

Rapporto di sostenibilità 2017

Partecipazione e cooperazione
per l'accountability delle imprese
e del patrimonio culturale

CO | **CUL**
OP | **TU**
RE | **RE**

2018 
ANNO EUROPEO
DEL PATRIMONIO
CULTURALE
#EuropeForCulture

**CONSIGLIO DI
AMMINISTRAZIONE**

Giovanna Barni

Presidente

Cristiana Del Monaco

Vice Presidente

Laura Aversa

Letizia Casuccio

Ugo D'Antonio

Franca Giovine

Michela Marchini

Paolo Pizzo

Adriano Rizzi

**COLLEGIO
DEI SINDACI**

Massimo Da Re

Presidente

Alberto Rimicci

Iolanda Spagnuolo

**ORGANISMO
DI VIGILANZA**

Gianfranco Piseri

Presidente

Alberto Cuomo

Riccardo Riva



COOPCULTURE E LE SFIDE DELL'ANNO EUROPEO DEL PATRIMONIO

A CURA DI **GIOVANNA BARNI**
PRESIDENTE COOPCULTURE

L'obiettivo dell'Anno europeo del patrimonio culturale 2018 è quello di "celebrare, nell'identità comune, la diversità umana, il dialogo interculturale, la coesione sociale".

Si tratta evidentemente di nuova visione che pone l'accento non sull'eredità ricevuta dal passato ma sulla prospettiva offerta per il futuro: il patrimonio è indiscutibilmente fattore identitario che alimenta il dialogo e il confronto ma è al tempo stesso fattore di sviluppo e di welfare in grado di rigenerare la creatività, stimolare la produzione culturale, rilanciare le filiere produttive, far crescere le economie dei territori.

A questa visione è improntato ormai da molti anni il piano strategico di sviluppo di CoopCulture, che ha fatto dell'impatto sociale e della cooperazione nuovi fattori di competitività. Sul fronte gestionale questa visione ha poi consentito di operare in linea sia con i valori fondanti dell'Anno europeo del Patrimonio che secondo i criteri della prossima programmazione europea: il patrimonio da un lato e l'industria culturale e creativa dall'altro sono i cardini in grado di reggere in maniera durevole e sistemica le sfide sociali, economiche e ambientali a diversi livelli - dal livello locale, nazionale e regionale a quello europeo e persino mondiale (Conclusioni del Consiglio sulla necessità di mettere in rilievo il patrimonio culturale in tutte le politiche dell'UE- Draft 4 maggio 2018)

Questa prospettiva è resa evidente in molti casi concreti in cui la collaborazione, innanzitutto con le committenze istituzionali ma anche con gli altri attori del sistema e del contesto territoriale, fanno della gestione del patrimonio, della sua accessibilità e fruibilità, un fattore non solo di allargamento delle opportunità di lavoro e di crescita culturale ma anche di cambiamento di contesti più ampi.

Consapevoli di questa responsabilità, legata anche a fattori dimensionali – CoopCulture si conferma la maggiore cooperativa del settore in ambito nazionale ed europeo – da tre anni ci impegniamo nel rendicontare gli impatti prodotti nelle diverse dimensioni del nostro agire in termini di **sostenibilità, economica, organizzativa sociale e culturale**, e di monitorare l'intensità della **relazione** verso i numerosi stakeholders coinvolti a diverso titolo dai processi di messa a valore del patrimonio culturale.

Il Rapporto 2017 registra una maturazione importante rispetto ai due anni precedenti. Nel 2015 il Rapporto di Sostenibilità viene presentato al Parlamento Europeo in Commissione Cultura, come primo esempio di impresa culturale che rendiconta la propria produzione e restituzione di valore; Nel 2016 viene evidenziato il reciproco influsso tra i valori della cooperazione ispirati dalla "Dichiarazione dell'identità Cooperativa" approvata dall'Alleanza Cooperativa Internazionale, proprio nell'anno in cui l'ONU ha celebrato l'inclusione come valore fondante dell'universo cooperativo. Nel 2017 come contributo a sostegno dell'Anno del Patrimonio Culturale il Rapporto di CoopCulture individua quei materiali che possono davvero cambiare l'approccio al settore, facendo emergere tutte le potenzialità verso una società più inclusiva e più colta e un'economia più sostenibile e innovativa.

Sostenibilità e relazione sono dunque i fili che hanno intessuto la trama del nostro ultimo anno, che ci ha visto impegnati nel **rinsaldare il rapporto con i territori** nei quali operiamo puntando al consolidamento delle diverse vocazioni espresse anche mediante il coinvolgimento di soggetti su scala territoriale: abbiamo ad esempio costituito nell'Etruria Meridionale una rete di soggetti pubblici e privati con competenze differenziate e complementari, in grado di costruire dal basso un'offerta territoriale integrata coerente con la vocazione del territorio. Risultati importanti nella stessa direzione ha poi registrato **l'introduzione di un modello di gestione fortemente collaborativo con le comunità** per la creazione di valore condiviso e plurale, sempre più nella direzione di rafforzamento dell'empowerment e della capacity building; attraverso un dialogo bidirezionale tra beni "comuni" e comunità, che riduce progressivamente ogni separazione tra dentro e fuori gli spazi. Ed ecco che nascono, nei sistemi culturali di Sabbioneta, Terracina e Agrigento, programmazioni condivise e vetrine territoriali, spazi

museali che rinviano ai territori, alle produzioni locali, artigianali ed editoriali, narrazioni identitarie collettive. Il coinvolgimento degli attori locali nelle programmazioni culturali o nella realizzazione di produzioni artigianali ad hoc per i nostri store – come Sabbioneta, Terracina e ad Agrigento – crea un circolo concreto e virtuoso tra museo e territorio, crea rimandi, innesca nuove produzioni, redistribuisce reddito.

Grande peso ha avuto anche il lavoro di **intensificazione della relazione con diversi pubblici**, incentrato non solo sulla diversificazione di metodologie-linguaggi-strumenti per raggiungere parti delle comunità non ancora coinvolte, ma anche sulla sperimentazione di un approccio che – a partire dall'ascolto dei bisogni e dall'allargamento dello spettro di collaborazioni su scala locale, nazionale e internazionale – ha permesso di aprire nuove strade per favorire l'accessibilità universale. È questo il caso ad esempio del progetto Indovina chi sei, che a Padova ha visto il coinvolgimento di padovani e ospiti della città, protagonisti di un'esperienza che li ha portati a riflettere sulle identità o ancora di Con CUI Prato, dedicato all'accessibilità dei ragazzi disabili.

E ancora al miglioramento della relazione attiene l'approccio umanistico agli strumenti innovativi di fruizione, ponendo al centro le persone e i loro fabbisogni, impiegando la tecnologia come uno strumento per processi di empowerment e di partecipazione. È quanto è accaduto con Caracalla IV Dimensione, la guida immersiva che coniuga il coinvolgimento emotivo con l'uso della Cardboard Virtual Reality, progettata intorno alle esigenze del visitatore o ancora, con i tanti ArtPlanner Scuole in cui le competenze innovative sviluppate in azienda hanno innescato processi educativi innovativi per i tanti studenti coinvolti. Nei giorni in cui la lezione olivettiana torna alla ribalta per l'iscrizione di "Ivrea Città Industriale del XX Secolo" nella Lista del Patrimonio Mondiale dell'Unesco come 54esimo sito italiano, ci fa piacere sottolineare come negli asset strategici della crescita di CoopCulture – sviluppo sostenibile, empowerment della relazione e approccio umanistico all'innovazione – quella lezione risuoni, testimoniando ancora una volta come l'impresa, aggiungiamo in particolare se cooperativa, possa essere motore di sviluppo economico e sociale delle comunità e dei territori, e possa con un welfare su misura, servizi, educazione e appunto, cultura, contribuire a migliorare le condizioni di vita di tutti.

LA COOPERAZIONE: UNA RISORSA PER L'EUROPA DEL PATRIMONIO CULTURALE

A CURA DELL'ONOREVOLE **SILVIA COSTA**
EUROPARLAMENTARE, COMMISSIONE CULTURA E ISTRUZIONE
AL PARLAMENTO EUROPEO

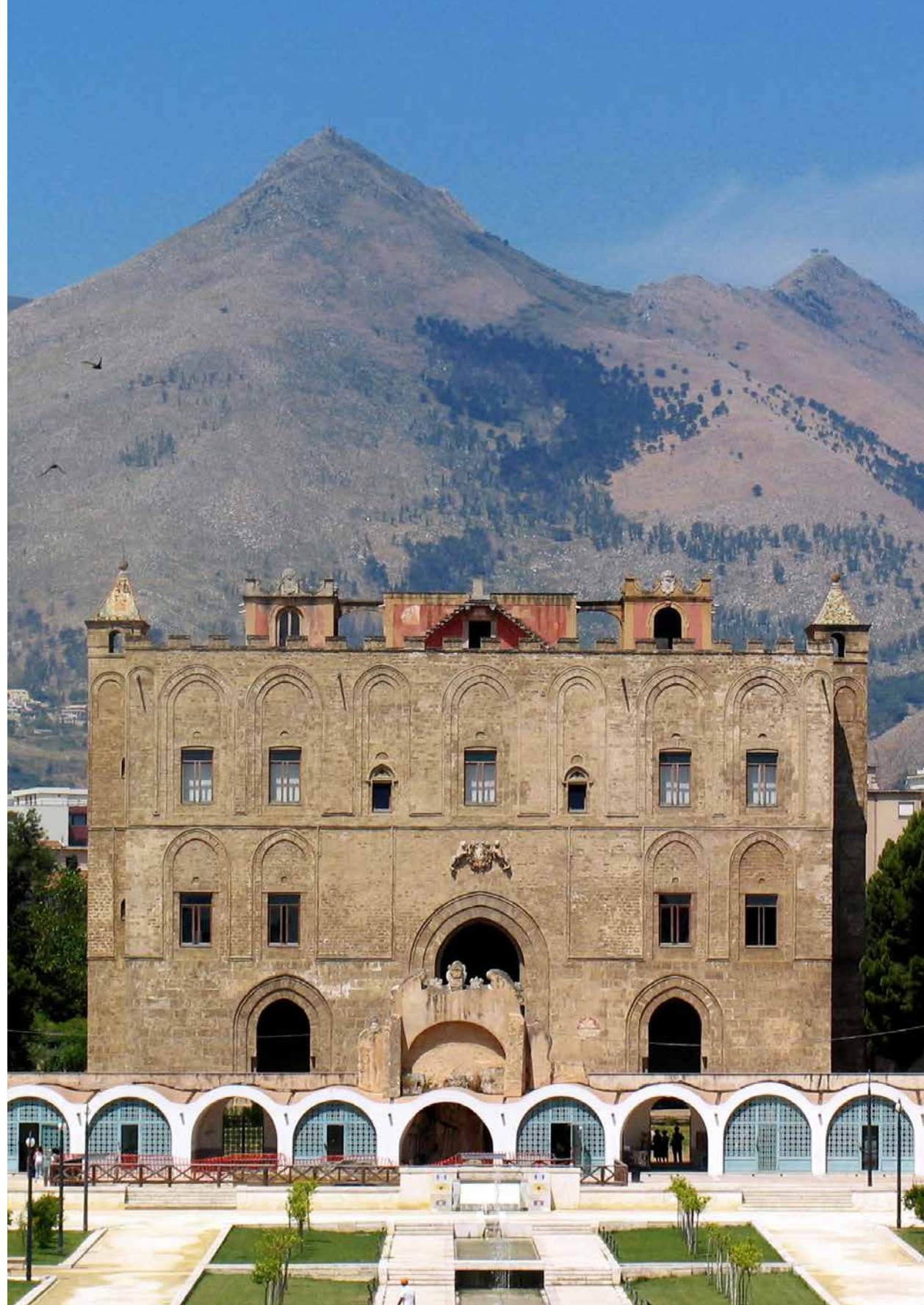
Ho il piacere anche quest'anno di accompagnare CoopCulture nella presentazione del suo Rapporto di Sostenibilità che risponde perfettamente alle finalità dell'Anno Europeo del Patrimonio, sia nei contenuti di valorizzazione del patrimonio, sia nella dimensione sociale ed economica da perseguire.

