROOMS.
  7. Accoglienza e casaBASE   
     Si occupa dell’accoglienza dei pubblici e del coordinamento dei volontari attraverso la funzione di Infopoint; ha in carico la gestione strategica e operativa dell’ostello, casaBASE.

La struttura organizzativa, rivisitata nel 2020, prevede la presenza di un consiglio direttivo, denominato C-Suite, con compiti di indirizzo e gestionali. Tale organo di indirizzo è composto dal CEO (Chief Executive Office – Amministratore Delegato), che si occupa della dimensione economica, dalla COO (Chief Operative Officer – Direttrice Operativa), che si occupa del coordinamento generale, e dalla CCO (Chief Cultural Officer – Direttrice Artistica), a cui è affidata la curatela generale di tutte le progettualità promosse da BASE.

Vi è poi un organo più esecutivo e di coordinamento, chiamato Tavolo di sviluppo, con compiti operativi di indirizzo e di coordinamento tra i vari team, composto oltre che dal board della C-Suite, da persone dello staff funzionali allo sviluppo dei progetti in questione ed eventualmente anche da consulenti esterni all’Organizzazione.

Di seguito si riporta l’organigramma dello staff al 2023:



Dal punto di vista della composizione, BASE nel 2022 ha contato 19 persone assunte a tempo indeterminato e 3 persone che collaborano stabilmente con l’organizzazione, per un costo aziendale complessivo di €602.564.   
Nel 2023 l’età media dello staff è di 32 anni, 4 anni inferiore al 2022, mentre la percentuale di persone under 30 nell’organizzazione rimane invariata, rimanendo al 48%.   
Delle 19 persone assunte a tempo indeterminato, 7 di queste (il 36%) hanno iniziato il proprio percorso professionale a BASE attraverso un tirocinio curricolare e sono poi state integrate nell’organico con contratto di apprendistato.

Allo staff si affiancano consulenti e organizzazioni esterne attivati in maniera continuativa su diverse attività più o meno vicine alle operazioni “core”: ufficio stampa, grafica, IT, sicurezza, guardiania, contabilità, studio paghe, facchinaggio, service audio e video, ecc. Nel complesso, i fornitori che hanno collaborato con BASE nel 2023 sono stati 494, di cui 193 locali.   
   
Un altro dato interessante è l’anzianità all’interno di BASE, che appare piuttosto varia: il 26% dello staff lavora a BASE da più di 5 anni (5 persone), l’11% tra i 3 e i 4 anni (2 persone), mentre il 63% è stato assunto tra il 2022 e il 2023, vale a dire che lavora a BASE da 1-2 anni, 6 persone nel 2022 e altre 6 nel 2023. Questo è interessante dal punto di vista organizzativo, perché evidenzia una composizione mista tra persone molto giovani, inserite da poco nel mondo del lavoro e che in tanti casi si trovano alla prima esperienza professionale e tra persone che hanno vissuto le diverse fasi di sviluppo di BASE e che portano anche un’esperienza comparativa avendo frequentato diversi altri contesti lavorativi.   
Questa caratteristica ha ricoperto un ruolo sempre più rilevante a partire dal 2022, anno di avvio di Same Same but Different, in particolare del ripensamento dei processi di BASE. Dai numerosi confronti interni è emerso un generale approccio diverso al lavoro tra persone giovani e alla prima o seconda esperienza lavorativa e persone senior con più anni di lavoro alle spalle, che ha portato alla necessità di trovare un punto di incontro su diverse modalità organizzative del lavoro di team, tra cui la flessibilità oraria e il tema dello smart working, i canali di comunicazione interna e così via.   
A luglio 2023 si è quindi deciso di inserire una figura in rappresentanza della fascia più junior dello staff nel Tavolo HR, organo interno che si occupa di tutto ciò che riguarda la cura delle risorse umane e le relative procedure amministrative. Le ore di lavoro del tavolo quest’anno sono state 20, dedicate principalmente a:

* + definizione di strumenti di welfare aziendale
  + opportunità di formazione
  + facilitazione processi di comunicazione interna
  + contratti dipendenti
  + Definizione di nuove policy aziendali (estensione dei giorni di assenza per motivi di lutto e introduzioni dei principi di D&I nei processi di gestione e selezione del personale)

Tra gli altri elementi da segnalare menzioniamo la forte leadership femminile nella gestione dell’Organizzazione, a partire dal C-Table, composto dalla Direttrice Operativa, Giulia Cugnasca, dalla Direttrice Artistica, Linda Di Pietro e dall’Amministratore Delegato Nicolò Bini, a scendere sulla massima parte dei ruoli di responsabilità di ciascuna area: Project Management con Agnese Da Col, Marketing con Martina Iacoangeli, Comunicazione con Giuseppina D’Alessandro e Progettazione con Elisa Ferrari; fa eccezione la gestione dell’area HR e amministrativa, in capo a Tommaso Casella.

Lo staff di BASE è inquadrato nell’ambito del Contratto Collettivo Nazionale del Commercio, secondo i seguenti livelli e fasce di retribuzione annua lorda:

*Livelli di inquadramento contrattuale staff Oxa Srl (al 31/12/2023)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Contratto e livello di inquadramento | Quantità | Di cui persone che si identificano nel genere maschile | Di cui persone che si identificano nel genere femminile |
| 1 | 1 |  | 1 |
| 2 | 1 |  | 1 |
| 3 | 5 | 2 | 3 |
| 4 | 3 |  | 3 |
| 5 | 1 | 1 |  |
| Apprendistato - 6 | 3 | 2 | 1 |
| Apprendistato - 7 | 5 |  | 5 |

*RAL annua staff Oxa Srl (al 31/12/2023)*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| RAL | Quantità | Di cui persone che si identificano nel genere maschile | Di cui persone che si identificano nel genere femminile |
| 35.000 - 40.000 | 1 |  | 1 |
| 30.000 - 35.000 |  |  |  |
| 25.000 - 30.000 | 8 | 2 | 6 |
| 20.000 - 25.000 | 6 | 3 | 3 |
| 15.000 - 20.000 | 3 |  | 3 |
| Sotto 15.000 (part time 80%) | 1 |  | 1 |

Consci del divario esistente tra la formazione accademica e le competenze richieste dalle nuove professioni culturali, l’apprendimento a BASE ricopre un ruolo fondamentale nello sviluppo di traiettorie lavorative individuali in grado di intrecciarsi tra loro per produrre trasformazioni culturali. La sperimentazione di percorsi di apprendimento non formale e di rete con altri partner permette all’organizzazione di assumere una postura di continua ricerca di processi e strumenti per crescere internamente e di aprire opportunità di formazione per il proprio staff al di fuori dei canali istituzionali, ma privilegiando invece uno scambio peer-to-peer tra operatori e operatrici, valorizzando la rete di stakeholder di cui BASE è parte.   
Nel 2023 il totale è stato di 17 stage curricolari attivati, che hanno accompagnato lo staff durante tutto l’anno. Di questi 3 sono stati proseguiti come stage extra curricolari   
Nel 2023 volontari e le volontarie coinvolte nelle attività di accoglienza e accompagnamento dei pubblici durante We Will Design e Farout sono stati 86.

