

Un  
ptio  
che  
Un  
Ab  
20<sup>re</sup>  
21



**Analisi dei risultati  
e dell'impatto del  
primo semestre  
di attività**

## SOMMARIO

<b>Chi siamo</b>	4
<b>Cos'è il Fuori Logo</b>	6
<b>Cosa è successo al Fuori Luogo</b>	8
<b>Come abbiamo lavorato per raccogliere i dati</b>	9
<b>I Risultati e gli impatti</b>	
✦ <b>Attività commerciale</b>	10
✦ <b>Le persone</b>	14
✦ <b>Sviluppo di un networking e promozione del progetto</b>	18
✦ <b>La comunicazione esterna</b>	21
✦ <b>Innovazione organizzativa</b>	23
<b>Conclusioni</b>	26
<b>Piano di miglioramento</b>	27

# Chi siamo



## LA COOPERATIVA SOCIALE PANTA REI

**La Cooperativa Sociale Panta Rei da oltre 20 anni è impegnata nel perseguire la sua Mission, il reinserimento sociale e lavorativo di persone con patologia psichiatrica.**

La Cooperativa negli anni si è strutturata come Cooperativa sociale ad oggetto plurimo, permettendo così di offrire ai suoi utenti sia servizi di carattere socioassistenziale (*servizi di tipo A*) che attività finalizzate all'inserimento lavorativo di persone svantaggiate (*servizi di tipo B*) come previsti dalla legge n. 381/1991.

Le attività di tipo socio assistenziale si realizzano nella comunità alloggio e in due appartamenti protetti.

Nonostante la natura prettamente socio-sanitaria del servizio, in queste strutture si offre anche l'**affiancamento per l'inserimento lavorativo, progetti casa-lavoro** di notevole interesse tanto da essere definiti progetti "sperimentali". Ogni anno i pazienti serviti dalla Cooperativa nei diversi servizi sono circa 30.

**Le attività di inserimento lavorativo di pazienti psichiatrici è un settore complesso e dal grande impatto**, nel quale Panta Rei ha raggiunto un sempre maggior grado di competenza e professionalità e rappresenta l'obiettivo più ambizioso e sfidante della Cooperativa.

*I servizi offerti al pubblico*



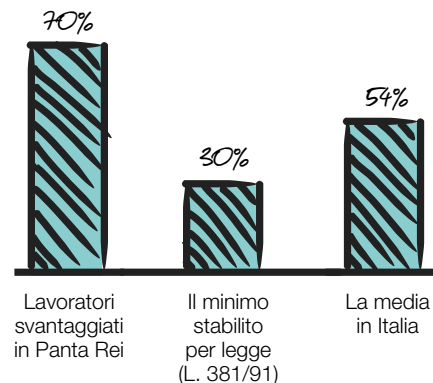
- \* Lavanderia e stireria;
- \* Manutenzione e cura aree verdi;
- \* Manutenzioni edili;
- \* Servizi di pulizia;
- \* Servizi di accoglienza turistica e di ristorazione nella sede "La Groletta".



## Chi siamo

L'**attività di tipo B** di Panta Rei è uno strumento utile nel campo della psichiatria per contrastare, **attraverso la creazione di posti di lavoro studiati e tarati sull'utenza in questione**, la stigmatizzazione ed emarginazione delle persone affette da disturbo psichiatrico, reinserendole nel tessuto sociale, matrice per tutti della creazione e sviluppo di relazioni sociali significative. **I risultati e l'impatto sociale clinico ed economico (di risparmio per la collettività) dell'inserimento lavorativo** sono stati misurati grazie a una ricerca realizzata dall'Università di Verona (dipartimento di psichiatria) e dal Centro Studi Socialis di Brescia.

Al fine di comprendere la **mission** e la **vision** di Panta Rei, è da notare come il rapporto del numero di persone svantaggiate inserite in Cooperativa, stabilito al 30% dalla legge 381/91 che disciplina le cooperative sociali, in Panta Rei sia intorno al 70%, contro una media nazionale del 54,5%.



I soci lavoratori svantaggiati all'interno delle attività della Cooperativa sono assunti con il Contratto Nazionale delle Cooperative ed inseriti a tutti gli effetti nella compagine sociale (presenza e voto nelle assemblee, partecipazione al CdA, agevolazioni dedicate ai soci, ecc..). Prevalentemente vengono utilizzati contratti part time.

A compendio del contratto si redige un progetto personalizzato che, partendo da un'attenta analisi delle condizioni sanitarie, psicopatologiche e socioeconomiche del soggetto, elementi discussi con l'Ente inviante e le figure che compongono l'equipe di lavoro dell'Ente (psichiatra, assistente sociale, psicologo, amministratore di sostegno), disciplini l'orario di lavoro, la sua distribuzione giornaliera e settimanale, i livelli retributivi e le mansioni.

Il contratto diviene un **“abito sartoriale” cucito attorno alla persona**, considerando le multiproblematicità che spesso accompagnano la già difficile condizione di soffrire di una patologia psichiatrica. Oltre ai lavoratori inseriti con la stabile forma del contratto di lavoro, la Cooperativa ha cercato in questi anni di attivare collaborazioni con enti del territorio per allargare la rete delle opportunità da offrire alla forte richiesta di inserimento lavorativo, il tutto attraverso tirocini o esperienze costruite su misura.



## COS'È FUORI LUOGO

La Cooperativa Sociale Panta Rei è una impresa sociale che ha attivato nel marzo del 2021 un accordo con l'associazione Villa Buri Onlus, l'ente gestore di Villa Buri, a San Michele Extra.

L'accordo consiste nell'affitto di uno spazio per realizzare appunto una attività di Bar e punto ristoro all'interno della struttura e aperto a tutta la cittadinanza.

Una attività commerciale, dunque, che ha la caratteristica di fornire un'opportunità di lavoro a persone che altrimenti non avrebbero questa occasione e che al contempo vuole inserirsi sul mercato con una proposta innovativa e di qualità.