Con quella sensibilità tutta particolare di cui il mondo della cooperazione è portatore.

Piena espressione della buona realtà cooperativa italiana, CoopCulture afferma da sempre un'etica del lavoro che coniuga persona e comunità, chiede una responsabilità condivisa, l'attenzione alla sostenibilità che non è soltanto equilibrio di bilancio ma anche equilibrio nelle dinamiche interpersonali, di genere, di crescita nella professionalità.

E lo fa nell'ambito di un vero e proprio modello di sviluppo territoriale su base culturale e turistica che offre il contesto ottimale per una co progettazione e co gestione di iniziative e programmi di valorizzazione del patrimonio culturale comune, mobile e immobile. Questo metodo ha un grandissimo valore in sé perché dimostra che è possibile, anzi vincente e pure bello lavorare insieme, uscendo dalla solitudine, talvolta eroica, anche nelle terre più tormentate e connotate da tanto individualismo, ritardi, (spesso) illegalità.

In particolare, l'Anno europeo del patrimonio culturale, che si sta svolgendo nel 2018 con grande successo e partecipazione, ha messo in evidenza il mainstreaming della cultura, una dimensione trasversale che tocca tutte le policies della UE e si manifesta nelle politiche di coesione, nell'educazione, nel sostegno all'impresa. Come si può evincere dal Rapporto di Sostenibilità 2017 di CoopCulture, il mondo cooperativo della cultura, della creatività, dell'audiovisivo è attivo e ben attrezzato a cogliere tutte le opportunità che ne derivano.



2018 ANNO DEL PATRIMONIO E DELLA PARTECIPAZIONE

A CURA DI **ERMINIA SCIACCHITANO**
ADVISOR SCIENTIFICO DELL'ANNO EUROPEO DEL PATRIMONIO
CULTURALE 2018 - COMMISSIONE EUROPEA DIREZIONE GENERALE
PER L'ISTRUZIONE, LO SPORT, I GIOVANI E LA CULTURA

L'anno europeo del patrimonio culturale 2018 è anche l'anno della partecipazione. Nasce infatti grazie ad un'straordinaria mobilitazione, che ha coinvolto amministrazioni nazionali, istituzioni europee, professionisti, organizzazioni e società civile. L'intenso dialogo che ne è scaturito in pochi anni ha portato a ridisegnare completamente il quadro di policy europeo sul patrimonio culturale, che oggi guardiamo diversamente, non solo come memoria del passato ma interfaccia della creazione contemporanea, luogo di incontro di passato e futuro, di interazione fra le dimensioni tangibile, intangibile e digitale. Ma da questo dialogo è anche risultato che è necessario innovare per rispondere alle sfide dei cambiamenti economici e sociali e della rivoluzione digitale. E che non è sufficiente enumerare gli impatti delle politiche sul patrimonio culturale, spesso non intenzionali e non programmati. Per massimizzarne i benefici bisogna piuttosto promuovere politiche integrate, partecipate e "upstream", generando effetti sistemati, metodologicamente prevedibili, oggetto di precise e consapevoli scelte di politica economica e culturale.

Da quando le prime pennellate del nuovo affresco sono state tracciate dal Consiglio dell'Unione europea e dalla Commissione europea nel 2014, trasformatosi rapidamente in un'opera corale grazie al Parlamento europeo, al Comitato delle Regioni e al Comitato Economico e Sociale, sono emersi molti tesori sommersi. La ricchezza del patrimonio culturale, intangibile e tangibile, per l'economia e la società europea, fonte condivisa di memoria, comprensione, identità, dialogo, coesione e creatività. Le molte risorse messe a disposizione nelle politiche e programmi dell'Unione europea per la sua cura e valorizzazione. Ma soprattutto il prezioso capitale sociale costruito negli anni dai tanti attori che

ruotano intorno al "sistema patrimonio culturale", e che CoopCulture ben analizza in questo rapporto, peraltro incrociando questa dimensione con i Goal e i Target dell'Agenda 2030. Non è infatti semplicemente la "conta" di siti, monumenti, musei, nel patrimonio intangibile che ritroviamo nelle arti dello spettacolo, nelle pratiche sociali, nei riti e nelle feste o nell'artigianato tradizionale a fare la differenza. Certamente l'Europa ha il più alto numero di siti iscritti nella lista del Patrimonio mondiale Unesco. Ma sono le modalità secondo cui salvaguardiamo e valorizziamo il nostro patrimonio culturale a costituire il fattore determinante per il posizionamento dell'Europa nel mondo, contribuendo alla sua attrattività quale luogo per vivere, lavorare e da visitare. Modalità che si fondano su beni intangibili, ma che apportano un alto valore aggiunto: competenze, professionalità, etica, esperienza, relazioni, solidarietà, cooperazione, trasmissione di conoscenze, rapporti sociali intessuti intorno al patrimonio culturale europeo.

Le sperimentazioni per mettere a sistema approcci più integrati al patrimonio culturale, che raccordino insieme le diverse politiche, e da realizzare attraverso forme di governance multilivello e intersettoriali, coinvolgendo i diversi portatori di interessi, sono molte in Europa. Le istituzioni stanno ridisegnando le loro architetture, testando nuovi modelli di gestione delle risorse culturali. Regioni ed enti locali mettono a punto strategie di sviluppo a base culturale. Si esplorano partenariati creativi e le opportunità offerte dall'economia della condivisione. Sperimentazioni che stanno innovando i processi delle organizzazioni e migliorando abilità sociali e creative dei partecipanti. L'obiettivo dell'Anno europeo del patrimonio culturale è di proteggere e fare attecchire queste nuove radici, supportando il settore nella gestione del cambiamento, riconoscendo e sistematizzando gli approcci efficaci e stimolando l'intelligenza collettiva. Stimolando a guardare a creazione e conservazione come aspetti di un unico ciclo, perché prendersi cura del patrimonio culturale significa anche promuoverne la rigenerazione. Invitando il settore a guardare con occhi nuovi al proprio ruolo nella società.

La Commissione europea ha già iniziato a promuovere approcci più olistici, incentrati sulle persone, inclusivi e lungimiranti. L'Anno è gestito con approccio partecipativo e aperto; una piattaforma di coordinatori nazionali cura le iniziative negli Stati mentre a

livello europeo la Commissione è assistita da un comitato di 35 rappresentanti della società civile e organizzazioni internazionali, incluse Unesco e Consiglio d'Europa. Tutte le istituzioni europee sono a bordo, oltre alla Commissione europea, Parlamento europeo, Consiglio e Comitato delle Regioni. Oltre alle attività di sensibilizzazione consuete per gli Anni europei, la Commissione sta dando l'esempio attraverso 10 iniziative integrate che vedono la collaborazione di 14 Direzioni generali e dei principali stakeholder, articolate attorno a quattro pilastri: Coinvolgimento, per sensibilizzare i cittadini sul valore del patrimonio culturale, in particolare i giovani. Sostenibilità, per valorizzare il potenziale del patrimonio culturale nelle strategie di sviluppo locale, anche attraverso il riuso e il turismo culturale. Protezione, per promuovere la qualità negli interventi sul patrimonio culturale, migliorare la gestione dei rischi e intensificare la lotta al traffico illecito. Innovazione, per promuovere la ricerca e favorire l'utilizzo dei risultati, incentivare la partecipazione attiva. Molte sono le risorse che l'Europa mette a disposizione. In primis il programma Europa Creativa, che sostiene azioni mirate come le Giornate europee del patrimonio, il Premio dell'Unione europea per il patrimonio culturale / Premio Europa Nostra e il Label europeo del patrimonio culturale, e che ha appena selezionato 29 progetti mirati a condividere e valorizzare il patrimonio culturale dell'Europa quale risorsa condivisa, sensibilizzare alla storia e ai valori comuni e rafforzare il senso di appartenenza a uno spazio comune europeo e alla promozione del patrimonio culturale come fonte d'ispirazione per la creazione contemporanea, rafforzando l'interazione con gli altri settori culturali e creativi. Ma il supporto è offerto anche da altri programmi, ad esempio Horizon 2020, Erasmus+, COSME, Europa dei Cittadini.

Il patrimonio culturale, specchio della nostra identità e del senso di appartenenza ad una comunità sociale e culturale, allo stesso tempo locale e universale, contiene tutti gli elementi per riflettere su quale Europa vogliamo, e verso quale futuro vogliamo andare. Siti, canti, opere d'arte, documenti, musiche, riti, conservano la memoria di guerre, inondazioni, terremoti, invasioni, fallimenti commerciali ci ricordano che questo è un continente che si è dilaniato per millenni e che solo 60 anni fa si è incamminato su un progetto di pace. Conflitti che hanno generato ideali, principi e valori, che sono alla base della società europea di oggi: il rispetto della dignità umana, della libertà, della democrazia,

dell'uguaglianza, dello Stato di diritto e del rispetto dei diritti umani, compresi i diritti delle persone appartenenti a minoranze. Valori che il Trattato sull'Unione europea identifica come comuni agli Stati membri in una società caratterizzata dal pluralismo, dalla non discriminazione, dalla tolleranza, dalla giustizia, dalla solidarietà e dalla parità tra donne e uomini.

Dobbiamo approfittare dell'Anno europeo per riscoprire su questi valori fondanti, ricucendo dialoghi interrotti, uscendo dai luoghi consueti per parlare a chi non si sente rappresentato, valorizzando la ricchezza della diversità umana. Nutrendo e coltivando nelle comunità locali, in particolare nelle giovani generazioni, la consapevolezza della fragilità e limitatezza di questi beni comuni, e coinvolgendo gli ecosistemi creativi nella loro rigenerazione. Perché la sostenibilità del patrimonio culturale si fonda sulla riappropriazione da parte della società dei suoi valori, e questo è possibile solo se il patrimonio schiude a tutti la memoria collettiva che custodisce.