Affiancati all’apprendimento non formale, BASE propone anche corsi di formazione tradizionale e certificati sia legata agli obblighi derivanti dal contratto di apprendistato, sia da quelli sulla sicurezza sul lavoro, in particolare per il presidio di uno spazio con funzioni di pubblico spettacolo. Nel 2023 le ore di formazione totali sono state 42, che hanno coinvolto tutto lo staff, mentre quella sulla sicurezza sono state 16, per l’aggiornamento di competenze e patentini tecnici.

Gli strumenti di welfare aziendale a disposizione dello staff nel 2023 hanno compreso 8 convenzioni con esercizi commerciali di quartiere, il diritto a usufruire di ticket restaurant per turni svolti la sera dopo le 20 e nel weekend e di credito welfare 1500 euro annui per i membri Tavolo di Sviluppo.

L’organizzazione, inoltre, ha implementato un sistema di retribuzione variabile annuale incentivante (Performance management) denominato MBO (Management by Objectives), al fine di assicurare coerenza strategica tra BASE e le sue risorse umane, garantendo processi di sviluppo del personale che siano equi e coerenti con il contributo apportato da ogni persona. Questo sistema prevede l’erogazione di un premio economico calcolato in percentuale rispetto alla RAL del dipendente in base a:

* + Una soglia di accesso a livello di obiettivo aziendale (fatturato annuo + ebitda), al di sotto del quale il sistema non si attiva;
  + Un parametro basato sugli obiettivi individuali legati alle power skills, che comprende un feedback da un collega selezionato dal management e da uno selezionato dalla persona stessa (scheda Apparaisal)
  + Un parametro basato sugli obiettivi individuali di tipo progettuale, concordate tra responsabile dell'area e il o la dipendente (Aspettative del o della Responsabile).

Durante tutto l’anno, più o meno una volta a settimana, lo staff si riunisce in un momento di incontro plenario, denominato Meet Café; nel 2023 ne abbiamo organizzati 22. I Meet Café hanno diverse forme e funzioni: parte di questi appuntamenti sono dedicati alla comunicazione interna, in parte sui nostri contenuti, con l’approfondimento sui nuclei tematici che stiamo sviluppando attraverso i progetti e le nostre produzioni, e in parte ai processi organizzativi; tra questi si menzionano il Meet Café di novembre dedicato agli economics, tenuto da Nicolò Bini, CEO, in cui racconta e spiega i numeri del Bilancio d’Esercizio a tutto lo staff, ripercorrendo il modello di business e nozioni base di economia aziendale, e attraverso i dati, restituisce il valore, le sfide e gli obiettivi del progetto BASE. Altri momenti importanti sono quelli dedicati ai nostri partner, che invitiamo a presentare le proprie realtà, progetti e desideri che possano ispirarci e aprirci a nuove collaborazioni; nel 2023 hanno partecipato: Moleskine Foundation, che ha presentato il Creativity Pioneers Fund, di cui BASE è partner; We World Festival, con il racconto del nuovo format Chiacchierata Femminista; Lo Stato dei Luoghi, con la spiegazione dei tavoli di lavoro di Ibridazione; ResQ – People saving People, che ha riportato il proprio impegno umanitario e le strategie di stakeholder engagement; Sagal Farah, artista visiva che ha restituito una piccola parte del suo processo creativo all’interno della residenza a BASE; Simon Dogger, designer sensoriale che ha riportato la propria mappatura delle barriere fisiche e sensoriali svolta durante la sua permanenza a BASE.

GLI STATI GENERALI   
*rehab s. m. inv. Riabilitazione, rieducazione; con particolare riferimento alla disintossicazione da alcol o sostanze stupefacenti, sulla base di un programma di cure mediche e integrazione attiva in una comunità.*   
   
Una menzione particolare nel racconto del funzionamento dell’organizzazione va agli Stati Generali, appuntamento fisso dello staff a febbraio, fin dal 2015.   
Ogni anno, infatti, BASE per tre giorni chiude al pubblico, ferma la macchina e si prende un momento di decompressione, disintossicazione, riflessioni e bilanci. Dove siamo? Dove stiamo andando? Ma soprattutto con chi stiamo facendo questo viaggio? Tre giorni pensati in primis per allinearsi su obiettivi e valori, per far emergere nuove idee di sviluppo, sfide e opportunità, ma anche per condividere insieme del tempo lento, per celebrare i risultati positivi e per divertirci. Questi momenti sono gli Stati Generali di BASE.

Negli ultimi 9 anni (ad eccezione del biennio della pandemia) abbiamo alternato momenti estroversi a momenti introversi: per i primi si tratta di vera e propria esplorazione di realtà simili a BASE, per imparare da chi ci sta intorno, per attivare relazioni sul territorio, per uscire dalla bolla milanese. Negli anni abbiamo visitato Torino e Firenze, con le esperienze di Off Topic e Manifattura Tabacchi. I secondi sono necessari per guardarci dentro, astrarci dall’operatività e dalle contingenze e riflettere sulla strategia. È stato il caso della prima edizione, che ha avviato la tradizione con un incontro plenario e conviviale a casa del CEO di BASE e del 2023, iniziato per lo staff di BASE alla Casa del Parco Adamello di Cevo. Abbiamo scelto questo luogo perché è insieme un progetto di rigenerazione territoriale a base culturale e uno spazio lontano dalla nostra quotidianità, immerso nella val Saviore, concepito per un turismo lento e sostenibile. Il progetto è il primo investimento di Avanzi Discover s.r.l. SB – veicolo di impresa neocostituito e detenuto al 100% da Avanzi S.p.A. SB, finalizzato all’ideazione e allo sviluppo di iniziative che promuovono la rigenerazione territoriale e valorizzano risorse ed energie locali attraverso l’attivazione di immobili dismessi o sottoutilizzati.   
   