**L'idea che ha convinto la Cooperativa ad accettare questa sfida è legata primariamente all'opportunità di dare risposte soggetti fragili del territorio, in secondo luogo le particolari caratteristiche dello spazio, inserito in un contesto molto grande, con un vasto parco risponde alla perfezione alle necessità e ai desideri delle persone che in questo momento hanno bisogno di uscire e trovare momenti di socialità che siano sicuri e rassicuranti rispetto all'emergenza sanitaria in corso.**

Il Nuovo Buri Bar **non è un bar come tutti gli altri**, per diversi motivi:

- ✦ è all'interno di un **contesto incredibilmente bello e accogliente**, con uno spazio all'aperto fatto di prati, boschi, spazio giochi ed è inserito all'interno di percorsi ciclabili di grande interesse paesaggistico;

## Cos'è Fuori Luogo

- ✦ è un luogo di **raccordo e promozione** di una rete vasta di organizzazioni e punto di riferimento per molte realtà del territorio;
- ✦ ogni caffè venduto rappresenta **un'occasione di riscatto e di autonomia per una persona** che potrebbe non avere altre opportunità;
- ✦ fa dell'approccio collaborativo e di rete con altre realtà del sociale una caratteristica in grado di **moltiplicare il numero degli avventori e quindi i volumi di lavoro**. Oltre a questo la natura stessa del Bar, intesa come luogo di incontro, scambio e relazione, attribuisce alla Cooperativa un compito naturale di facilitatore delle attività della rete, sviluppando attorno al Fuori Luogo opportunità di sinergie e collaborazioni, che dovranno essere ulteriormente strutturate e rese strategiche, ma che già da ora sono un potenziale enorme di sviluppo;
- ✦ è uno **spazio aperto all'organizzazione di eventi, feste, mostre e convegni**.

Il **nome** che la Cooperativa ha voluto dare al Bar è “Fuori Luogo”, nome scelto insieme a tutti i soci lavoratori svantaggiati e agli operatori. L'idea che suggerisce è quello **dell'importanza di un luogo, uno spazio all'aperto, fuori dai normali modi di percepire la città, il lavoro e lo stare insieme**. Un luogo dove quello che potrebbe essere considerato inadeguato e “fuori luogo”, diventa occasione per **generare valore, relazioni positive e bellezza**. Nel definire, in fase di progettazione, quali fossero gli obiettivi specifici dell'avvio di questa attività, la Cooperativa Panta Rei ha ipotizzato e previsto alcuni risultati specifici da raggiungere, sia di tipo qualitativo che quantitativo, per ognuno dei quali ha individuato anche degli indicatori di risultato.

Gli obiettivi riguardano:

- ✦ **Definizione** di un modello di gestione del Bar sostenibile economicamente, socialmente e anche dal punto di vista ambientale.
- ✦ **Valorizzazione e potenziamento** di una rete di attori attraverso un luogo che sia collettore e attrazione per attività, iniziative e collaborazioni nuove.
- ✦ **Inserimento lavorativo** di persone svantaggiate.
- ✦ **Valorizzazione e promozione** della Villa e del Parco.



## COS'È SUCCESSO AL FUORI LUOGO

Fuori luogo è stato **inaugurato 25 Aprile** con un evento che ha presentato a tutta la comunità e alla città il progetto e la **nuova collaborazione tra la Cooperativa Panta Rei e l'Associazione di Villa Buri**.

Sulla scorta dello storico dell'attività del bar che prima si chiamava Buri Bar è stato deciso un programma di apertura piuttosto flessibile che in questa fase di **start up** tenesse conto delle possibili variazioni degli accessi. Tendenzialmente si è deciso di tenere aperto il bar durante la settimana solo nelle ore pomeridiane, in concomitanza con l'uscita da scuola dei bambini ospitati presso l'asilo interno alla villa.

Durante il weekend invece il fuori luogo era aperto dal venerdì pomeriggio fino alla domenica sera, con una apertura settimanale di circa 50 ore proponendo non solo attività di bar ma anche di piccolo ristorante che ha lavorato il tandem con la cucina del Ristorante La Groletta gestito dalla Cooperativa a Rivoli.

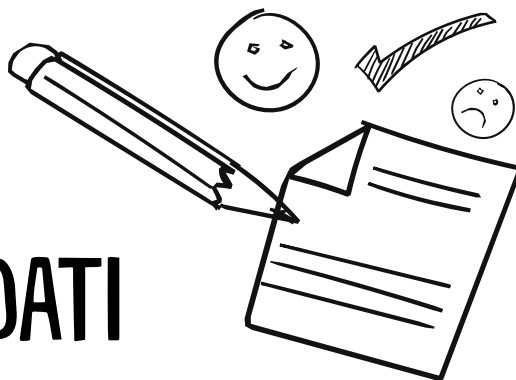
Nella fase iniziale erano state programmate alcuni **eventi ed iniziative come concerti e spettacoli** che visto il gradimento del pubblico sono diventate sempre più numerose, garantendo una significativa presenza di persone soprattutto durante il fine settimana.

Essendo una nuova attività in un nuovo contesto si è immaginato il primo anno come un anno sperimentale, in cui gradualmente si sono definite la natura e le caratteristiche del Bar e il suo impatto sulla Villa e sulla comunità di riferimento.

Per questo motivo oltre alle attività specifiche per la gestione del Bar e la realizzazione di eventi si è ritenuto importante svolgere un attento e preciso lavoro di raccolta di dati ed informazioni per un costante monitoraggio e valutazione funzionale alla riprogrammazione del secondo anno di attività e per avere la misura della performance del bar.

Gli indicatori:

- \* Performance **sociale**;
- \* Performance delle **opportunità di sviluppo**;
- \* Performance **economica**.



## COME ABBIAMO LAVORATO PER RACCOGLIERE I DATI

I dati utilizzati per questa restituzione sono sia di tipo quantitativo che di tipo qualitativo: **sono stati utilizzati dati di gestione che restituiscono il successo dell'attività commerciale del bar, dati di tipo qualitativo rilevati attraverso dei questionari e delle interviste.**

Al questionario hanno risposto circa un centinaio di persone fornendo una lettura piuttosto interessante sul Bar, ma anche sui cambiamenti che questa nuova presenza all'interno di Villa Buri è stata in grado di generale, sui clienti, sulle organizzazioni partner e su tutta la cittadinanza. Riportiamo di seguito i dati che riteniamo più significativi.

Sono stati **raccolti secondo modalità differenti** con lo scopo di creare una narrazione il più possibile esaustiva per raccontare di come la presenza del Fuori Luogo all'interno di Villa Buri abbia generato valore per tre differenti tipologie di stakeholder:

- ★ **I soci svantaggiati e i pazienti con disturbi psichiatrici** che hanno potuto trovare nel Fuori Luogo un'**opportunità di lavoro ed impegno.**
- ★ **L'Associazione Villa Buri e le organizzazioni socie** che hanno potuto godere di uno **spazio rinnovato**, di **opportunità di incontro** ma soprattutto ha consentito la **creazione di nuove sinergie e opportunità** in un'ottica generativa che era elemento costitutivo del progetto della costituzione stessa di lavori.
- ★ **La comunità e cittadini** che hanno potuto godere di **nuovi servizi realizzati.** Rientrano qui anche i **volontari**, un elemento di grande valore per certi aspetti inaspettato la cui presenza in fase di progettazione era stata sottovalutata ma che ha costituito invece un elemento fondamentale non solo per la sostenibilità del progetto ma anche per la sua qualità.