Ma senza consapevolezza sugli effettivi impatti delle nostre azioni, senza una riflessione accurata sui i valori e le strategie da adottare per rispondere alle complesse sfide di sostenibilità economica, organizzativa, culturale e sociale odierna, si rischia di perdere la rotta di fronte a tanta complessità, o peggio di limitarsi a dichiarazioni e proclami auto giustificativi, senza generale benefici concreti e reali. Per questo motivo il Rapporto di Sostenibilità 2017, fornisce un contributo importante non solo all'Anno europeo del patrimonio culturale, ma alla costruzione della sua eredità: un nuovo tassello, che ci aiuta a capire in che direzione promuovere l'innovazione nel rispetto dei valori creati dalle comunità nel tempo, generando valore aggiunto per la qualità della vita e la società in Europa. E come possiamo contribuire a costruire insieme l'Europa del futuro.



NOTA METODOLOGICA

A CURA DI **ECCOM E STRUTTURA - PTS CONSULTING**

CoopCulture ha intrapreso il suo percorso in materia di responsabilità sociale nel 2014. Da allora, il Rapporto, pubblicato annualmente, fornisce una comunicazione trasparente sulla gestione della sostenibilità e comunica a tutti gli stakeholder i valori, le strategie e le performance direttamente collegati alle sfide di sostenibilità – economica, organizzativa, culturale e sociale - con cui si misurano i progetti di crescita di CoopCulture. Da sempre CoopCulture è impegnata nel generare un **impatto collettivo**, potenziare la crescita individuale e di comunità, favorire la coesione sociale, lo sviluppo economico e la valorizzazione del patrimonio. È significativo, d'altra parte, che la Commissione Europea abbia scelto come “upstream perspective” proprio le sostenibilità economica, sociale, culturale per raccontare l’iniziativa 2018. Anno Europeo del patrimonio. A queste si aggiunge, ed anche CoopCulture si impegna a farla propria nei prossimi anni, la prospettiva della sostenibilità ambientale.

Il perimetro di riferimento per la redazione del Rapporto di Sostenibilità riguarda il periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2017 ed integra i dati di performance di CoopCulture e di CO.PA.T. Società Cooperativa, in virtù della fusione perfezionatasi il 29 dicembre 2017. Le informazioni si riferiscono alle attività realizzate in tutte le sedi operative attive sul territorio nazionale, per permettere una valutazione il più possibile articolata e che tenga conto della ricchezza delle relazioni dell’organizzazione.

Per realizzare il presente Rapporto di Sostenibilità, CoopCulture, sotto il coordinamento dell’Ufficio della Presidenza e con la consulenza di ECCOM e Struttura srl, ha compiuto un processo interno di coinvolgimento della struttura organizzativa, attraverso contributi provenienti dalle diverse aree e funzioni aziendali. I dati sono stati raccolti attraverso apposite schede e interviste

ai referenti di funzione e successivamente verificati con un processo di controllo interno.

Negli ultimi anni si sono moltiplicati gli strumenti di misurazione per studiare l'impatto che generano le organizzazioni sui territori, come risultato della diffusa convinzione che i parametri sui quali valutare lo sviluppo di un territorio non debbano essere solo di carattere economico e organizzativo, ma anche culturale, sociale. Obiettivo del rapporto di sostenibilità è quello di fornire un nuovo approccio e gli strumenti nel determinare i fattori abilitanti allo sviluppo culturale e una valorizzazione di sistema che CoopCulture sta mettendo in campo su diversi territori a livello nazionale. Per la prima volta, la redazione del Rapporto, si ispira alle linee guida di rendicontazione definite dalla Global Reporting Initiative - GRI-G4 - secondo l'opzione Core, e comprende pertanto gli elementi essenziali di un bilancio di sostenibilità. Questo nuovo approccio, seppur parziale, rappresenta il primo passo del percorso di transizione verso una rendicontazione sociale confrontabile con gli standard internazionali, percorso intrapreso da CoopCulture in risposta a una esigenza interna di una comunicazione più chiara e trasparente degli aspetti quantitativi e qualitativi della propria performance.

In coerenza con lo standard, CoopCulture ha, inoltre, svolto una analisi di materialità che ha portato all'individuazione degli aspetti maggiormente rilevanti per la Cooperativa e i suoi stakeholder, vale a dire quegli elementi che possono generare significativi impatti economici, organizzativi, sociali e culturali e che, in quanto tali, possono influenzare aspettative e decisioni. Attraverso di essi, CoopCulture offre il suo contributo alla definizione di modelli di sviluppo virtuosi a tutto tondo, in ambito culturale e non solo, e dimostra quanto i pilastri della sostenibilità "naturalmente" espressi dal modello cooperativo siano in linea con l'approccio allo sviluppo promosso dalle Nazioni Unite tramite la 2030 Agenda for Sustainable Development. Ed è per valorizzare questa partecipazione attiva di CoopCulture al perseguimento degli obiettivi globali di sviluppo sostenibile che le evidenze dell'analisi di materialità sono state incrociate con i Goal e i Target dell'Agenda 2030. I risultati di questa lettura incrociata si trovano all'inizio di ogni capitolo del Rapporto, che, come per le edizioni passate, segue una scansione per sostenibilità.

Per dare voce alla distintiva esperienza di sostenibilità che si realizza nell'attività quotidiana di CoopCulture, quest'anno è sta-

to compiuto un significativo investimento per la progettazione di un modello narrativo originale, in grado di valorizzare i diversi livelli di coinvolgimento costruiti con gli stakeholder principali – interni ed esterni – grazie ai quali la Cooperativa contribuisce a determinare i fattori abilitanti allo sviluppo culturale a livello territoriale e nazionale. Tale impostazione, si riflette nella articolazione del Rapporto che, all'interno di ogni sostenibilità, restituisce un quadro sintetico per ciascun stakeholder principale. Lo scorso anno, il racconto dell'impegno di CoopCulture in termini di responsabilità sociale di impresa ruotava intorno ai valori caratteristici della cooperazione, con l'obiettivo di restituire i contorni e la sostanza di un modo di operare basato su principi di etica, trasparenza e inclusività. Quest'anno, l'approccio di CoopCulture alle quattro sfide della sostenibilità viene letto attraverso la lente del rapporto costruito con i diversi stakeholder, secondo gradi di crescente intensità.

Conoscenza, finalizzata a fornire gli strumenti teorici e operativi per interpretare le dinamiche organizzative in stretta interconnessione alla gestione delle risorse conoscitive. I sistemi di conoscenza per CoopCulture rappresentano un importante strumento per leggere i bisogni, tarare gli interventi e gli investimenti.

Questo significa che la conoscenza viene creata in tutti i processi e diventa conoscenza organizzativa, in quanto condivisa e capitalizzata, conoscenza del valore e delle esigenze dei propri lavoratori, delle caratteristiche dei propri pubblici, fornitori e delle comunità con le quali a vario titolo collabora e si relaziona.

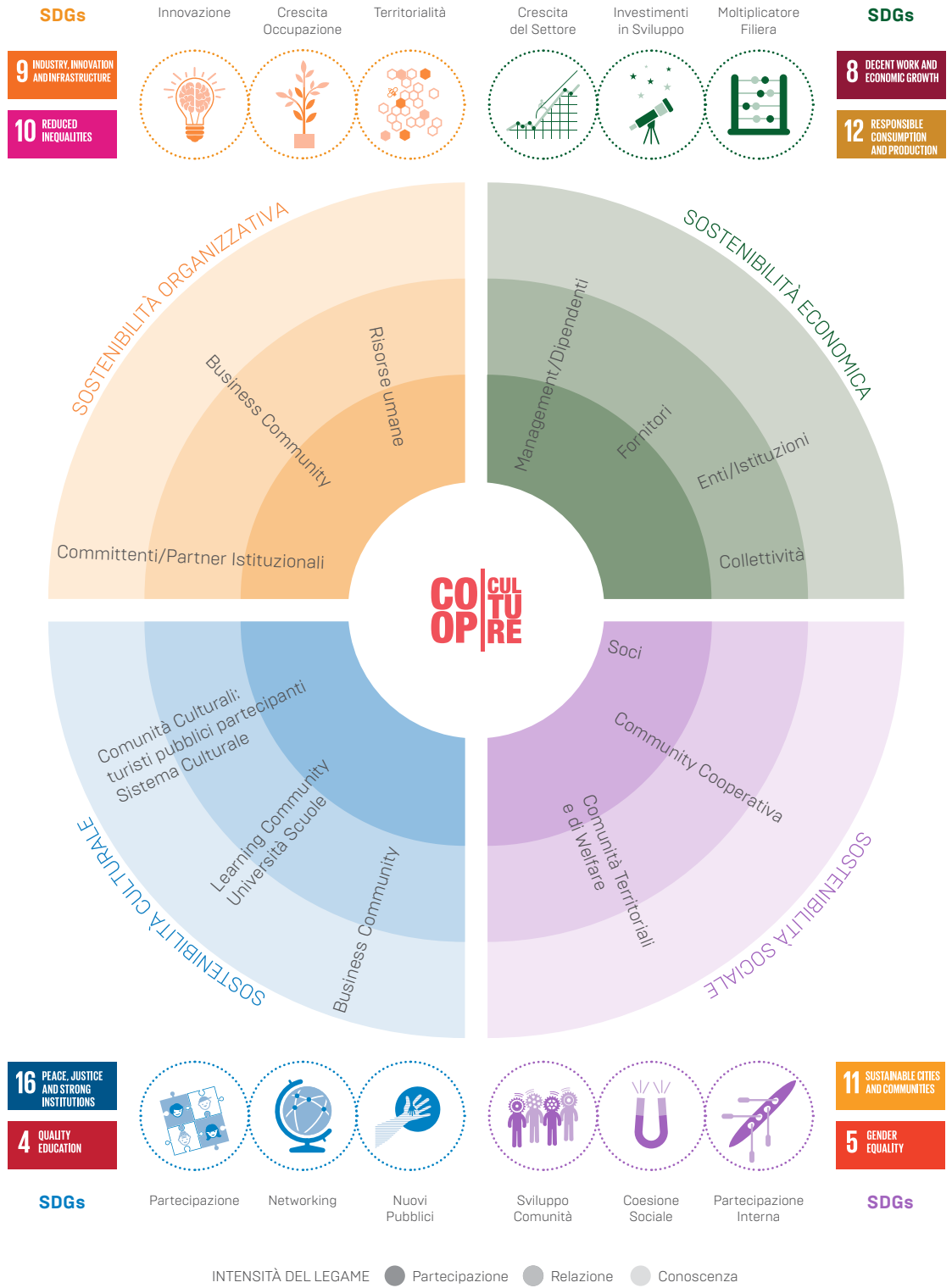
Relazione, valorizzata su diversi livelli e che contribuisce a creare uno spazio relazionale che CoopCulture alimenta, co-costruisce, implementa quotidianamente non solo in una logica di convivenza ma con l'obiettivo di agire/interagire, internamente, aumentando l'engagement di quanti lavorano e collaborano nei diversi settori di attività, ed esternamente con possibili azioni sinergiche sui diversi territori anche attraverso coalizioni civiche con istituzioni, organizzazioni del terzo settore e imprese, al fine di dare risposte alle esigenze/bisogni sociali, attraverso le relazioni con le comunità.