L’edizione di quest’anno è stata particolarmente significativa perché ha sancito l’avvio del processo di formazione e capacity building dello staff per creare le condizioni per trasformare la cultura organizzativa di BASE secondo l’approccio I.D.E.A - inclusion, diversity, equity, access, su cui si fonda il nostro Piano Strategico per questo triennio.   
Grazie al preziosissimo contributo di Milano Mediterranea, ci siamo avvicinati ai temi di diversità e inclusione a partire da una prospettiva profondamente intima e individuale, lavorando sulle forme di privilegio e marginalità che ciascuna di noi sentiva di vivere. Questo presupposto è stato fondamentale per capire fin da subito che affrontare la sfida dell’accessibilità significa agire per tutte le persone, per noi stesse e noi stessi prima di tutto e non soltanto per un fatto etico o ideologico, ma anche per una questione di benessere nei luoghi che curiamo. Questo approccio ci ha accompagnato per tutto il percorso di formazione, che proseguirà lungo tutto il triennio e ha influenzato tutto ciò che facciamo nelle nostre attività quotidiane.   
  
  
5.3 MODELLO DI BUSINESS  
Nel panorama culturale italiano, BASE è un esempio unico di collaborazione pubblico-privata e rappresenta un caso studio molto analizzato in Europa per via del modello di sostenibilità economica che le permette di accogliere 400 mila visitatori all’anno, più di 200 realtà creative che hanno qui la loro sede di lavoro, circa 3000 persone che dormono a casaBASE e 50+ artisti e designer in residenza.   
   
BASE nasce infatti con una vocazione profondamente pubblica, radicata nella volontà di riappropriarsi di un monumento di archeologia industriale per trasformarlo da spazio di produzione industriale a luogo di produzione creativa. Questa spinta, sostenuta dal Comune di Milano, è stata colta da un soggetto privato, fondato da cinque soci che disponevano di un capitale sociale molto ridotto e che ha sostenuto circa il 70% dei costi di ristrutturazione dell’edificio. La concessione approvata dal Comune nel 2014 interessava inizialmente circa 6 mila metri quadrati del complesso ex-Ansaldo prevedeva una durata di 12 anni; i costi di questa prima fase di lavori sono stati circa 4,5 milioni di euro, a cui si sono aggiunti altri 11,5 milioni per portare a termine anche ulteriori 6 mila metri quadri come previsto da bando con la relativa estensione della concessione al 2033.   
   
La riconversione dell’edificio che accoglie BASE oggi, quindi, è durata dal 2014 al 2019 per un costo totale di 16 milioni di euro, di cui circa 11 investiti da Oxa Srl Impresa Sociale e 5,3 dal Comune di Milano -1,8 nella prima fase e 3,5 nella seconda.   
   
COSTI DI RISTRUTTURAZIONE: 14 MILIONI   
1° fase – 4,5 MLN   
2° fase – 11,5 MLN   
SUSSIDI (Fondazione Cariplo): 800 MILA   
FINANZIAMENTO PUBBLICO (Comune): 5,3 MLN   
1° fase - 1,8 MLN   
2° fase - 3,5 MLN   
MUTUO BANCARIO: 7,5 MILIONI

La storia economica del progetto BASE fornisce una chiave di lettura lucida dell’attività del centro culturale che permette di capire alcune decisioni strategiche in termini di scelta e adattamento di funzioni, di bilanciamento di attività culturali e commerciali e di strutturazione interna dei team di lavoro.

Le caratteristiche del modello economico di BASE - la ridotta dimensione del patrimonio iniziale dei soci e il conseguente indebitamento significativo con le banche-, lo rendono infatti un progetto che assorbe con difficoltà le variabili esterne, fatto che ha obbligato Oxa S.r.l. a sperimentare diversi equilibri nel trovare un funding mix che potesse rendere sostenibile il progetto negli ultimi 7 anni.

COSTI   
La struttura dei costi di BASE oggi è caratterizzata da due macro-voci:

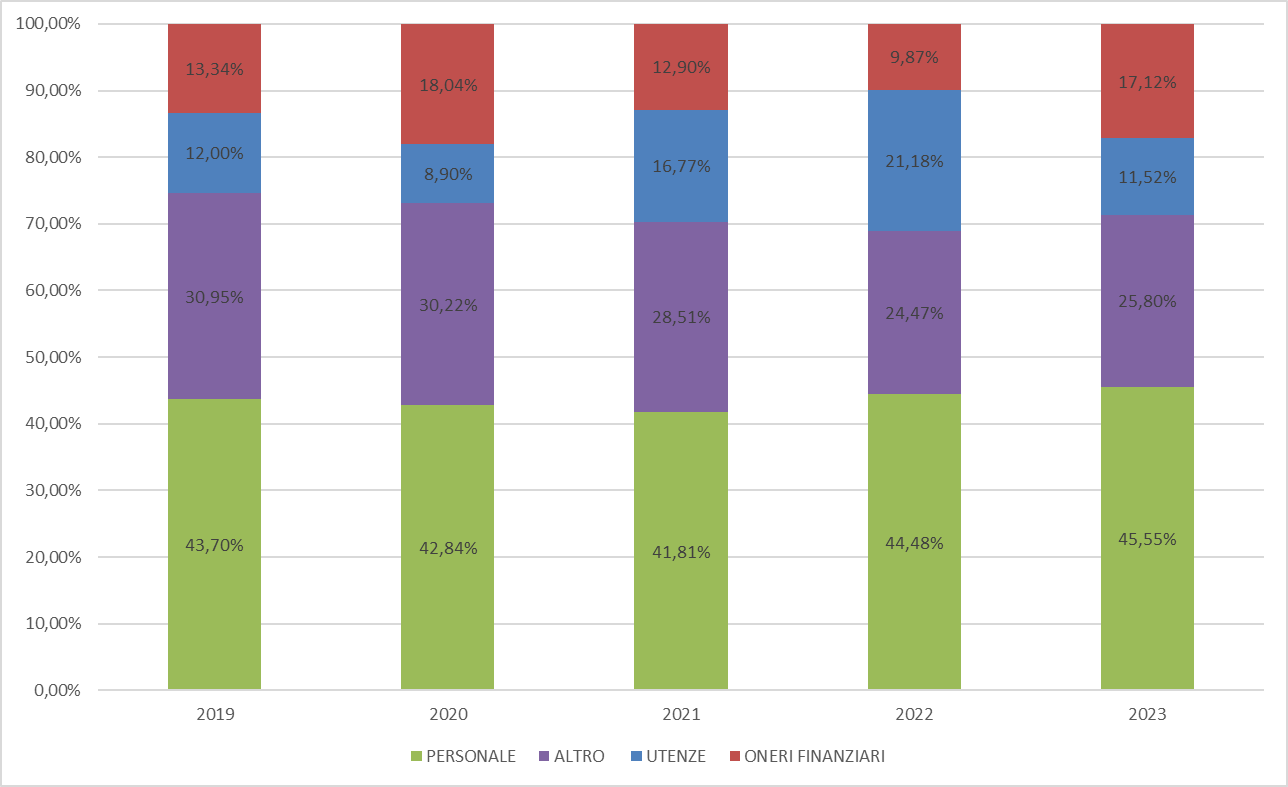
costi di struttura, nei quali rientrano i costi di personale, delle consulenze esterne e dei fornitori, il costo dell’affitto al Comune di Milano, la manutenzione dello stabile, i costi di comunicazione della programmazione e gli oneri finanziari del mutuo bancario;

costi di progetto, nei quali rientrano i costi della programmazione di BASE e degli eventi co-prodotti e ospitati, le attività legate agli spazi di lavoro (eventi e iniziative di communty building, networking, testing ideas...), i costi di gestione dell’ostello e quelli di coordinamento dei progetti partecipati (Music Innovation Hub e Rete NEMA);