5  
4  
3  
2  
1



## I RISULTATI E GLI IMPATTI

# ATTIVITÀ COMMERCIALE 1

Essendo questo il primo anno di attività del Fuori Luogo non è stato possibile comparare i risultati di tipo commerciale con quelli degli anni precedenti. Abbiamo però voluto **creare un confronto tra gli obiettivi di progetto** che la Cooperativa si era data al fine di garantire successo in termini di sostenibilità e di benefici per i propri soci e per i pazienti e i **risultati effettivamente raggiunti nei primi 6 mesi**. Nell'individuare gli obiettivi di progetto, la Cooperativa ha utilizzato la propria esperienza nella gestione di attività simili, ma anche la storia del Buri Bar e le precedenti esperienze di gestione e alcuni obiettivi di tipo sociale che rispondessero ai bisogni rilevati sul territorio di riferimento.

**Abbiamo creato pertanto dei grafici che mettono a confronto questi due valori** (obiettivi prefissati e risultati raggiunti) per dimostrare come l'attività sia stata un reale e importante successo per la Cooperativa e i suoi soci e per comunicare anche internamente gli effetti positivi dell'impegno che tutti i lavoratori e i volontari hanno dedicato al progetto.

Sono stati scelti alcuni prodotti più significativi tra il venduto, che hanno consentito anche nei primi mesi hanno consentito anche di sviluppare un sistema di gestione e una più precisa strategia di gestione degli approvvigionamenti e della definizione della proposta da fare ai clienti.



obiettivo



risultato

<b>Caffè venduti</b>	2.000	<b>3.221</b>
<b>Birre</b>	2.000	<b>5.017</b>
<b>Aperitivi</b>	1.200	<b>2.947</b>
<b>Cibo (n. pietanze)</b>	800	<b>2.750</b>
<b>Gelati</b>	1.500	<b>4.532</b>
<b>Pasti per catering</b>	100	<b>1.926</b>
<b>Pasti per grest</b>	0	<b>1.427</b>

**La prima serie di dati confronta il venduto del primo semestre di attività con gli obiettivi di risultato previsionali.**

## I risultati e gli impatti - Attività commerciale

Per quanto riguarda l'attività commerciale si può dire che generalmente il **venduto** sia stato **proporzionalmente superiore a quanto previsto** in fase di progettazione che si era mantenuta cauta nel tentativo di studiare un sistema di sostenibilità per tutta l'attività. I dati rivelano però che una nuova tipologia di entrate, costituita dalla fornitura di pasti per bambini dei centri estivi, emblematica di come la presenza in un luogo fulcro di reti e contatti può aprire ad opportunità che non erano state nemmeno previste e che invece hanno costituito una grande opportunità per generare valore all'interno della Cooperativa ma anche all'interno di organizzazioni che prima non si conoscevano e che hanno un'attività completamente diversa.

La nascita di queste collaborazioni sicuramente positiva e rappresenta un valore aggiunto generato dal progetto e potrà essere ulteriormente sviluppata negli anni a seguire.

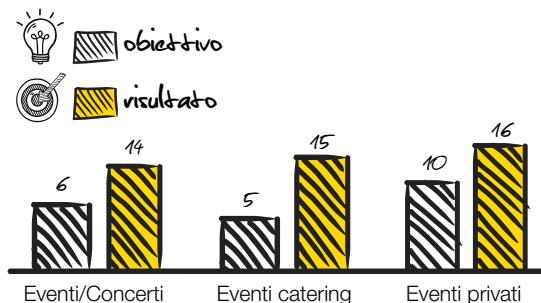
Anche per quanto riguarda la creazione di opportunità di incontro e di promozione del luogo i primi sei mesi di attività sono stati molto positivi e sicuramente sono stati raggiunti risultati superiori alle aspettative.

Presso il Fuori Luogo sono state realizzate molte attività che hanno consentito a molte persone di frequentare per la prima volta il parco e gli spazi di Villa Buri.

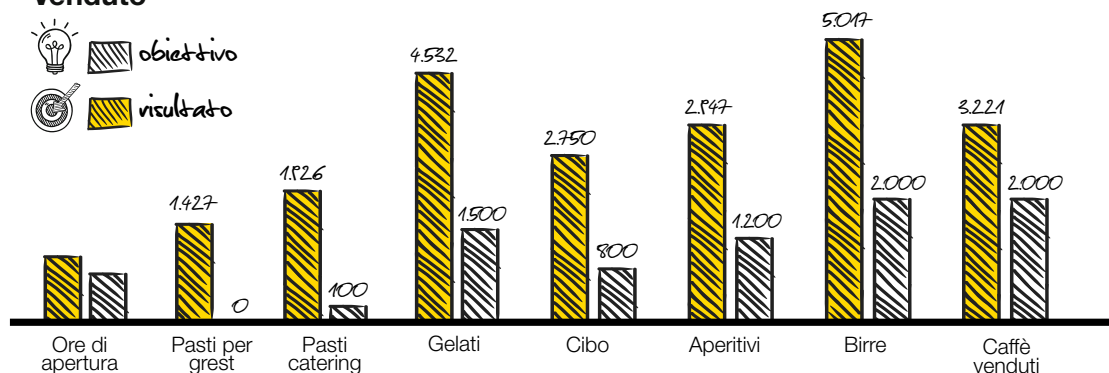


	obiettivo	risultato
Eventi/concerti	6	14
Eventi privati	10	16
Partecipanti eventi	500	1.100
Eventi catering	5	15
Presentazioni libri (da remoto)	5	2

### Eventi realizzati

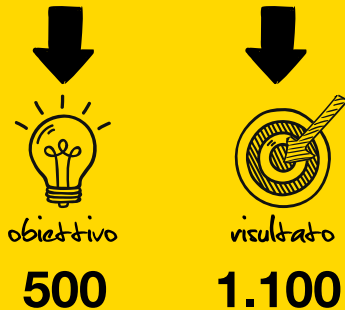


### Venduto



## I risultati e gli impatti - Attività commerciale

Le attività organizzate **hanno generato un afflusso di persone ben oltre quanto previsto** che si sono aggiunte a quelle che quotidianamente hanno frequentato il bar.