Partecipazione, fattore di input importante per rafforzare le sfide future di CoopCulture nell'ampliare, diversificare le proprie

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER

attività e le tipologie di pubblici e migliorarne il rapporto nel tempo. Facilitare i livelli di partecipazione di tutti gli stakeholder è un segnale forte della capacità di produrre **beni relazionali per la valorizzazione del patrimonio culturale**, di far crescere le reti sociali, di generare la fiducia, di favorire azioni sinergiche e che contribuiscono alla creazione di un valore plurale e diffuso per i territori.

Il racconto della sostenibilità attraverso i numeri e gli approfondimenti tematici si chiude con uno sguardo al futuro. Per ogni sostenibilità CoopCulture dichiara cosa intende fare nei prossimi anni per creare un "sentiero della sostenibilità" a cui tutti possano partecipare per influire realmente sul cambiamento. Come sostiene Enrico Giovannini in "Utopia Sostenibile" (2018), il lavoro per realizzare in concreto gli SDGs dell'Agenda 2030 passa da una visione integrata dei problemi e delle azioni da realizzare per conseguire uno sviluppo sostenibile che include i diversi portatori di interesse (stakeholders) nel trovare nuove forme di collaborazione, interazione e partecipazione. Questo è ciò che CoopCulture si impegna a fare nei prossimi anni.





IDENTITÀ		
	I nostri valori	22
	Il percorso della Responsabilità	23
	Il sistema di governo e le articolazioni funzionali	26
	Gli organi di Controllo Esterni	27
	Le sedi CoopCulture	28
	Le aree di intervento	29
SOSTENIBILITÀ ECONOMICA		32
SOSTENIBILITÀ ORGANIZZATIVA		48
SOSTENIBILITÀ SOCIALE		64
SOSTENIBILITÀ CULTURALE		88

I NOSTRI VALORI

Crediamo nella **CULTURA** come strumento di dialogo, partecipazione e crescita della cittadinanza, come veicolo di innovazione, fattore strategico di sviluppo dei territori.

Crediamo nella **COOPERAZIONE** come forma di impresa sostenibile, radicata nei territori, che si fonda sulla democrazia e sulle persone, a tutela della dignità e della sicurezza del loro lavoro, e come base di un nuovo modello economico fondato appunto sulla cooperazione, lo scambio e la condivisione.

Crediamo nell'**EUROPA** del patrimonio culturale comune, che diffonde la ricchezza delle identità e valorizza le diversità culturali.



IL PERCORSO DELLA RESPONSABILITÀ



CO|CULTU|OP|RE Rapporto di sostenibilità 2013

2014 Roma
Cavalieri di Rodi



CO|CULTU|OP|RE Rapporto di sostenibilità 2014

2015 Milano
Expo Cascina
Triulza



2016 Prato
Museo del Tessuto



2017 Napoli
Istituto Italiano
Studi Filosofici

ALCUNE TAPPE VERSO LA SOSTENIBILITÀ DALLA FUSIONE A OGGI

<p>2009-2010</p> <p>Nasce CoopCulture dalla fusione tra Pierreci e Codess Cultura, entrambe operanti sin dagli anni Novanta</p> <p>Si integrano i Sistemi di Qualità ed Etica</p> <p>Viene pubblicato il primo Bilancio Sociale</p>	<p>2011</p> <p>Estensione a tutta la cooperativa della Certificazione SA8000:2008 Sistema di gestione della Responsabilità Sociale.</p> <p>Nasce il Comitato Etico</p>	<p>2012</p> <p>Integrazione dei sistemi qualità e responsabilità sociale nel sistema di gestione integrato</p> <p>A CoopCulture il Premio CECA (ICOM) per la qualità del Sistema Didattico</p>	<p>2014</p> <p>Viene nominato l'Organismo di Vigilanza e viene emesso il Modello Organizzativo di Gestione e Controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001</p>
<p>2018</p> <p>Certificazione OHSAS gestione della salute e sicurezza sul lavoro</p> <p>Integrazione delle funzioni ex copat di struttura rispetto al modello di organizzazione gestione e controllo 231 e al sistema di gestione aziendale certificato</p>	<p>2017</p> <p>Revisione contabile e certificazione di bilancio Ria Grant Thorton</p> <p>Premio speciale New entry miglior bilancio d'esercizio Quadro Fedele 2017</p>	<p>2016</p> <p>Adeguamento sistema di gestione integrato norma SA8000:2014</p> <p>Il Rapporto di Sostenibilità CoopCulture viene presentato al Parlamento Europeo in Commissione Cultura</p>	<p>2015</p> <p>Aggiornamento sistema di gestione integrato e modifiche organizzative</p>

IL SISTEMA DI GOVERNO E LE ARTICOLAZIONI FUNZIONALI

PRESIDENZA

Comunicazione Interna ed esterna

Relazioni Esterne

DIREZIONE SVILUPPO

Marketing Strategico e Fund Raising

Ricerca e Sviluppo

Innovazione
Tecnologica

SISTEMI DI GESTIONE

Qualità

Responsabilità Sociale

Privacy

Modello Organizzativo ex d. lgs. 231

DIREZIONE GENERALE

(CENTRO SUD E CENTRO NORD)

COMPETENZE TRASVERSALI

Risorse Umane

Ufficio Gare

Marketing Operativo

Vendite e Customer Management

Sistemi Integrati per l'Accesso, la Fruizione e l'Engagement

COMPETENZE TERRITORIALI

Manager di Area e di Rete

Responsabili Commessa
Sicurezza

DIREZIONE AMMINISTRATIVA

Amministrazione

Finanza

Acquisti

Controllo di gestione

COMITATO DI INDIRIZZO

GLI ORGANI DI CONTROLLO ESTERNI

COLLEGIO DEI SINDACI

Attività di vigilanza sul principio di corretta amministrazione, in ottemperanza alla legge e allo statuto sociale

ORGANISMO DI VIGILANZA

Verifica del rispetto del MOGC (Modello organizzativo di gestione e controllo ai sensi del D. Lsg. 231/2001)

REVISIONE COOPERATIVA

Verifica del rispetto delle norme vigenti e dei principi cooperativi

RINA SPA

Certificazione ISO 9000 Qualità

Certificazione SA 8000
Responsabilità sociale

Certificazione OHSAS
Sicurezza

RIA GRANT THORTON

Revisione contabile e certificazione legale di bilancio

LE SEDI COOPCULTURE

SEDE LEGALE E DIREZIONE CENTRO NORD

VENEZIA

Corso del Popolo, 40
venezia@coopculture.it

PRESIDENZA E DIREZIONE CENTRO SUD

ROMA

via Sommacampagna, 9
roma@coopculture.it

GLI UFFICI TERRITORIALI

TORINO

Corso Ferrucci, 77 - 10138
torino@coopculture.it

NAPOLI

Corso Umberto I, 58 - 80143
napoli@coopculture.it

FIRENZE

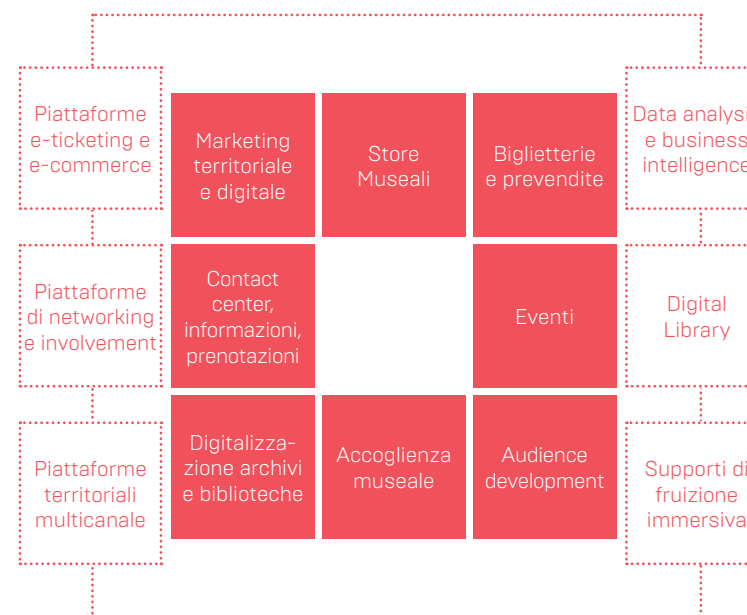
Via Guelfa, 9 - 50129
firenze@coopculture.it

PALERMO

Via A. Borrelli, 3 - 90139
sicilia@coopculture.it

LE AREE DI INTERVENTO

Negli ultimi anni abbiamo lavorato all'espansione delle aree di intervento in almeno due direzioni: mettendo in relazione i siti museali e i contesti territoriali in un'ottica di integrazione, non solo i musei aperti al territorio ma soprattutto la comunità territoriale che entra nel museo; avviando un processo di *digital transformation* delle competenze e nei processi interni che ha condotto alla progettazione di piattaforme cooperative e di supporti di fruizione evoluti. La fusione con Copat ha consentito l'acquisizione di una ulteriore competenza nelle tecnologie dedicate ad archivi e biblioteche.





COCOA PODS AND BEANS



THE LIFE OF A COCOA BEAN

The life of a cocoa bean is a long and interesting process. It starts with the cocoa tree, which grows in a tropical climate. The tree produces cocoa pods, which are filled with cocoa beans. The beans are then harvested and processed into cocoa powder and cocoa butter. These ingredients are used to make chocolate and other cocoa products. The process of growing cocoa beans is a complex one, and it takes a long time to produce a single cocoa bean. The cocoa tree is a member of the Malvaceae family, and it is native to the Amazon basin in South America. The cocoa tree is a large, woody tree that can grow up to 10 meters tall. It has large, green, oval-shaped leaves. The cocoa tree is a member of the Malvaceae family, and it is native to the Amazon basin in South America. The cocoa tree is a large, woody tree that can grow up to 10 meters tall. It has large, green, oval-shaped leaves. The cocoa tree is a member of the Malvaceae family, and it is native to the Amazon basin in South America. The cocoa tree is a large, woody tree that can grow up to 10 meters tall. It has large, green, oval-shaped leaves. The cocoa tree is a member of the Malvaceae family, and it is native to the Amazon basin in South America.