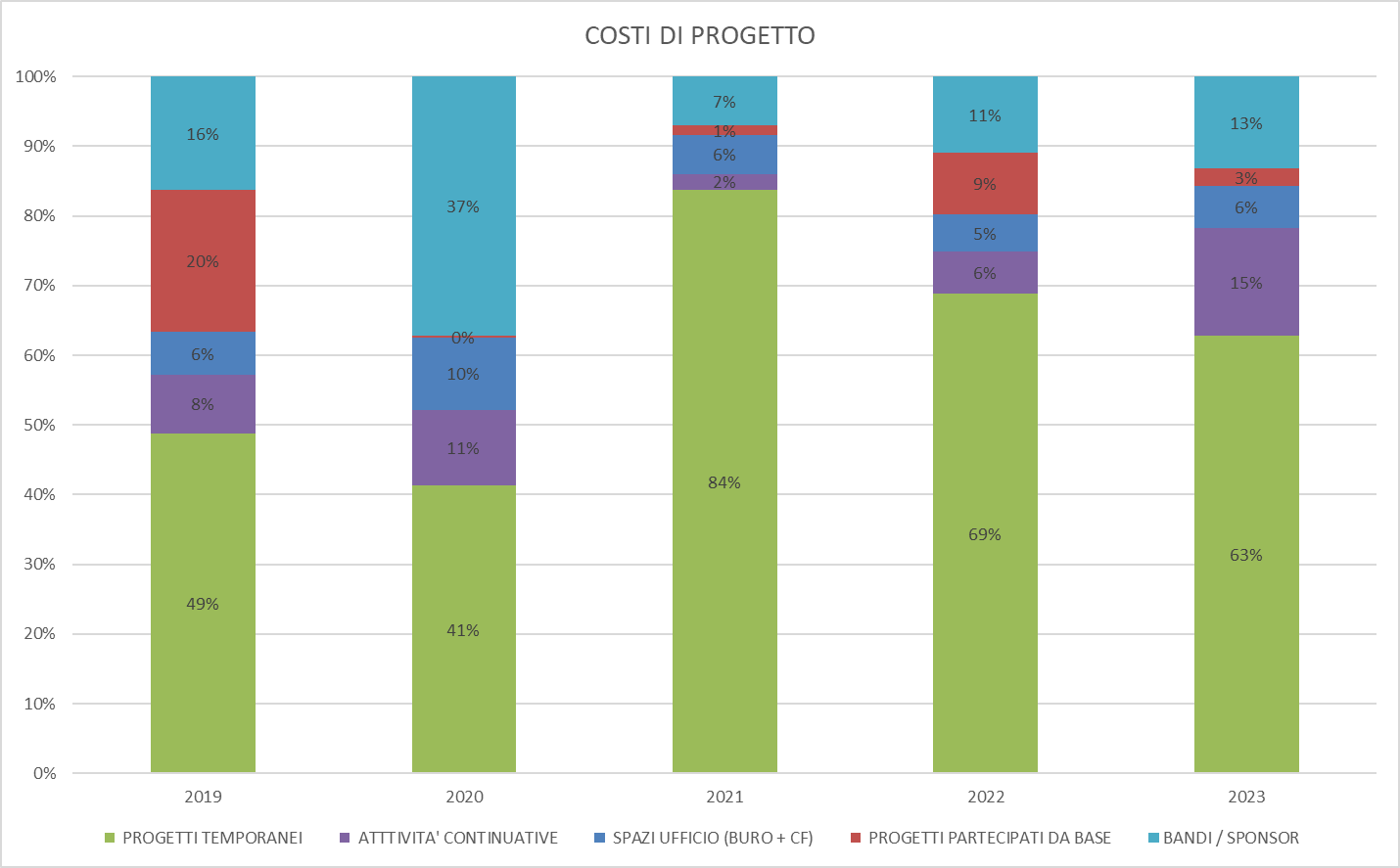
La struttura di costi non è particolarmente cambiata nel tempo e se da un lato BASE ha sempre cercato di investire facendo crescere principalmente il valore di investimento sul personale, l’ha sempre dovuto fare tenendo in considerazioni variabili esogene che in questi anni hanno messo a dura prova il suo conto economico.

In particolare, negli ultimi due anni ci si riferisce all’andamento del costo dell’energia e l’incremento dei tassi di interesse: essendo BASE un progetto che basa la sua finanza sul debito.