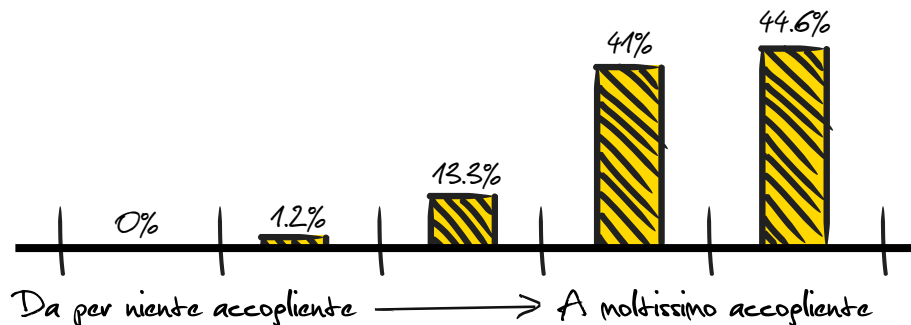
Il questionario somministrato ai clienti del Bar ha consentito di raccogliere anche il gradimento degli utenti rispetto ai servizi venduti, aggiungendo a questi dati quantitativi alcune informazioni anche sulla qualità del servizio e della proposta.

**Due domande chiedevano di valutare i servizi e la location con un voto da 1 a 5, e i risultati sono sicuramente positivi.** Una domanda aperta sui suggerimenti per migliorare i servizi suggerisce alcune riflessioni sui possibili interventi da fare che riguardano fondamentalmente i servizi accessori all'attività del Bar, come il parcheggio e i bagni esterni, da molti considerati non funzionali.

COME VALUTI I SERVIZI DI FUORI LUOGO?

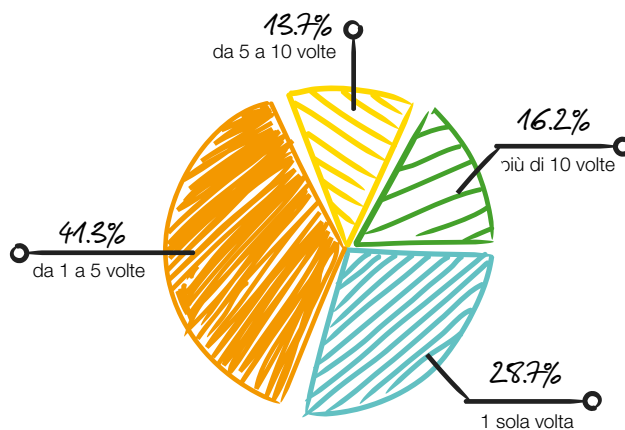


### COME VALUTI LA LOCATION DI FUORI LUOGO?



La domanda **“Quante volte sei stato al Fuori Luogo?”** è stata posta per rafforzare l’esito delle precedenti capire quanto il fuor luogo è un locale apprezzato, usando come indicatore il numero di volte che i clienti sono ritornati. Il dato che emerge è sicuramente positivo.

### QUANTE VOLTE SEI STATO A FUORI LUOGO NEGLI ULTIMI 6 MESI?

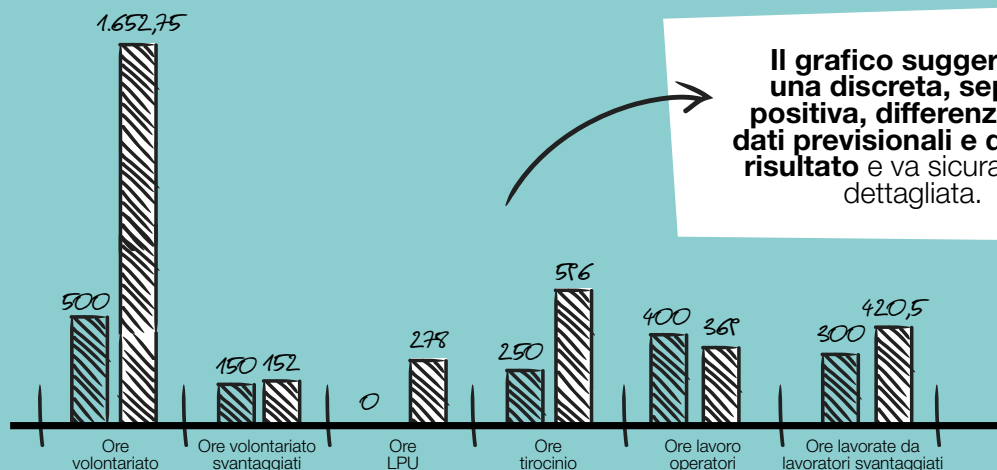


## I RISULTATI E GLI IMPATTI LE PERSONE

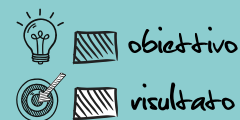
2

Ogni volta che Panta Rei inizia una nuova attività o un servizio **la sua priorità è creare opportunità di integrazione e socializzazione, esperienza di benessere e di inserimento lavorativo ai pazienti di cui si prende cura.** Anche l'attività di impresa sociale sviluppata dal bar Fuori Luogo ha questo imprescindibile obiettivo e per questo motivo nell'analizzare i risultati del primo semestre di attività diventa strategico capire quale impatto la gestione del bar ha generato per le persone che gravitano attorno alla Cooperativa.

Anche in questo caso nel progettare l'intervento la Cooperativa si era data degli obiettivi che abbiamo qui riportato a confronto con i risultati raggiunti. Le modalità di coinvolgimento delle persone, in particolare di quelle svantaggiate è molteplice: sono stati distinti gli **inserimenti lavorativi** veri e propri **dai tirocini e dalle ore di volontariato** che i pazienti hanno svolto presso il bar. L'obiettivo è sicuramente quello di **restituire con trasparenza il tempo dedicato dalle persone alle attività** del Fuori Luogo ma anche di rappresentare le **molteplici possibilità** che un'attività come questa può offrire a persone con patologia psichiatrica, grazie alla sua versatilità, alla possibilità di creare relazioni reali con il mondo e allo svolgersi in un luogo bello e appagante, oltre che protetto.



Il grafico suggerisce una discreta, seppur positiva, differenza tra i dati previsionali e quelli di risultato e va sicuramente dettagliata.



## I risultati e gli impatti - Le Persone

La **presenza di lavoratori svantaggiati** all'interno del progetto del Fuori Luogo è un **elemento fondamentale** per misurare il successo nell'iniziativa. Durante i 6 mesi di attività hanno lavorato con regolare contratto 10 soci persone svantaggiate, 8 lavoratori già assunti che normalmente erano impiegate presso il ristorante la Groletta, di cui 3 assegnati stabilmente nel semestre al Fuori Luogo e 5 saltuariamente. Oltre a questi e sono stati fatti 2 nuovi contratti di lavoro ad hoc, che alla fine del semestre sono stati stabilizzati grazie all'inserimento delle persone in altre attività della Cooperativa.