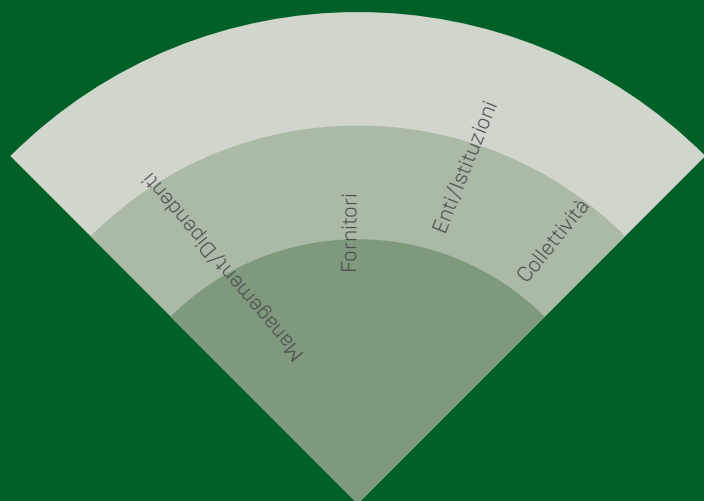
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION

8. Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

12. Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo.

Sostenibilità Economica



SOSTENIBILITÀ ECONOMICA

Il valore condiviso, in accordo con la definizione di *Shared Value* data da Porter e Kramer, è l'insieme delle politiche e delle pratiche operative che accrescono la competitività di un'azienda e che allo stesso tempo migliorano le condizioni economiche e sociali all'interno delle comunità in cui opera. Rendicontare la performance di sostenibilità economica vuol dire, quindi, descrivere il contributo dell'impresa responsabile nella creazione di valore per il territorio. Il Rapporto di sostenibilità rappresenta quindi uno strumento per rileggere il Bilancio dal punto di vista degli stakeholder, secondo i tre gradi di interlocuzione che sono stati attivati:

- **Conoscenza**, per approfondire i trend di crescita e la capacità commerciale sviluppata nel corso dell'anno
- **Relazione**, per approfondire le modalità con cui il valore economico generato viene redistribuito tra dipendenti, fornitori, committenti e Pubblica Amministrazione
- **Partecipazione**, per approfondire come viene reinvestito il valore economico generato per l'engagement degli stakeholder e come anche l'estesa filiera culturale e turistica partecipi indirettamente del valore economico prodotto, attraverso l'effetto moltiplicatore.

I valori degli indicatori descritti nelle pagine che seguono testimoniano l'impegno che CoopCulture ha storicamente assunto per l'inclusione, la crescita sostenibile, la promozione del benessere umano e dimostrano quanto il modello cooperativo, per le sue caratteristiche intrinseche, sia all'avanguardia nell'affrontare le sfide globali. Per questo motivo, abbiamo scelto tre indicatori chiave per la valutazione dell'impatto - **crescita del settore, investimenti in innovazione e sviluppo, effetto moltiplicatore sulla filiera** - e che valorizzano il contributo di CoopCulture all'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, con

una particolare attenzione al **GOAL 8**: *Incentivare una crescita economica, duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti*; **GOAL 12**: *Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo*.

IL VALORE AGGIUNTO A CONFRONTO

+ 26%

Il valore aggiunto prodotto da CoopCulture nel 2017 nel settore patrimonio storico-artistico.

- 3,2%

Il dato nazionale Symbola segna una perdita nel settore pari al 3,2%.

2%

Il valore aggiunto prodotto da CoopCulture rappresenta circa il 2% del totale del valore aggiunto attivato dal settore patrimonio storico artistico in Italia, a fronte di un contributo medio delle altre imprese pari allo 0,1%.

DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO

	2016	2017
Valore della produzione	50.087.895 €	64.461.621,00 €
Costi intermedi produzione	16.568.007,24 €	22.005.522,75 €
Valore aggiunto caratteristico lordo	38.758.331,00 €	48.954.863,00 €
Personale	29.923.943,00€	36.769.935,00 €
Pubblica Amministrazione	656.010,00 €	769.931,06 €
Finanziatori	0 €	325.050,00 €
Soci	240.000,00 €	0 €
Riserve	159.636 €	251.655,00 €
Movimento cooperativo	73.928,00 €	64.558,00 €
Liberalità	13.737,00 €	15.655,50 €
Remunerazione dell'azienda	364.148,00 €	537.164,00 €
Valore aggiunto globale netto	38.394.183,00 €	48.954.863,00 €

IMPATTO SULLA FILIERA

Effetto moltiplicatore

Secondo un coefficiente pari a **1,8** (Rapporto Symbola 2018)

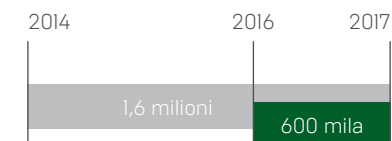
V.A. CoopCulture	48.417.699,00 €
Effetto Diretto	85.754.991,83 €
Effetto sulla Filiera	134.172.690,83 €

MOLTIPLICATORE



COOPCULTURE E L'INNOVAZIONE

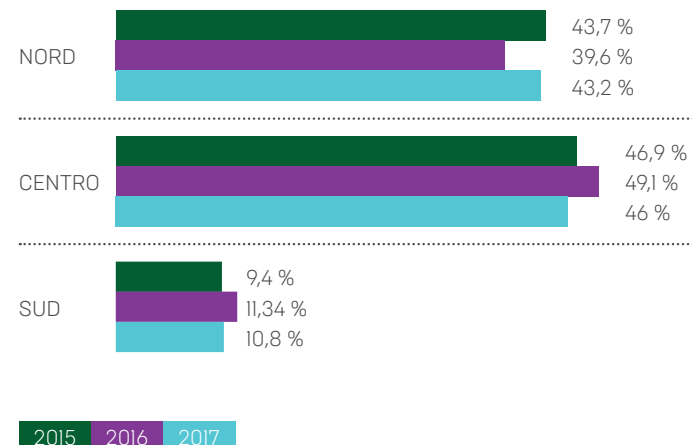
600.000,00 € di investimenti in innovazione e sviluppo nel 2017 oltre 1,6 mln in 3 anni.



INNOVAZIONE



DISTRIBUZIONE DEL VALORE PER AREE TERRITORIALI NEGLI ULTIMI 3 ANNI (%)



CRESCITA DI SETTORE



MANAGEMENT

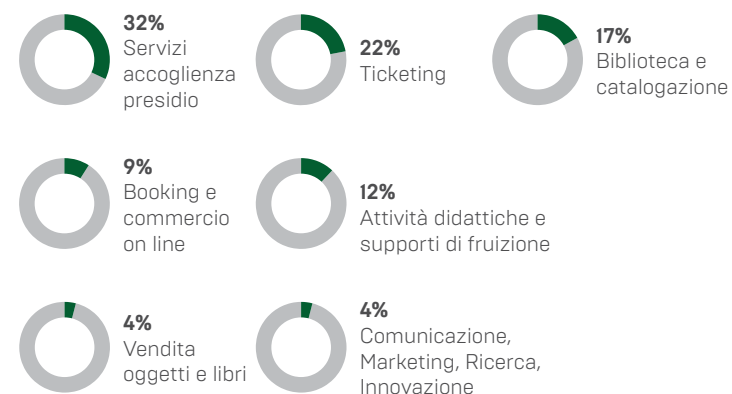
I dati 2017 evidenziano un risultato di crescita sia nel totale del valore economico generato sia nei singoli settori, con un apporto di incremento maggiore nelle grandi concessioni museali. Sul trend hanno influito positivamente il notevole aumento di visitatori nel corso del 2017, valutato nel 10,4% su tutto il territorio nazionale, ma soprattutto l'avvio nel corso del mese di maggio dell'importante concessione siciliana di Agrigento, oltre al perfezionamento della commessa avviata a fine 2016 di Palermo e Monreale.

In questo quadro, grazie all'ampiezza e alla diversificazione delle attività, dei settori, dei territori e a una intensa attività commerciale, la produzione del valore aggiunto di CoopCulture è cresciuta del 28% rispetto al 2016, segnando un dato significativo non solo per l'aspetto quantitativo, ma anche per la tenuta del posizionamento nel settore e la conferma dell'affidabilità di CoopCulture in un mercato in evoluzione.

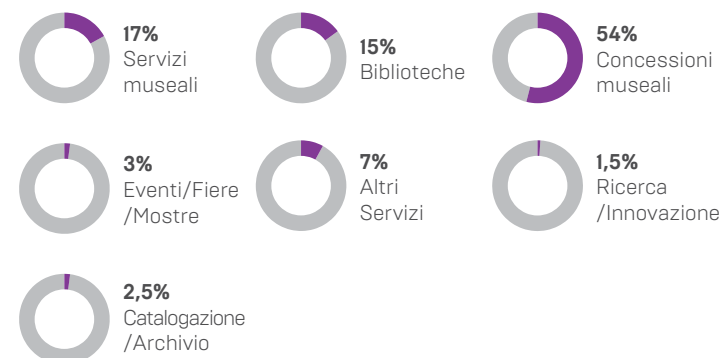
INCREMENTO E COMPOSIZIONE DEL VALORE PRODOTTO

CONOSCENZA

DISTRIBUZIONE VALORE NEI SETTORI PRODUTTIVI



DISTRIBUZIONE VALORE NEI SETTORI AZIENDALI



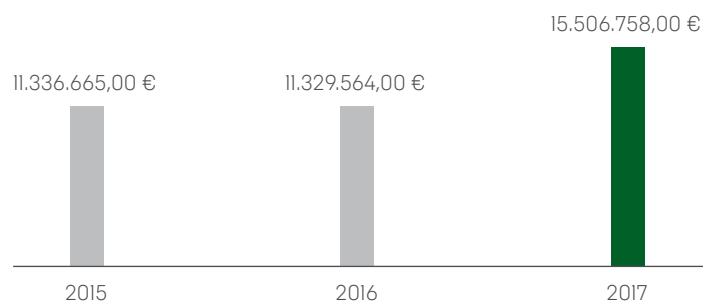
CONOSCENZA

VALORE PRODOTTO

64 mln

si registra un + 29% rispetto al 2016 e un + 59% in 5 anni

COSTI INTERMEDI DELLA PRODUZIONE



77% servizi 14% acquisti materie 10% beni terzi

DIPENDENTI

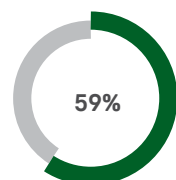
CoopCulture si qualifica, in linea con le dinamiche che caratterizzano il settore cooperativo, come impresa ad alta intensità di lavoro (labour intensive), ossia come impresa in cui la maggior parte dei fattori della produzione è costituita dal lavoro dei suoi dipendenti e collaboratori.