*Costi di struttura – confronto 2017 – 2023*



*Costi di progetto – confronto 2017 – 2023*



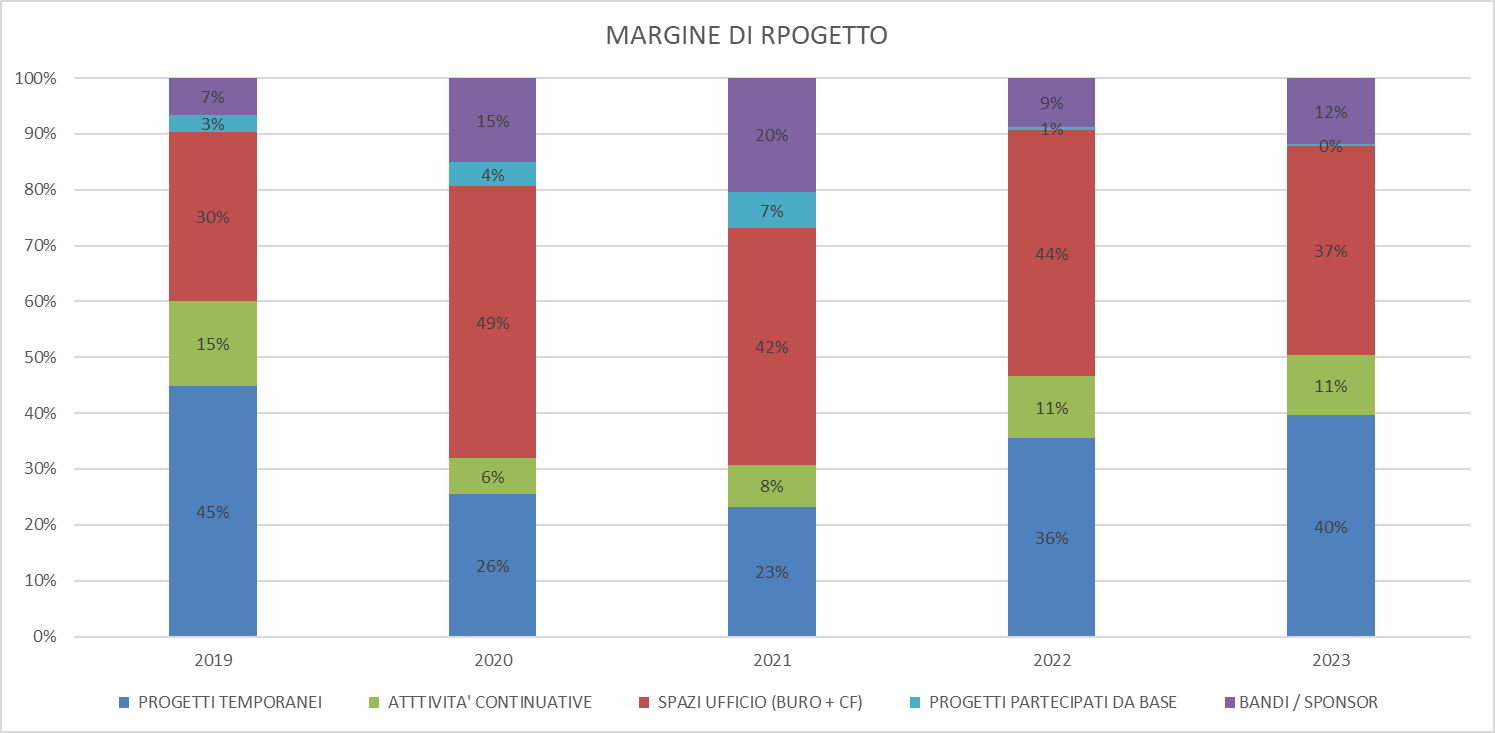
RICAVI  
Ad oggi le linee di ricavo si sono stabilizzate sulle seguenti voci:

* + spazi di lavoro condiviso (burò, musicROOMS, Cariplo Factory)
  + attività continuative (casaBASE, Un posto a BASE, terrazza)
  + attività temporanee (produzioni, co-produzioni, eventi terzi)
  + bandi e sponsor
  + progetti partecipati (Music Innovation Hub, Rete NEMA)

Sul fronte dei ricavi, Il 2023 ha proseguito nella direzione del 2022, confermando la ripresa delle attività temporanee aperte al pubblico e andando così a consolidare la posizione di questa linea di ricavo all’interno del valore della produzione di Oxa srl IS.

Rispetto al 2022 il valore della produzione ha registrato un +6% rispetto all’anno precedente.

*Ricavi: peso percentuale sul totale – Confronto 2017 – 2023*



I MODELLI DI BUSINESS  
Tutte le funzioni temporanee e permanenti di BASE si fondano su modelli di business che sostengono e rispecchiano la doppia anima di Oxa: la vocazione culturale e la spinta imprenditoriale. Di seguito verrà illustrato l’equilibrio di queste due componenti, che nonostante vada costantemente ricercato e costruito, è una delle caratteristiche proprie di BASE. Concepire dei servizi che considerano complementari la dimensione commerciale e quella culturale anziché antagoniste, non solo permette a Oxa di garantire la gratuità sull’85% della programmazione pubblica, ma soprattutto permette di generare circoli virtuosi connettendo stakeholder diversi e di sperimentare forme di ibridazione tra modelli economici e di direzione operativa diversificati.