**La discrepanza tra gli obiettivi e i risultati più evidente è data dalla partecipazione dei volontari** alle attività delle Fuori Luogo. Il coinvolgimento dei cittadini come volontari era stato sicuramente previsto e considerato importante per raggiungere quell'obiettivo di creare una reale condivisione tra i pazienti e il mondo circostante, veicolo per contribuire a ridurre il pregiudizio e lo stigma nei confronti di questa tipologia di pazienti.

Tuttavia con piacevole sorpresa si è scoperto che le caratteristiche delle attività proposte, il contesto particolarmente bello della Villa e il clima che si è creato all'interno del bar hanno costituito un elemento altamente motivante per i volontari che hanno contribuito donando il loro tempo in modo sempre più significativo e coinvolto, generando un inaspettato valore e sviluppando risorse vitali per la sostenibilità dell'attività e per il benessere dei pazienti.

L'impatto significativo generato dal coinvolgimento dei volontari è dato anche e soprattutto dal fatto che anche terminata la stagione estiva e conclusasi attività presso il bar, queste persone sono restatese in contatto con la Cooperativa e proseguono tutte nella collaborazione donando loro tempo in altre attività insieme ai pazienti.

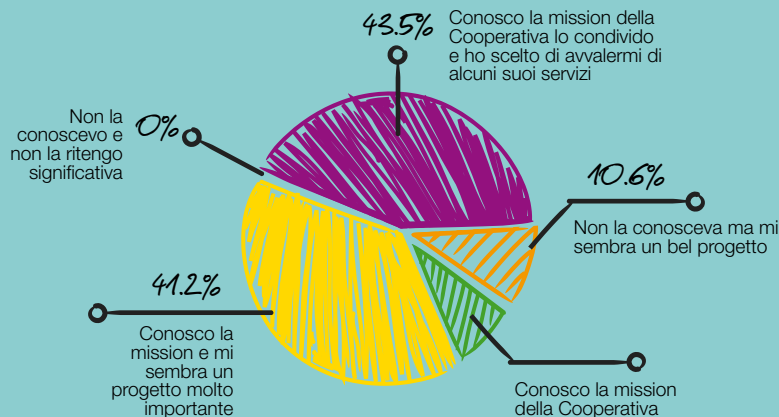
A ulteriore dimostrazione dei positivi riscontri dei volontari va rilevato, in risposta alla loro disponibilità ed alle loro sollecitazioni è stato predisposto **un particolare percorso formativo sui temi della salute mentale** che si concluderà nel 2022, al quale stanno partecipando costantemente 25 volontari.

Durante i mesi precedenti all'apertura la Cooperativa Panta Rei anche attivato una convenzione con il tribunale ed è diventata luogo dove poter svolgere lavori di pubblica utilità (LPU) o messa alla prova (MAP), esperienze di giustizia di comunità alternative alla detenzione. Grazie a questa iniziativa hanno potuto svolgere servizio presso il Bar Fuori Luogo 2 persone per un totale di 278 ore.

Anche in questo caso **il questionario consente di aggiungere alcune informazioni utili** su come i clienti hanno accolto le caratteristiche del progetto e su come l'attività svolta delle persone è stata giudicata, non solo da un punto di vista sociale, ma anche professionale e di qualità del servizio.

**Nello stile della Cooperativa c'è da sempre la necessità di non limitarsi alla propria componente sociale, ma offrire servizi e prodotti commercialmente validi e competitivi**, per poter garantire ai propri soci un lavoro vero, con risultati economici e di performance reali, garanzia di dignità e soddisfazione personale. Per questo motivo il questionario ha previsto sia una domanda per comprendere la conoscenza e la condivisione dal parte dei clienti della *mission* della Cooperativa, sia alcuni item per valutare la qualità del servizio offerto dai propri lavoratori.

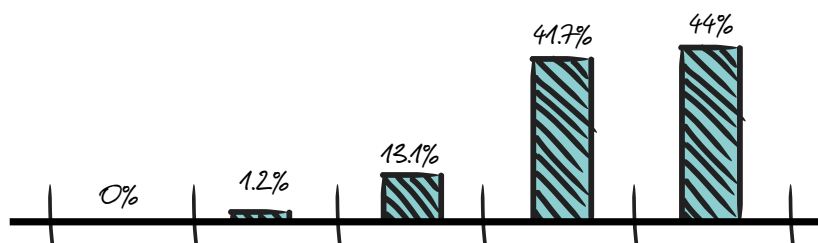
### COSA PENSI DELLA MISSION DELLA COOPERATIVA? LA CONOSCEVI?



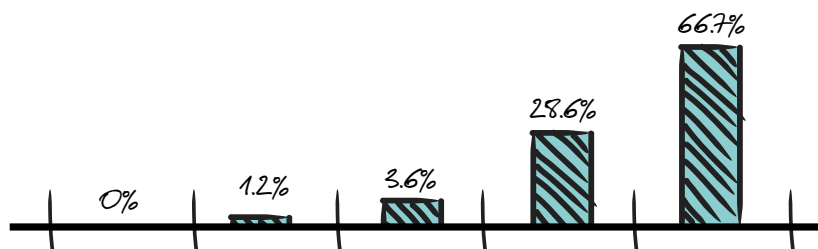
## I risultati e gli impatti - Le Persone

Per molti clienti il progetto di inserimento portato avanti da Panta Rei è considerato molto importante, il che potrebbe far pensare ad una clientela legata principalmente alla mission. Ai clienti è stato chiesto quindi di **valutare anche la cortesia e la professionalità delle persone impiegate** presso il bar per restituirne una fotografia il più possibile completa.

COME VALUTI LA PROFESSIONALITÀ DEL PERSONALE DI FUORI LUOGO?



COME VALUTI LA CORTESIA DEL PERSONALE DI FUORI LUOGO?