Il personale CoopCulture, nel suo complesso, è, infatti, il principale portatore di fattore produttivo per la nostra organizzazione e, in quanto tale, rappresenta il primo destinatario del valore economico generato.

La redistribuzione di questo valore avviene non solo attraverso il canale tradizionale del sistema di retribuzione e previdenziale, ma anche attraverso un intervento strutturale per la crescita delle competenze e dell'engagement dei lavoratori: complessivamente, nel 2017, sono stati investiti circa 500 mila euro in sicurezza, formazione specialistica e strumenti per la condivisione con i soci della strategia e dei risultati ottenuti dalla Cooperativa, aumentando di oltre il 4% l'impegno già assunto nell'anno precedente.

CONOSCENZA

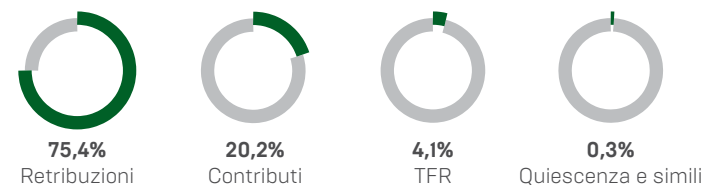
IL COSTO PER IL PERSONALE



Incidenza del costo del lavoro sul totale dei costi di produzione sostenuti. CoopCulture si dimostra impresa labour intensive.

CONOSCENZA

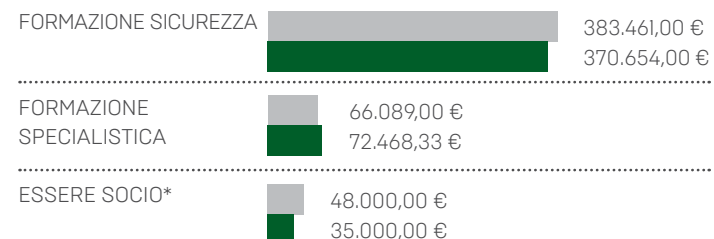
COMPOSIZIONE COSTO DEL LAVORO



+ 163.802 € di altri costi

PARTECIPAZIONE

INVESTIMENTI PER L'ENGAGEMENT DEL PERSONALE



2016 2017

* È un progetto di partecipazione dedicato ai soci

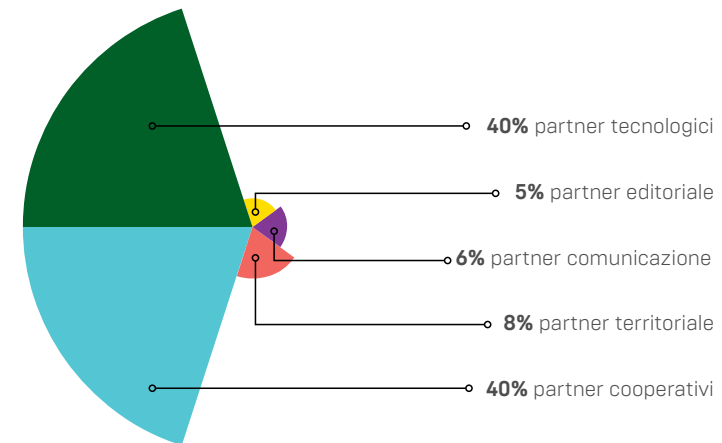
FORNITORI

La strategia portata avanti da CoopCultre nella gestione del parco fornitori si basa su caratteristiche di relazioni di lungo termine, attenta selezione dei fornitori in base alle loro prestazioni, coinvolgimento degli stessi in fase di sviluppo del prodotto, riduzione della base di supply.

Tali caratteristiche, che raccontano sinteticamente l'orientamento descritto nella sezione relativa alla sostenibilità organizzativa, si riflettono nella composizione della spesa in forniture. Il 40% di essa è, infatti, assorbita dai 68 fornitori *core* con una netta prevalenza dei partner tecnologici, che rappresentano gli interlocutori fondamentali per la messa a sistema delle competenze multidisciplinari che sono all'interno di CoopCulture, in una prospettiva di innovazione di prodotto e di processo. Rilevante anche il dato relativo alle consulenze tecniche e strategiche, ambito di sviluppo che nel 2017 ha potuto beneficiare del credito d'imposta introdotto dal decreto Destinazione Italia (art. 3 del DL 145/2013 successivamente modificato e riscritto della Legge di Stabilità 2015, legge 190/2014 e successive modifiche), agevolazione fiscale che spetta a quelle imprese che decidono di investire in attività di R&S attraverso ricerca fondamentale, ricerca industriale e sviluppo sperimentale. CoopCulture, da sempre attenta alla sperimentazione e all'innovazione, ha portato avanti nel 2017 numerosi progetti di ricerca e sviluppo precompetitivo, che vanno dalla realizzazione di nuove infrastrutture tecnologiche per l'accessibilità e il governo dei flussi, alla dotazione di supporti digitali per la fruizione, per un volume di investimenti che ammonta al 40% degli investimenti sostenuti complessivamente nel 2017 da CoopCulture in innovazione.

DISTRIBUZIONE DELLA SPESA PER I FORNITORI CORE

RELAZIONE



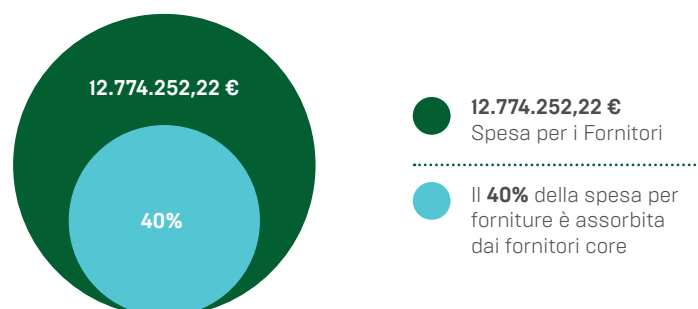
DISTRIBUZIONE DELLA SPESA PER I FORNITORI

CONOSCENZA



CONOSCENZA

LA SPESA PER I FORNITORI



ENTI/ISTITUZIONI

La descrizione del percorso di redistribuzione del valore economico generato da CoopCulture all'interno del sistema economico italiano, si integra con il dato relativo alle imposte e ai contributi versati allo Stato italiano e ai soggetti titolari dei siti gestiti. Il valore complessivamente generato per la PA (tasse, canoni di concessione e royalties) ammonta a oltre 1,7 milioni di euro. Se a questi dati si aggiungono anche le imposte generate sui prodotti (IVA), si generano ulteriori 418 mila euro destinati allo Stato.

CoopCulture valorizza il rapporto con i Committenti anche attraverso gli investimenti per la l'adeguamento funzionale e l'allestimento tecnologico degli spazi in cui si svolgono i servizi oggetto delle concessioni, sia a tutela degli operatori addetti ai servizi sia per garantire standard adeguati di accoglienza dei visitatori.

Nel 2017, il volume di investimenti in questo ambito ha superato i 270 mila euro: il Parco Archeologico e Paesaggistico della Valle dei Templi ad Agrigento, la Galleria degli Antichi, Palazzo Giardino, Teatro all'Antica, Palazzo Ducale a Sabbioneta, il Museo Ebraico di Venezia e il Museo della Padova ebraica sono stati interessati da interventi che ne hanno rinnovato il percorso allestitivo, i supporti informativi, gli spazi di servizio, gli impianti, per una più ricca esperienza di fruizione.

RELAZIONE

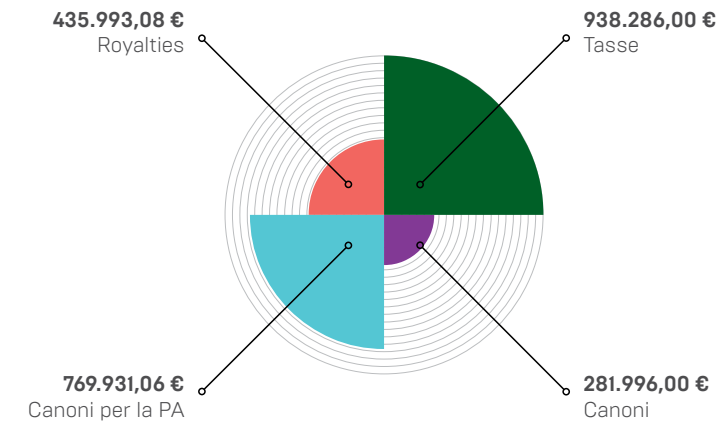
VALORE PRODOTTO

418.610,00 €

Imposte generate sui prodotti

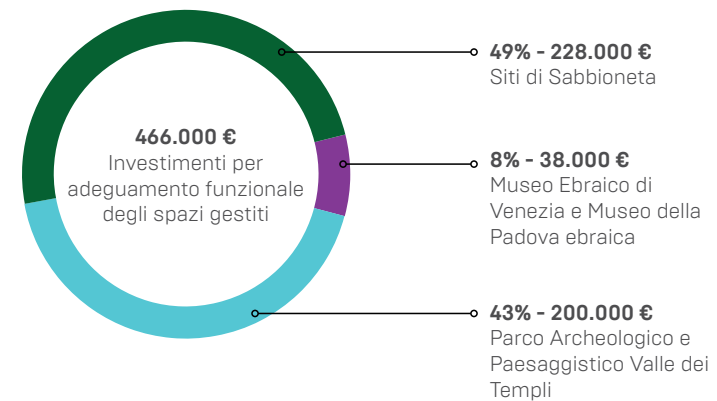
RELAZIONE

IL VALORE GENERATO PER I COMMITTENTI



PARTECIPAZIONE

IL VALORE GENERATO PER I COMMITTENTI



COLLETTIVITÀ

L'attenzione alle comunità locali è da sempre un valore fondamentale che CoopCulture persegue nei territori in cui opera. Per queste ragioni, la Cooperativa è impegnata nel Paese, come visto, sia con una significativa presenza economica, in grado di mettere a valore il patrimonio culturale diffuso, creare nuove opportunità di sviluppo integrato con le altre risorse culturali e turistiche, attivare occupazione qualificata, sia con un ruolo sociale, ponendo attenzione ai bisogni delle comunità e facendosi promotrice di iniziative di valore condiviso.

Il dato più rilevante per il 2017, non solo dal punto di vista del valore economico ma per il valore di nuovo modello di sviluppo incentrato sulla sostenibilità, è rappresentato dall'investimento sostenuto per la riqualificazione degli spazi della biglietteria del Chiostro di Monreale, sponsorizzata da CoopCulture e realizzata in sinergia con la Soprintendenza di Palermo.

Gli affreschi riemersi dal passato sotto gli strati di intonaco, rendono oggi la biglietteria, primo impatto tra i visitatori e il monumento, luogo accogliente e anticipazione dell'affascinante visita al Chiostro dei Benedettini, per la prima volta dotato di servizi e strutture di accoglienza di livello e inserito in un percorso unitario con i siti museali del Duomo.