1. GLI SPAZI DI LAVORO CONDIVISO: burò e musicROOMS  
   Il burò e le musicROOMS sono spazi di lavoro condiviso in cui operano e/o hanno la propria sede esclusivamente aziende o sezioni distaccate di aziende che operano nelle industrie creative e nel sociale. Le aziende che svolgono le proprie attività a BASE Milano stipulano dei contratti che siano almeno annuali e ai clienti non vengono quindi proposte soluzioni giornaliere/settimanali/mensili. Questo perché lo scopo è creare una community coesa e coerente, che si conosca e sia messa nelle condizioni di costruire relazioni, sia tra i diversi soggetti residenti, sia con l’apparato organizzativo e progettuale di BASE Milano, con il fine di generare valore per il settore e per il territorio.   
   Il burò è uno spazio dedicato principalmente a realtà che operano nel campo del design, dell’architettura, dell’illustrazione, della comunicazione e in campo sociale.  
   Le MusicROOMS sono lo spazio dedicato alle realtà che operano principalmente nel campo dell’industria musicale, dello spettacolo e dell’intrattenimento, sede anche di Music Innovation Hub.  
   Gli spazi di lavoro contribuiscono poi alle attività di BASE, dedicando alle residenze artistiche e ai progetti in corso degli spazi appositi (postazioni in open space) o degli spazi momentaneamente inutilizzati (uffici) per permettere alla comunità artistica di lavorare in spazi strutturati e organizzati e di entrare in contatto con la community residente. La proposta di valore per le realtà insediate è quella di formare, alimentare e promuovere all’esterno una community di creativi, come una cassa di risonanza per le realtà residenti e il loro know-how. I team di BASE Milano talvolta lavorano con i e le residenti per produrre/ospitare eventi o co-progettare. Il burò e le MusicROOMS sono accessibili 365 giorni all’anno, 24h su 24h. Ai residenti sono messe a disposizione scrivanie in open space o uffici chiusi e 6 sale riunioni con capienze che vanno dalle 4 alle 20 persone, di cui 2 a pagamento e 4 sempre gratuite. È presente un’area ristoro con tavoli e una cucina con elettrodomestici (piano a induzione, pentole, microonde, bollitore…), climatizzazione, servizi, tavolo da biliardo, biliardino e salottini in tutto lo spazio.  
   Gli spazi di lavoro, in conclusione, presentano una doppia natura: quella commerciale, che contribuisce con le entrate fisse dei canoni di affitto degli spazi alla sostenibilità economica di tutta la macchina-BASE e quella culturale e sociale, che si esprime offrendo spazi e competenze funzionali al raggiungimento dei nostri obiettivi come organizzazione.
2. CARIPLO FACTORY  
   Il terzo piano ospita la società Cariplo Factory presente fin dal principio negli spazi di BASE. Cariplo Factory è un hub di innovazione aperto e dinamico. Nasce con l’obiettivo di incentivare la libera circolazione delle idee attraverso la contaminazione di know-how ed esperienze nel campo dell’innovazione digitale. Cariplo Factory punta a contribuire allo sviluppo economico e sociale del Paese favorendo la crescita dei giovani e la creazione di job opportunities. Promosso da Fondazione Cariplo, in collaborazione con Microsoft, Fastweb, Terna e Novartis, Cariplo Factory è il motore di una pluralità di progetti dedicati alla crescita dei talenti italiani.  
   Cariplo Factory ha sostenuto parte della ristrutturazione di BASE, finalizzando gli spazi oggetto dell’accordo tra le parti e anticipando dal punto di vista finanziario parte della liquidità dell’accordo. Questo elemento finanziario ha permesso a BASE di accedere al credito bancario, mettendo a pegno il valore anticipato di 7 anni di contratto.
3. L’OSTELLO: casaBASE  
   È l’ostello di BASE, che è attivo sia come foresteria per il pubblico, sia come residenza per la community creativa che vive e frequenta gli spazi di BASE per fare ricerca, produrre e presentare al pubblico i propri lavori. Le aree comuni, inoltre, vengono utilizzate anche come set cinematografici, per shooting fotografici, mostre, performance e concerti.  
   CasaBASE, infatti, è un modo diverso di concepire i luoghi e le forme di ospitalità, che è un’ospitalità integrata tra lo stare e il farsi coinvolgere, un equilibrio tra la permeabilità alle energie di BASE, del distretto creativo del quartiere Tortona-Solari e di Milano, ma anche un luogo protetto, una base a cui tornare quando si ha voglia di rallentare per sentire la dimensione di un tessuto relazionale in grado di accogliere.  
   In alcuni periodi dell’anno casaBASE si trasforma completamente, diventando palcoscenico, scenografia e in alcuni casi soggetto attivo di momenti culturali, primo fra questi, durante We Will Design, la Design Week di BASE, in cui diventa allo stesso tempo residenza per designer, atelier e laboratorio in cui il pubblico entra direttamente in contatto con il processo creativo che normalmente rimane escluso dalla liturgia del Salone del Mobile.  
   Come funziona? All’inizio di ogni anno la direzione artistica e il team di lavoro dedicato alla community di artisti, artiste e designer definisce il calendario annuale delle residenze, stabilendo le necessità di ciascuna di queste e facendole combaciare con le esigenze di sostenibilità economica di casaBASE. Si definisce inoltre un margine ragionevole per poter accogliere artisti, artiste e designer con cui BASE entra in contatto durante l’anno.
4. IL BAR-BISTRO: Bistro BASE  
   *Un* *posto a BASE* è una creazione di *Esterni*, tra i soci di BASE Milano, dal 1995 impegnati in azioni di riappropriazione di spazi pubblici e di rigenerazione di edifici rurali. Realizzato da Francesco Bombardi.  
   Il bando iniziale che ha affidato la concessione del complesso ex-Ansaldo a Oxa Srl prevedeva l’erogazione del servizio di ristorazione è stata affidata esternamente alla società Posti srl. Pur essendo una società profit, Posti abbraccia i valori di BASE Milano, inserendosi nel suo ecosistema e supportando la creazione di un ambiente familiare e accogliente. Posti seleziona il proprio personale anche grazie alla partnership con progetti di inserimento lavorativo di persone con background di fragilità, tra cui collaborazioni con carceri, centri di accoglienza per cittadini stranieri e di collocamento di persone con disabilità.  
   Nell'ottica di trovare un continuo equilibrio tra le due società, il contratto si basa su una quota di fisso e una quota di percentuale sul fatturato in modo da condividere i risultati finali dell’anno.
5. AFFITTO SPAZI  
   BASE si definisce da sempre come piattaforma abilitante e plurale che offre alla città una programmazione composta da diversi contenuti: sperimenta nuovi formati di propria produzione ma accoglie anche progetti ed eventi di terzi soggetti che non sempre hanno lo spazio e la forza di confrontarsi con il pubblico. In quest'ottica, fin dalla sua nascita, BASE ha definito tre modalità di collaborazione con i suoi partner: partnership sociale, culturale e commerciale.  
   Le tariffe sociali e culturali vengono applicate a realtà no profit in linea con i valori e i contenuti di BASE e i loro progetti e/o eventi vengono inseriti all'interno del programma pubblico. In quanto piattaforma di apprendimento e di sostegno all’imprenditorialità culturale, BASE li supporta in termini di project management, comunicazione e applica uno sconto variabile dal 100% al 40% sulla tariffa degli spazi. L'approccio commerciale è riservato alle realtà corporate e agli eventi privati, funzionali per la sostenibilità del modello complessivo di BASE e strategico per supportare le realtà più piccole con un sistema di sostegno circolare.
6. FUNDRAISING ISTITUZIONALE  
   Il team di Progettazione e Fundraising di BASE Milano, oltre all’ideazione di nuove linee progettuali, si occupa di intercettare finanziamenti pubblici e privati per poterle sviluppare. Una parte significativa dei fondi che sostengono le produzioni di BASE deriva dall’attività di fundraising rivolta a bandi nazionali, europei e internazionali e a Fondazioni del Terzo Settore.
7. SPONSORSHIP  
   BASE crea e produce eventi tailor made per e con il mondo corporate, costruendo relazioni solide e durature con numerose aziende che operano in diversi settori.  
   Pur consapevole della delicatezza e, talvolta, della complessità del dialogo tra istituzioni culturali e mondo corporate, BASE è animata dalla convinzione che dall’incontro di questi due universi possano nascere connessioni in grado di generare valore per entrambe le parti e innovazione in termini culturali e sociali per le persone e il territorio in cui siamo.   
   L’obiettivo è quello di creare partnership di lunga vita, che sostengano i progetti artistico-culturali a BASE e che restituiscano all’azienda valore e risposte concrete alle proprie necessità.

5.4 PROGETTI PARTECIPATI

MUSIC INNOVATION HUB

Nel 2018 Oxa Srl ha partecipato alla fondazione di Music Innovation Hub (MIH), società per azioni senza scopo di lucro (prima S.p.A. Impresa Sociale in Italia) di cui è socio al 27,31% insieme a Fondazione Social Venture Giordano Dell'Amore (27,31%) e Music Management Club Srl (27,31%) e a un gruppo di altri soci con quote minori per un complessivo 18,08%.   
Nell’ottobre del 2022 Music Innovation Hub ha deliberato un aumento di capitale che Oxa ha seguito coprendo parte dell’inoptato e arrivando al valore del 27,60%.