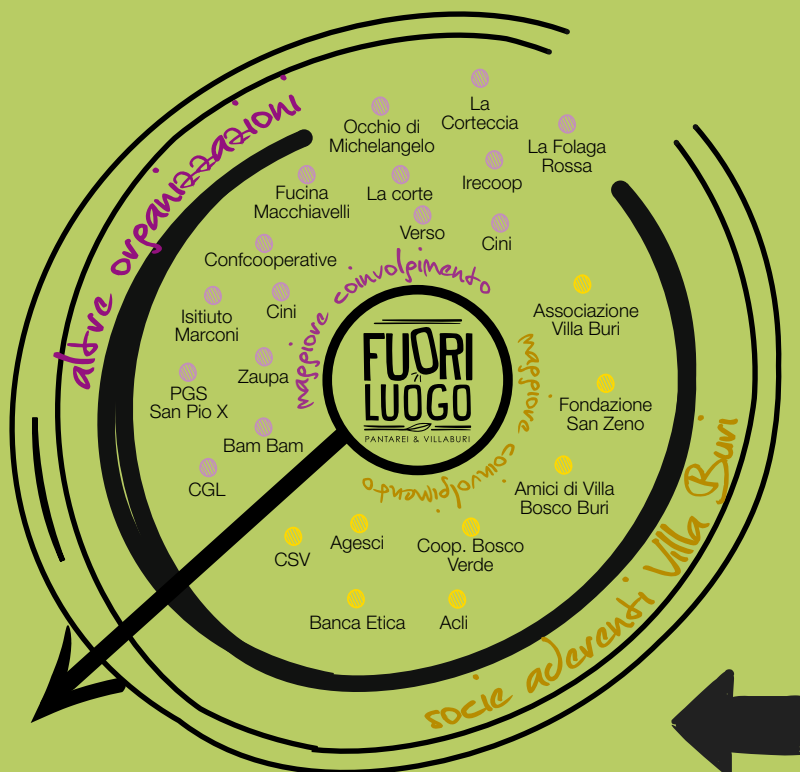




I RISULTATI E GLI IMPATTI

## SVILUPPO NETWORKING E PROMOZIONE DEL PROGETTO

3



Uno degli obiettivi del progetto era quello di **potenziare e sviluppare relazioni positive con le organizzazioni presenti sul territorio**. Sono stati in questo caso distinti due tipi di rapporti quelli interni con i soci di villa Buri quelli esterni con altre organizzazioni ed enti.

Gli effetti della presenza di Pantarei da questo punto di vista sono sicuramente significativi, e rappresentano un valore aggiunto sia per la Cooperativa che per tutte le organizzazioni aderenti o che a diverso titolo hanno partecipato o organizzato iniziative all'interno della villa.

Nella pagina seguente alcuni indicatori per descrivere l'impatto dal punto di vista della creazione di un **networking significativo**: sono stati realizzati 5 incontri organizzativi con la Governance dell'Associazione Villa Buri, circa il 50% (9 organizzazioni) delle organizzazioni socie ha in qualche modo partecipato o collaborato con Pantarei in iniziative realizzate presso il Bar Fuori Luogo.

## I risultati e gli impatti - Sviluppo networking e promozione

Questo dati raccontano di una nuova collaborazione che potrà sicuramente svilupparsi maggiormente negli anni a seguire e che necessitano di un impegno organizzativo costante per poter coordinare al meglio le attività e le proposte di tutte le organizzazioni partner. Un dato significativo sul margine di miglioramento di questa collaborazione è ricavabile da una domanda del questionario in cui si evince che solo il 19% del clienti che hanno risposto erano soci o volontari di una associazione aderente a Villa Buri.

Tra gli esiti di impatto più significativi vi è sicuramente, la creazione di nuove opportunità condivise: nel corso del primo mese del 2022 Villa Buri Onlus ha presentato un progetto CariVerona in partnership con Pantà Rei ed altri attori, valorizzando e moltiplicando il valore della collaborazione avviata.



Come si vede non solo le organizzazioni aderenti a Villa Buri hanno collaborato e creato iniziative all'interno del Fuori Luogo: altre 12 organizzazioni hanno avviato collaborazioni, episodiche o continuative con Pantà Rei all'interno del Parco e del Fuori Luogo.

Da questo punto di vista il questionario somministrato ai clienti ha consentito di raccogliere ulteriori informazioni sulla tipologia di persone e di organizzazioni raggiunti.

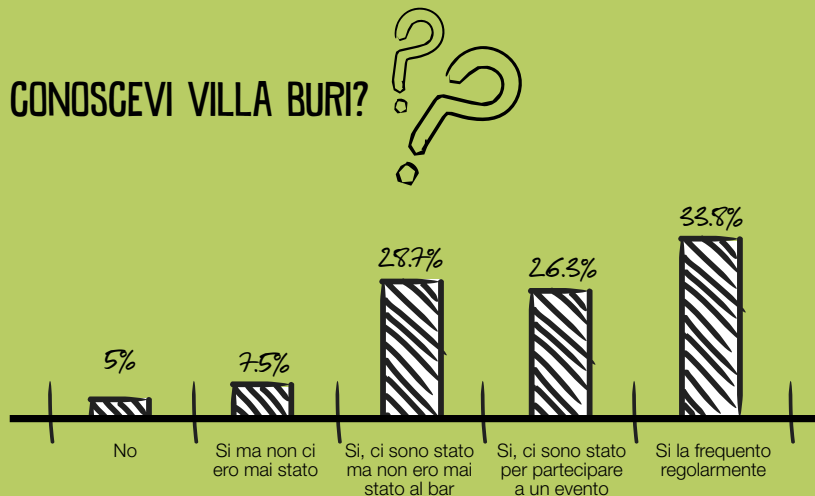
Prima di tutto va rilevato che il 95% dei frequentatori conosce Pantà Rei ed è a conoscenza che la Cooperativa gestisce il bar, anche se l'11% di questi non conosce la mission e gli obiettivi sociali della Cooperativa.

## I risultati e gli impatti - Sviluppo networking e promozione

Il questionario ha consentito anche di comprendere anche in quale misura **le attività del Fuori Luogo siano state importanti per far conoscere il contesto di Villa Buri**, sia come spazio verde accogliente sia come luogo in cui si realizzano progetti ed iniziative significative.

A tal riguardo va rilevato che il 5% dei rispondenti non conosceva Villa Buri, il 7,5% sapeva della sua esistenza ma non c'era mai stato e oltre il 28% non aveva mai frequentato il Bar nelle gestioni precedenti.

Questo per noi rappresenta un dato molto significativo perché fornisce la misura di come la presenza del Fuori Luogo abbia avuto un impatto positivo anche nella promozione della Villa e nella sua valorizzazione all'interno del territorio.



## I RISULTATI E GLI IMPATTI

# LA COMUNICAZIONE ESTERNA 4

Per raggiungere questi obiettivi lo sforzo comunicativo della Cooperativa Panta Rei è stato davvero significativo. Sono stati utilizzati principalmente due strumenti social: Facebook e Instagram. Le due pagine sono state aperte ad Aprile del 2021, in prossimità dell'inaugurazione. Il numero dei follower e dei "mi piace" è arrivato nel corso del semestre a oltre 605 persone per Facebook e oltre 900 per Instagram, ed entrambe hanno visto il picco di incremento subito dopo l'apertura, quando molto intensa è stata l'attività di promozione del Bar, nelle settimane successive il numero dei nuovi follower è sempre aumentato sia pur in modo meno rapido.