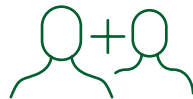
RELAZIONE

EROGAZIONI

15.656 €
Liberalità



64.558 €
Movimento
Cooperativo



PARTECIPAZIONE

PROGETTI SPECIALI E RESTAURI



60.000,00 € MONREALE

Per il restauro degli affreschi in corrispondenza della nuova biglietteria

COSA VOGLIAMO FARE

Mappare
attraverso analytics
dedicati e scambi
di conoscenze gli
impatti economici
diretti

Reimpiegare
il valore economico
nelle sfide green

Ampliare gli ambiti
d'azione dei nostri
laboratori di ricerca
e sviluppo

Incrementare
la selezione, il networking
e lo scambio di know how
con i fornitori/partner
strategici territoriali

Aumentare
l'investimento
nella formazione del
personale in settori
strategici

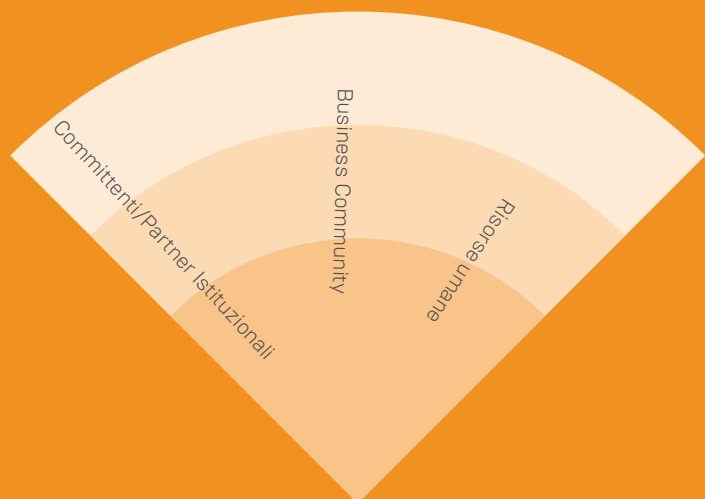


9 INDUSTRY, INNOVATION
AND INFRASTRUCTURE

10 REDUCED
INEQUALITIES

9. Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.
10. Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni.

Sostenibilità Organizzativa



SOSTENIBILITÀ ORGANIZZATIVA

Lo sviluppo della sostenibilità organizzativa porta l'attenzione sulle persone, sui sistemi e sulle relazioni. Una performance sostenibile passa anche per lo sviluppo e il mantenimento del patto informale e sociale con i propri dipendenti, partner, fornitori e committenti.

La fotografia che segue rappresenta una rilettura del paradigma della sostenibilità attraverso tre livelli:

- **Conoscenza**, per restituire il contesto in cui ambiente, risorse, organizzazione, fornitori si muovono in un flusso di reciprocità e scambio
- **Relazione**, per approfondire in che modo gli elementi di base del sistema organizzativo confluiscono per il comune obiettivo della sostenibilità organizzativa
- **Partecipazione**, per capire come gli stakeholder vengono coinvolti nell'azione di miglioramento dei processi di creazione.

L'esperienza CoopCulture è dunque una testimonianza viva di come la cooperazione possa essere lo strumento più adatto al perseguimento ed all'ottenimento di obiettivi di sostenibilità "diffusa" e di lungo periodo. **La crescita dell'occupazione, l'innovazione nelle competenze, la territorialità dell'azione**, la capacità di coniugare piccolo e grande, locale e globale, economia condivisa e marketing, sono tutte caratteristiche che contribuiscono all'accrescimento della capacità dell'impresa cooperativa di stare sul mercato in maniera competitiva.

Questo vantaggio competitivo si riflette negli indicatori chiave che per noi più valorizzano il contributo di CoopCulture all'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, con una particolare atten-

zione al **Goal 9**: *Costruire una infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile.* **Goal 10**: *Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni.*

UN CONFRONTO: L'OCCUPAZIONE

+ 20%

Incremento degli Occupati in CoopCulture

+ 1,6%

Media nazionale Settore produttivo culturale creativo

- 4%

Settore Patrimonio storico artistico - **4%** in un anno

3,3%

è il contributo di CoopCulture all'occupazione del Settore Patrimonio storico artistico

NUOVA OCCUPAZIONE



NUOVE ASSUNZIONI

+ 32%

È la percentuale di nuove assunzioni (inclusi ex dipendenti COPAT)

COMPETENZE INNOVATIVE



LA FORMAZIONE INTERNA

1379

Ore di formazione interna per lo sviluppo di competenze innovative

TERRITORIALITÀ

LAVORO QUALIFICATO E DIFFUSO NEI TERRITORI



RISORSE UMANE

Al 31 dicembre 2017 la popolazione aziendale di CoopCulture era composta da 1697 lavoratori, di cui 985 soci lavoratori e 712 dipendenti. L'incremento rispetto alle consistenze finali del 2016 è dovuto essenzialmente alle variazioni del perimetro societario conseguenti alla fusione con la Cooperativa COPAT.

Come negli anni precedenti, il 100% dei dipendenti è coperto da accordi collettivi: la maggior parte dei lavoratori è assunta sulla base del contratto collettivo nazionale cooperative sociali e di quello multiservizi.

In linea con i propri principi di Responsabilità Sociale, CoopCulture garantisce a tutto il personale in organico un ambiente di lavoro sicuro e salubre con servizi adeguati e strumenti di controllo e protezioni da materiali e situazioni a rischio, conformemente alle normative vigenti in materia. Per quanto riguarda il personale, nel 2017 non si sono registrati infortuni gravi sul lavoro, ma 26 infortuni lievi. Il contenimento del numero di incidenti sul lavoro è da mettere in relazione anche alla particolare attenzione data ai mancati infortuni e alla loro segnalazione come misura di prevenzione.

IL GENERE

CONOSCENZA



73% donne

27% uomini

IL TITOLO DI STUDIO

CONOSCENZA



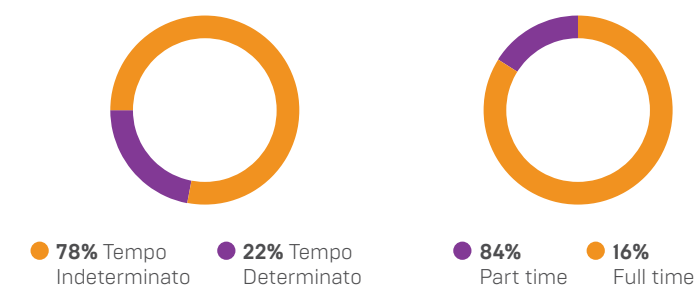
53% laurea

40% diploma

10% licenza media

LE TIPOLOGIE DI CONTRATTO

CONOSCENZA



78% Tempo Indeterminato

22% Tempo Determinato

84% Part time

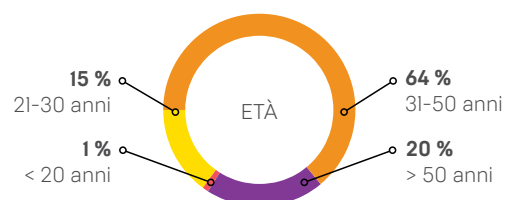
16% Full time

CONOSCENZA

COMPOSIZIONE DEI DIPENDENTI

1697

tra dipendenti e soci lavoratori



15% 21-30 anni

64% 31-50 anni

1% < 20 anni

20% > 50 anni

CONOSCENZA

NUMERO DIPENDENTI RIPARTITO PER CATEGORIA*

> 5 Quadri

➤ 26 Altri lavoratori

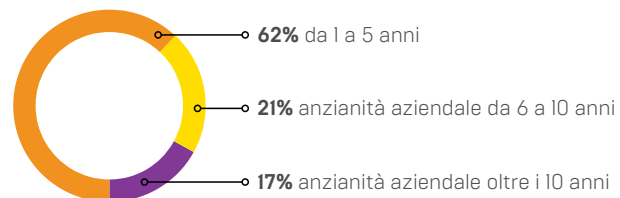
➤ 358 Operatori

➤ 968 Impiegati

> 6 Dirigenti

* calcolato secondo la media giornaliera

ANZIANITÀ AZIENDALE



DISTRIBUZIONE DEL PERSONALE PER SETTORE AZIENDALE

Servizi Museali e Accoglienza	62 %
Servizi Bibliotecari	18 %
Servizi non museali	9 %
Comunicazione e Didattica	5 %
Uffici di Supporto	3 %
Marketing e Promozione	2 %
Ecosistemi digitali	1 %

Team sviluppo 12 esperti con competenze differenziate tra settore digitale, community engagement e specializzazioni umanistiche

LO STAFF A TUTELA DELLA SICUREZZA

8	Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS) eletti su base territoriale
1	Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP) responsabile a livello nazionale
2	Addetti Servizio Prevenzione e Protezione (ASPP) competenti per area territoriale (centro nord e centro sud)
171	Addetti emergenze e antincendio (di cui area CS 10 per le sedi e 161 per i servizi esterni)
135	Addetti primo soccorso (di cui area CS 9 per le sedi e 126 per i servizi esterni).

IL RECRUITING

10
Stage
Attivati

3750
CV
Raccolti

6
Università con
Convenzioni Attive

Canali di Recruiting
- Career Day
- Job Soul
- Job Posting

Più di 1 CV ogni 2 è stato accolto per colloqui conoscitivi

LA FORMAZIONE

1379 ore
Formazione
Interna

FORMAZIONE SICUREZZA
E ANTINFORTUNISTICA
9152 ore per **125** interventi
formativi

il **52%**
corsi di
formazione
interna

il **49%**
corsi
erogati da
terzi

6,2
Un totale di **6,2 Ore**
pro capite di formazione

BUSINESS COMMUNITY

La sostenibilità organizzativa e il miglioramento dei risultati operativi di CoopCulture passano anche dall'utilizzo strategico del parco fornitori. CoopCulture si impegna a conoscere a fondo il mercato, al fine di selezionare le opportunità che offre e valutare le prestazioni dei fornitori per migliorarne i risultati e incrementarne le competenze e l'efficienza. La gestione strategica dei fornitori prevede l'individuazione di un ridotto numero di fornitori che abbiano caratteristiche di qualità, affidabilità e un livello di servizio adeguato alle esigenze di CoopCulture. A tale fine, CoopCulture ha istituito nel 2014 l'albo per quei fornitori che, in linea con i propri principi di Responsabilità Sociale, si impegnano a rispettare le normative in materia di manodopera minorile, lavoro forzato, sicurezza sul luogo di lavoro, libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, discriminazione, retribuzione, orario di lavoro, gestione del sistema di responsabilità sociale.