Nel 2023 si è concretizzata in MIH una nuova importante operazione societaria che ha visto l’entrata nella compagine sociale del fondo SEFEA e contestualmente l’emissione di Strumenti Finanziari Partecipativi fruttiferi. A fronte di questa operazione societaria la nuova composizione è riassunta nello schema seguente:

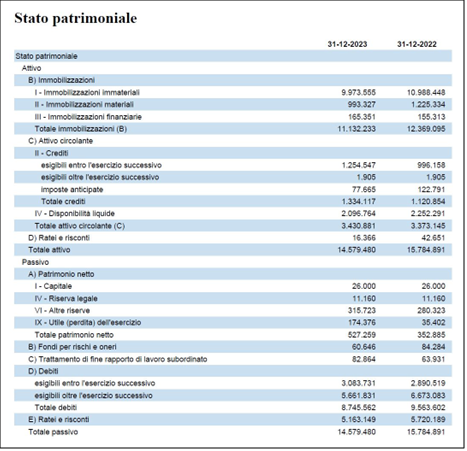
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **SOCIO** | **Quota attuale** | **Nominale** |
| Oxa srl Impresa sociale | 24,26% | 46.009,00 € |
| Fondazione Social Venture Giordano dell'Amore | 24,23% | 45.967,00 € |
| Andrea Rapaccini | 16,27% | 30.868,00 € |
| Sefea | 12,13% | 23.000,00 € |
| Alisei Forinvestments srl | 5,29% | 10.042,00 € |
| Zinelli Adalgisa Gisella | 4,65% | 8.825,00 € |
| Andrea Cianci | 3,46% | 6.560,00 € |
| Paolo Alberti | 3,31% | 6.287,00 € |
| Fedele Gubitosi | 2,65% | 5.024,00 € |
| T Capital srl | 2,65% | 5.025,00 € |
| Marco Massimiliano Peretti | 1,09% | 2.072,00 € |
|  | **100,00%** | **189.679,00 €** |

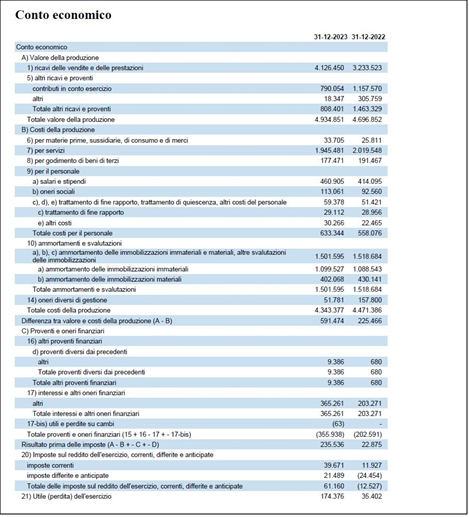
MIH realizza progetti innovativi e socialmente responsabili nel settore musicale, sviluppando soluzioni per sostenere la crescita della filiera e dei suoi stakeholder. Nel 2021 ha promosso programmi di formazione, incubazione, accelerazione e networking a livello internazionale come Music Tech Europe, CreativeSHIFT e JUMP; ha prodotto format ed eventi, tra cui Play:Fair, assieme alle Nazioni Unite, per testare e divulgare eventi live sostenibili, la seconda edizione di Heroes, un grande concerto ibrido organizzato all'Arena di Verona per supportare progetti musicali dedicati al tema della diversità (Mission Diversity) e Linecheck, l’evento di networking internazionale più importante per la filiera musicale italiana.

All’interno degli spazi di BASE, MIH ha creato e gestisce le musicROOMS, centro polivalente e punto d’incontro per professionisti del settore musicale: 600 mq di spazi aperti e sale chiuse, dotati al proprio interno di un’iconica CAPSULA, attrezzata con avanguardistico sistema di diffusione sonora immersiva e per riprese a 360°, per ospitare live di dimensioni raccolte, showcase, anteprime.  
[http://www.musicinnovationhub.org](http://www.musicinnovationhub.org/)

NEMA RETE NUOVE MANIFATTURE   
Oxa Srl fa parte della Rete di Imprese per l’artigianato digitale in ex Ansaldo, insieme a Cariplo Factory, Make a cube Srl, We make Srl, Opendot Srl. La rete ha come scopo la creazione di un nodo milanese per la sperimentazione e prototipazione di prodotti e progetti inerenti alla manifattura digitale. Si rivolge alle PMI, imprese artigiane e start-up, al fine di abilitare i processi di “digital trasformation” e di innovazione tecnologica e sociale delle aziende grazie a programmi di Open Innovation. Favorendo momenti di contaminazione tra start-up, PMI e corporate, NEMA ha l’obiettivo di generare opportunità di crescita e di innovazione attraverso partnership industriali e commerciali, interfacciandosi con tutti gli stakeholder della manifattura digitale.

[www.retenema.it](http://www.retenema.it/)   
  
  
5.5 ANDAMENTO ECONOMICO



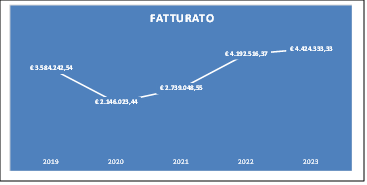


HIGHLIGHTS COSTI E RICAVI

Il 2023 ha rappresentato un anno molto importante per Oxa srl IS preché ha rappresentato il primo esercizio senza importanti influenze esterne, in cui abbiamo potuto utilizzare l’edificio nella sua totalità e senza code legatella alla pandemia da Covid-19, che ha condizionato ancora l’inizio del 2022.

Come segnalato nel paragrafo precedent,e la linea di ricavo degli eventi temporanei ha superato anche il periodo pre covid portando il valore complessivo del fatturato annuo di Oxa srl IS a 4.424.333 al quale va aggiunta la quota di contributi di lavori che stiamo riscontando ogni anno per un totale di 504.000. Ciò significa che il valore complessivo della produzione è stato di 4.928.678 come evidenziato dal grafico sottostante in un trend di crescita positiva:

*Andamento fatturato 2019 - 2023*



Di particolare importanza nell’ambito dei ricavi è stato il consolidamento delle attività legate ai progetti prodotti da BASE, che anche nel 2023 ha superato i 750.000 euro dimostrando che la produzione di contenuti di qualità può andare di pari passo anche ad una sostenibilità economica e alla produzione di valore economico.

Dal punto di vista dei costi, il 2023 è stato caratterizzato da forti investimenti sulla struttura per realizzare il bando MI15 del Comune di Milano e il Bando Spazi in Trasformazione di Fondazione Cariplo con investimenti intorno ai 150.000 euro complessivi confluiti nel valore degli ammortamenti.

Accanto a questi costi, determinati da opportunità di ricavo, ha avuto particolare impatto sul Bilancio 2023 l’aumento legato al costo degli oneri finanziari che ha pienamente compensato in negativo il riequilibrio dei costi energetici tornati a livello pre-crisi energetica, passando dai 190.107 euro del 2022 ai 347.681 del 2023.