## FOLLOWER

Nuovi "mi piace" e follower

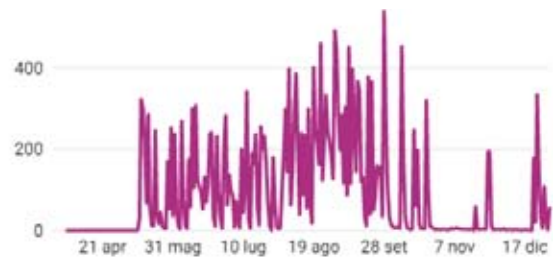
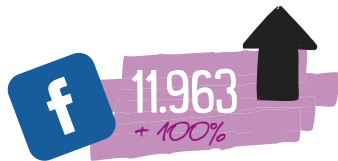


## I risultati e gli impatti - La comunicazione esterna

L'andamento delle coperture (il numero di persone che hanno visto uno dei contenuti della pagina o relativi alla pagina) rappresenta in modo piuttosto fedele l'intensità degli eventi e delle iniziative realizzate presso la villa, molto intense durante il periodo estivo e che hanno creato un tam tam di diffusione delle attività presenti al Fuori Luogo.

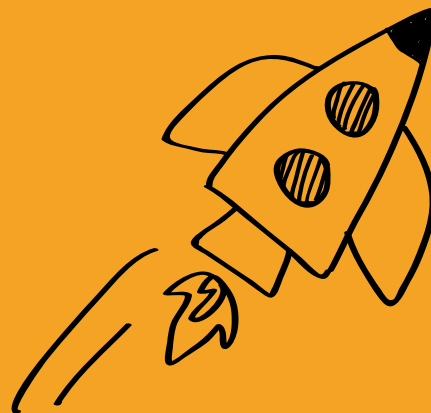
L'effetto della comunicazione sui social ha avuto come principale esito quello della presenza massiccia di persone in occasione degli eventi e dei concerti organizzati presso il Bar durante tutto il periodo estivo che hanno consentito di far conoscere la Cooperativa, la villa e il progetto ad una significativa quantità di persone che senza quegli eventi non l'avrebbero probabilmente frequentata e conosciuta.

### LA COPERTURA



## I RISULTATI E GLI IMPATTI INNOVAZIONE ORGANIZZATIVA

5



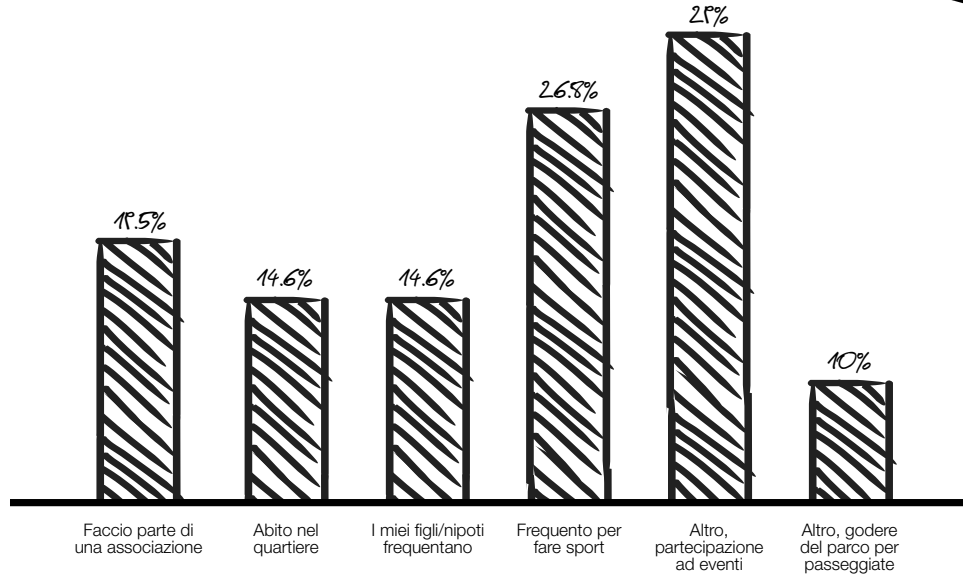
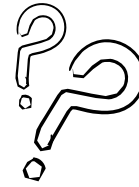
L'elemento che maggiormente contraddistingue l'attività realizzata presso i Fuori Luogo e l'**estrema eterogeneità di tutti gli attori** che hanno fatto parte del progetto.

Oltre ai pazienti, per il benessere dei quali la Cooperativa è abituata a creare progetti lavorativi su misura e quindi fortemente personalizzati e flessibili, che richiedono uno sforzo organizzativo ulteriore rispetto alla normale organizzazione del personale; anche i clienti ti hanno frequentato il bar hanno caratteristiche diversissime che hanno reso molto complesso riuscire a trovare una risposta con servizi adeguati ed soddisfacenti per tutti.

Per rendere evidente questa caratteristica è utile guardare le risposte alla domanda questionario somministrato che chiedeva per quale motivo i rispondenti frequentavano Villa Buri.

Questo strumento ha consentito di fare la **prima mappatura della tipologia di frequentatori** del bar, uno strumento non solo utile ma propedeutico a comprendere le caratteristiche che deve avere il servizio e le direzioni di sviluppo da intraprendere per fare una proposta vincente.

FREQUENTI REGOLARMENTE VILLA BURI, POTRESTI INDICARE PER QUALE MOTIVO?



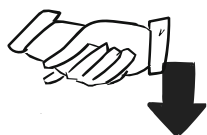
Emerge chiaramente che, esclusi i partecipanti agli eventi e ai concerti, le persone che abitualmente frequentano la villa e che quindi possono diventare clienti del bar hanno caratteristiche molto diverse per età, abitudini, obiettivi.

Questo è uno dei motivi per cui è stato molto difficile e ha richiesto molto lavoro di analisi declinare una proposta del bar che potesse accontentare tutte le tipologie di clienti, ma anche banalmente che potesse fornire orari di apertura grado di intercettare i momenti di maggior affluenza ed incontrare quindi il maggior numero di clienti.

Per questo motivo l'attività di pianificazione e di organizzazione è stata intensissima sia interna allo staff, che insieme ai volontari, sia in collaborazione con l'associazione villa Buri, sia con le altre organizzazioni.

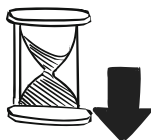
## I risultati e gli impatti - Innovazione organizzativa

Sono stati individuati alcuni indicatori che possono restituire lo sforzo organizzativo che questi primi mesi di attività hanno richiesto per coordinare le attività.



Incontri organizzativi  
con Villa Buri Onlus

**8 incontri**  
**18 ore**



n. ore di programmazione  
interna delle attività

**27 incontri**  
**320 ore**  
(80 per operatore)  
**4 operatori coinvolti**



Numero incontri di  
pianificazione con i Volontari

**12 incontri organizzativi**  
**3 incontri di formazione**  
**30 ore di attività**  
**di pianificazione e**  
**formazione per ogni**  
**volontario**  
**4 operatori coinvolti**

È evidente che tutte le volte che a Panta Rei apre un nuovo servizio all'obbligo di mettere al centro la persona e questo comporta uno sforzo significativo non solo per rispondere a delle esigenze.

Gli ingredienti che hanno reso possibile che la complessità e l'enorme quantità di variabili imprevedibili non diventassero un elemento critico in grado di limitare il successo della proposta sono sicuramente le caratteristiche che da sempre definiscono la Cooperativa: **flessibilità**, **resilienza** e un **modello organizzativo** a motivare uno staff e un gruppo di volontari molto motivati.

L'upgrade di questo progetto in particolare che ha reso possibile il successo della fase di startup è la straordinaria bellezza dei luoghi che ha davvero reso piacevoli le attività e ha regalato un senso ulteriore alle fatiche di chi quotidianamente ha lavorato al Fuori Luogo, aspetto ancora più significativo per i pazienti dimostrando come la bellezza del contesto non è e non deve essere trascurata.





## CONCLUSIONI

**Molte sono le riflessioni che già dopo i primi 6 mesi di attività possono essere sollecitate da questi primi dati.**

La prima, che per Panta Rei è sicuramente la più significativa, è che si è realizzato l'obiettivo di **dare una risposta a molte persone con disturbi di tipo psichiatrico** che attraverso il Fuori Logo hanno potuto svolgere attività di senso, con soddisfazione e appagamento.

Il secondo aspetto che emerge è che il complesso di **Villa Buri rappresenta una grande opportunità**, non ancora completamente espressa, di generare valore per le persone in difficoltà, per le organizzazioni del territorio, per l'ambiente e la cittadinanza. La presenza di un bar, inteso come anche (e soprattutto) come luogo di incontro, di relazione e scambio, può diventare attraverso il lavoro di mappatura già iniziato un'antenna fondamentale per comprendere quale tipologia di utenza frequenta i luoghi della Villa, intercettarne i bisogni e contribuire, insieme agli altri attori presenti, a creare possibili risposte.

La complessità e la varietà delle persone che frequentano Villa Buri ci porta a fare anche alcune riflessioni circa la sostenibilità del bar: l'esperienza fino a qui condotta ci porta a dire che **l'approccio organizzativo vincente per la gestione di un servizio come questo è quello dell'imprenditoria sociale**. L'attività è stata economicamente sostenibile perchè si è basata, oltre che sul lavoro dei soggetti svantaggiati, sulla partecipazione e l'engagement di tutta la comunità che attraverso il volontariato, i progetti di giustizia di comunità e i tirocini ha trasformato un'esperienza commerciale in un'opportunità di **generare impatto sociale e benessere**. La condivisione di aspetti valoriali e di senso ha coinvolto la clientela, gli operatori e i pazienti che con impegno e disponibilità hanno reso possibile il buon funzionamento di tutto gli aspetti legati alla gestione.

È solo grazie a questo approccio che abbiamo definito ibrido, competitivo sul mercato ma focalizzato sulla centralità della persona, che è stato possibile rendere il bar un luogo accessibile a tutti, in grado di dare risposte personalizzate ai clienti, di strutturare il lavoro come una abito costruito su misura per i propri soci, di coinvolgere e motivare una grande numero di volontari. **C'è sicuramente molto da fare, ma le premesse e i numeri ci dicono che siamo sulla buona strada.**

## PIANO DI MIGLIORAMENTO

Così come si erano fatte delle previsioni durante la progettazione dell'avvio del Bar, dopo il primo semestre di lavoro e soprattutto dopo la raccolta di questi dati la Cooperativa ha ipotizzato un proprio piano di miglioramento utilizzando gli stessi indicatori presenti in questo documento.



obiettivo  
2021



risultato  
2021



obiettivo  
2022

### Attività commerciale

Aperitivi	1.200	<b>2.947</b>	3.500
Caffè	2.000	<b>3.221</b>	5.000
Birre	2.000	<b>5.017</b>	6.000
Pasti per Catering	100	<b>1.926</b>	2.500
Pasti per centro estivo	0	<b>1.427</b>	2.000
Ore di apertura settimanale	40	<b>48</b>	55
n. di eventi (concerti)	6	<b>14</b>	20
n. eventi culturali	5	<b>2</b>	8

### Persone

Ore volontari	500	<b>1.652</b>	2.000
Numero di volontari	7	<b>10</b>	15
Ore di tirocinio	250	<b>596</b>	700
Ore giustizia di comunità	0	<b>278</b>	500
Ore personale svantaggiato	300	<b>420</b>	600
Numero stabilizzazioni	1	<b>2</b>	3
Attività per detenuti casa circondariale	-	-	3



obiettivo  
2021



risultato  
2021



obiettivo  
2022

### Networking

Numero di organizzazioni socie di Villa Buri con cui collaborare	12	<b>9</b>	15
Organizzazioni con cui collaborare (non socie di Villa Buri)	7	<b>12</b>	18
Nuovi progetti in partnership	1	<b>2</b>	3
Nuovi progetti presentati come capofila	0	<b>0</b>	3

### Comunicazione

Follower facebook	-	<b>605</b>	900
Follower instagram	-	<b>925</b>	1.500
Uscite stampa	2	<b>2</b>	4

Si tratta di indicatori di tipo quantitativo, che naturalmente verranno affiancati da una attenta analisi dei risultati qualitativi raggiunti che prima di tutto dovranno tener conto, attraverso un costante lavoro di monitoraggio e verifica, dell'impatto positivo prodotto sui pazienti.

Saranno utilizzati anche del secondo anno di attività tutti gli strumenti utili a misurare il gradimento e la soddisfazione dei clienti e a monitorare l'efficacia del networking, perchè il Fuori Luogo vuole continuare ad essere molto più di un bar.

**FUORI  
LUOGO**  
PANTAREI & VILLABURI  
MOLTO PIÙ CHE UN BAR

Seguici sui social!



**FUORI LUOGO**  
**Villa Buri**  
Via Bernini Buri, 99  
37132 Verona

È un progetto  
**PANTAREI**  
COOPERATIVA SOCIALE  
[www.cooperativapantarei.it](http://www.cooperativapantarei.it)