Infine, si riportano i valori assoluti dei finanziamenti pubblici e privati ricevuti nel 2023, segnalando una crescita di quelli pubblici rispetto al 2021 (141K euro) e una diminuzione di quelli privati (300K euro):

|  |  |
| --- | --- |
| Totale finanziamenti pubblici (Comune di Milano, Regione Lombardia, Ministeri) | € 381.678 |
| Totale finanziamenti privati (Fondazioni, aziende) | € 129.283 |
| TOTALE COMPLESSIVO | €510.961 |

* 1. VERSO IL 2024

Nel guardare al futuro, ci impegniamo a consolidare e rafforzare l’impatto sulla cittadinanza, con l'obiettivo di contribuire a formare uno spirito critico nelle persone allargando la partecipazione culturale.

Proseguiremo nel capacity building, non solo potenziando le competenze della nostra comunità, ma anche tessendo una rete di collaborazioni con altri centri culturali, al fine di creare un ecosistema culturale ricco e interconnesso. La nostra missione di affrontare il tema I.D.E.A. (Inclusione, Diversità, Equità e Accessibilità) sarà una costante, con un'attenzione particolare ai diritti e all'equità. Intendiamo farlo con un approccio intersezionale che abbraccia tutte le sfaccettature delle identità individuali, riconoscendo l'importanza di ogni voce e ogni esperienza.

Nel rafforzare il nostro programma pubblico annuale, ci impegneremo a sostenere temi che risuonino profondamente con i valori della nostra comunità, promuovendo discussioni e attività che stimolino la riflessione e l'azione. Immaginiamo un BASE Milano sempre più aperto ai giovani, in particolare agli adolescenti e ai ventenni, offrendo loro spazi di espressione e di crescita, piattaforme di dialogo e opportunità per sviluppare le loro passioni e competenze.

Vogliamo essere il motore di un cambiamento positivo, un laboratorio di idee dove la diversità non solo è accolta, ma celebrata come una risorsa imprescindibile. Vogliamo creare un ambiente in cui ogni individuo possa sentirsi valorizzato e parte di un progetto più grande, contribuendo a una società più giusta e inclusiva.

Con determinazione e passione, BASE Milano si propone di rimanere un punto di riferimento culturale, innovativo e dinamico, alimentando costantemente il dialogo e la partecipazione attiva della nostra comunità.

* 1. ATTESTAZIONE DI CONFORMITÀ DEL BILANCIO

**Attestazione di conformità del bilancio sociale alle Linee Guida di cui al decreto ministeriale 4 luglio 2019 del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, redatta dall’organo di controllo ai sensi dell’art. 10, co. 3, del D. Lgs. n. 112 del 2017**

**Identificazione e descrizione dell’oggetto dell’incarico e delle linee guida di riferimento**

Scopo della presente sezione della relazione dell’organo di controllo è di attestare che il bilancio sociale dell’impresa sociale Oxa Srl chiuso al 31.12.2023 sia stato redatto in conformità con le linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del Terzo settore di cui al Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali del 4 luglio 2019.

Il Consiglio di Amministrazione è responsabile per la redazione del Bilancio Sociale e che sia conforme alle norme che ne disciplinano la redazione e che non contenga errori significativi dovuti a frodi o comportamenti o eventi non intenzionali.

L’organo di controllo ha la responsabilità di attestare, nei termini previsti dalla Legge, la conformità alle linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del terzo settore di cui al Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali del 4 luglio 2019. All’organo di controllo compete altresì rilevare se il contenuto del Bilancio Sociale risulti manifestamente incoerente con i dati riportati nel bilancio d’esercizio e/o con le informazioni e i dati in suo possesso.

**Svolgimento delle verifiche, individuazione degli obiettivi e modalità di esecuzione degli accertamenti**

L’attività di verifica è stata condotta in conformità/coerenza con gli standard indicati nelle citate “Linee Guida” ed è stata rivolta a riscontrare:

- lo svolgimento da parte dell’impresa, in via stabile e principale, delle attività di cui all’art. 2, comma 1, in conformità con le norme particolari che ne disciplinano l’esercizio;

- il perseguimento dell’assenza dello scopo di lucro, attraverso la destinazione di utili ed avanzi di gestione esclusivamente allo svolgimento dell’attività statutaria o all’incremento del patrimonio e l’osservanza del divieto di distribuzione anche indiretta di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, soci, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori ed altri componenti degli organi sociali, tenendo conto degli indici di cui all’art. 3, comma 2, lettere da *a)* a *f)* e fatta salva la possibilità di destinare parte degli utili ad aumenti gratuiti del capitale sociale o a erogazioni gratuite in favore di enti del Terzo settore ai sensi e con i limiti di cui all’art. 3, comma 3;

- la struttura proprietaria e la disciplina dei gruppi, con particolare riferimento alle attività di direzione e coordinamento di un’impresa sociale da parte di soggetti di cui all’art. 4, comma 3;

-il coinvolgimento dei lavoratori degli utenti e di altri soggetti direttamente interessati alle attività, con riferimento sia alla presenza e al rispetto di eventuali disposizioni statutarie, sia alla esplicitazione delle forme e modalità di coinvolgimento in conformità alle linee guida ministeriali di cui all’art. 11, comma 3

- adeguatezza del trattamento economico e normativo dei lavoratori, tenuto conto dei contratti collettivi vigenti e rispetto del parametro di differenza retributiva massima di cui all’art. 13, comma 1;

- il rispetto delle prescrizioni relative ai volontari (tenuta di apposito registro, divieto di utilizzare un numero di volontari superiori a quello dei lavoratori, obblighi assicurativi);

Ho verificato che le informazioni inserite nel Bilancio Sociale rispecchino l’attività della società e siano coerenti con le richieste informative di cui al Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali del 4 luglio 2019 e, sulla base di tali verifiche, è possibile affermare che:

• la redazione del Bilancio Sociale dell’impresa sociale Oxa Srl Impresa Sociale per l’esercizio chiuso al 31.12.2023 è stata effettuata secondo criteri e principi che ne consento la valutazione dell’attendibilità;

• il Bilancio Sociale per l’esercizio chiuso al 31.12.2023 risulta conforme alle Linee Guida che ne stabiliscono le modalità di predisposizione;

• i dati e le informazioni contenute nel Bilancio Sociale per l’esercizio chiuso al 31.12.2023 risultano coerenti con le documentazioni esibite e le ispezioni svolte; nel complesso, i dati e le informazioni contenute nel Bilancio Sociale per l’esercizio chiuso al 31.12.2023, consentono, ragionevolmente, una corretta rappresentazione e visibilità delle attività della Impresa Sociale.

**Dichiarazione conclusiva con espressione del giudizio sull’attestazione:**

Si attesta che Bilancio Sociale dell’impresa sociale Oxa Srl Impresa Sociale per l’esercizio chiuso al 31.12.2023 è stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle Linee Guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti delTerzo Settore emanate con decreto del Ministero del lavoro e delle politiche sociali del 4 luglio 2019 che ne stabiliscono le modalità di predisposizione.