La strategia di supply prevede, inoltre, la strutturazione di partnership mirate con i fornitori preferenziali o di elevata importanza strategica per lo sviluppo di nuovi prodotti e servizi. In questo quadro, CoopCulture conferma, infine, una funzione di supporto alla crescita della filiera turistica, culturale e creativa, in specie di quella piccola e media impresa diffusa nei territori. Intendendo continuare un cammino intrapreso già negli anni passati, nel 2017 CoopCulture ha scelto di accompagnare piccole e medie imprese, in particolare cooperative, del settore turistico e di quello culturale e creativo nella partecipazione in gare complesse o con requisiti troppo alti. Pertanto, nel corso del 2017 sono stati presentati progetti in ATI con 36 partner sui territori di Friuli Venezia-Giulia, Liguria, Toscana, Puglia e Sardegna.

CONOSCENZA

IL PROFILO DEI FORNITORI



1764 fornitori



+ 41%
Fornitori Certificati
2016: 34
2017: 48

RELAZIONE

L'ALBO DEI FORNITORI



80
Iscritti all'albo
Fornitori



di cui il 61%
Movimentato
nel 2017

PARTECIPAZIONE

CONTRIBUTO ALLA FILIERA CULTURALE E CREATIVA



68 FORNITORI CORE

con cui CoopCulture ha stretto un rapporto di partnership duraturo per lo sviluppo di progetti, nuovi prodotti e servizi



- 6% Partner Comunicazione
- 15% Partner Editoriali
- 22% Partner Tecnologici
- 22% Partner Territoriali
- 66% Partner Cooperativi



42% gare in associazione
con altre imprese del settore
in particolare piccole e medie

36

Partner con cui
sono state costituite ATI

COMMITTENTI E PARTNER ISTITUZIONALI

L'Ufficio gare rappresenta un comparto aziendale di grande importanza poiché è il primo canale di acquisizione di commesse per CoopCulture. Negli anni, il volume di lavoro gestito dall'Ufficio si è notevolmente ampliato con una crescita, nell'ultimo triennio, di tutti i principali indicatori: + 43% gare esaminate, + 21% gare partecipate, + 6% gare vinte. Soltanto nel 2017, le 70 gare aggiudicate hanno portato all'acquisizione di 21 nuovi committenti su tutto il territorio nazionale, con un significativo ampliamento del settore aziendale della gestione dei servizi bibliotecari, cui appartiene oltre il 30% delle commesse acquisite nell'anno, e dei servizi museali che rappresentano il 40% delle nuove commesse.

Accanto all'Ufficio gare, l'Ufficio sviluppo svolge una fondamentale azione di stimolo per l'adeguamento della strategia e della gestione di CoopCulture rispetto alle esigenze del contesto, organizzando studi e ricerche volte a soddisfare bisogni conoscitivi legati ad aspetti ed esperienze nel campo della creatività, della produzione, dell'organizzazione, della valutazione e del consumo di arte e cultura. Infine, il dato sulla tipologia dei committenti rivela la capacità di CoopCulture nell'esportare anche nel settore privato il modello di valorizzazione del settore culturale ampiamente sperimentato nel settore pubblico. È importante segnalare, ad esempio, che nel corso dell'anno sono stati positivamente conclusi gli accordi con la Fondazione Cerasi per l'apertura, avvenuta a maggio 2018, del Palazzo presso Via Merulana a Roma, con un progetto per la valorizzazione dello spazio espositivo dedicato alla collezione della famiglia e a molte altre attività culturali.

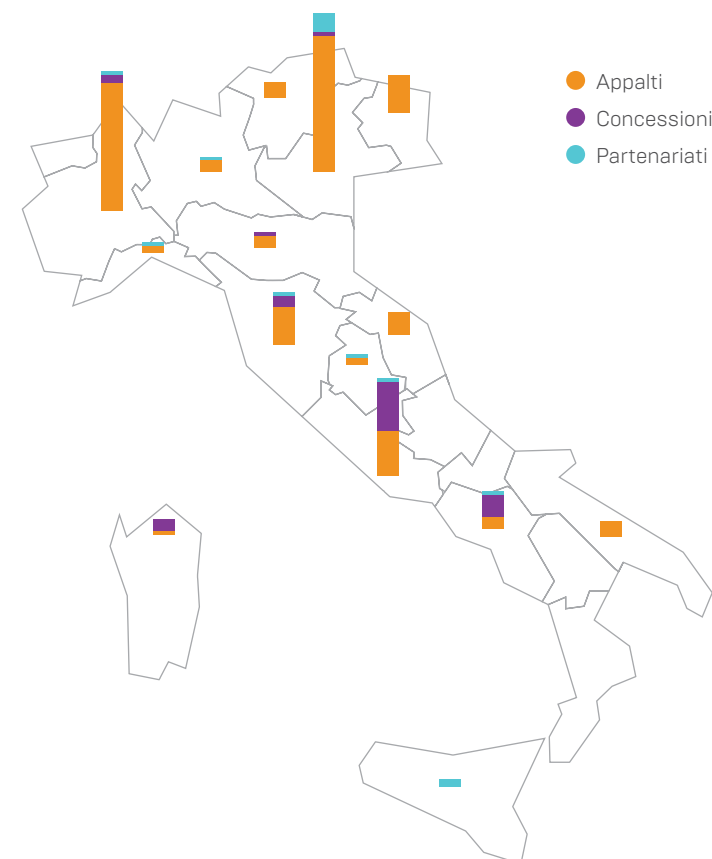
IL PROFILO DEI COMMITTENTI

RELAZIONE



DALLA FORNITURA AL PARTENARIATO INNOVATIVO

PARTECIPAZIONE



CONOSCENZA

LE GARE

70 gare vinte con un tasso di successo del 61%

21 nuovi committenti grazie alle gare vinte

150 siti gestiti sul territorio nazionale

114 commesse

2 progetti europei e 1 progetto di cooperazione internazionale



COSA VOGLIAMO FARE

Accelerare l'evoluzione verso una organizzazione 4.0 nel solco di una trasformazione digitale con al centro le persone

Rafforzare le abilità digitali nelle competenze di progettazione, produzione e promozione

Sviluppare forme innovative di partenariato gestionale con le PA intorno a master plan condivisi di sviluppo culturale e territoriale

Sperimentare nuove forme di lavoro culturale e creativo combinate alle competenze innovative del settore

VICOLO
A. RACHELI



5 GENDER EQUALITY

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

5. Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze.

11. Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.

Sostenibilità Sociale

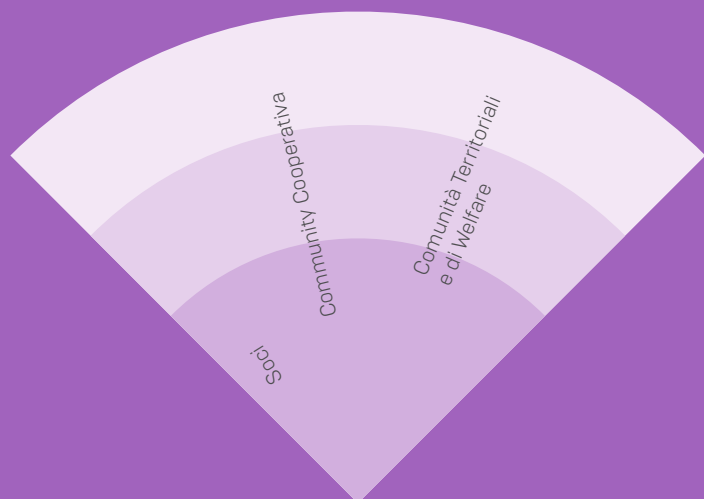
Sviluppo
Comunità



Coesione
Sociale



Partecipazione
Interna



SOSTENIBILITÀ SOCIALE

I cambiamenti sociali su larga scala richiedono la coordinazione di diversi settori, anche se va sottolineato che quello sociale rimane imperniato sugli interventi isolati di singole organizzazioni (Kania e Kramer, 2011). All'interno di un sistema territoriale quindi per sostenibilità sociale si intende la capacità dei soggetti di intervenire insieme, efficacemente, in base ad obiettivi comuni, grazie alla concertazione a diversi livelli e settori e ad una azione di sistema. La centralità del patrimonio culturale dipende infatti dalla relazione con la società, così come la capacità di garantire condizioni di benessere umano (educazione, socializzazione, scambio, inclusione sociale, etc..) a cui tutti possono accedere. Solo attraverso una responsabilità individuale e collettiva nei confronti del patrimonio culturale, soprattutto per quel che riguarda la costruzione di una società pacifica e democratica, è possibile una maggiore sinergia di competenze fra tutti gli stakeholder e incidere sui processi di sviluppo durevole nella promozione della diversità culturale.

Su questo principio si basa il lavoro di CoopCulture per garantire le condizioni della sostenibilità sociale: costruzione di capacity building al servizio dei territori, rafforzamento della relazione con le comunità e le collettività locali, dialogo interculturale e condivisione dei processi di valorizzazione - **networking, sviluppo di comunità e coesione sociale** - ma anche una maggiore attenzione alla cura dei luoghi attraverso interventi di rigenerazione e restauro, di restyling degli spazi, di valorizzazione delle aree in cui sono presenti siti UNESCO. Ove le condizioni contrattuali consentono un'attività ad ampio raggio, quindi soprattutto nelle concessioni integrate dei servizi, gli spazi gestiti da CoopCulture diventano dei luoghi per facilitare l'interazione sociale e migliorare la qualità

della vita di una comunità, vivibili, inclusivi e aperti a tutti. CoopCulture ha declinato la sua strategia di audience engagement, a partire dalla propria base sociale, ponendo l'attenzione su diversi aspetti: migliorare il reclutamento; promuovere l'opportunità di essere aperti a persone con diverse esperienze e competenze; identificare soggetti che riescono a garantire il contatto necessario con le comunità; sviluppare maggiormente attività con le comunità.

- **Conoscenza** dei soci e delle reti, significa essere sensibili ai diversi bisogni, interessi e abilità di individui e gruppi, tenendo un approccio proattivo nel creare relazioni e condividere informazioni per declinare le diverse aree di intervento.

- **Relazione.** Collaborare attraverso reti (formali e informali) tra organizzazioni culturali, la società civile e altri stakeholder, per contribuire alla valorizzazione integrata del territorio e per influire sulla policy territoriale. La cooperazione intersettoriale in diversi campi (educazione/ sociale/turismo, ecc.) diventa uno strumento efficace per l'integrazione e il coinvolgimento del sistema cooperativo e delle reti sociali e delle comunità.

- **Partecipazione.** La partecipazione sociale/culturale ha una serie di implicazioni sociali, forme di auto-rappresentazione o rappresentazione collettiva. Le persone sono messe in condizione di ampliare ed esplorare il proprio spazio culturale, di seguire il flusso dei loro interessi, di passare dalla fruizione alla partecipazione. Sono fattori che aprono la strada alle pari opportunità e alla partecipazione alla vita sociale e culturale, garantendo il fondamentale diritto alla fruizione e alla partecipazione paritaria a tutti i pubblici, soprattutto avendo un'attenzione per i nuovi cittadini (in linea con la raccomandazione congiunta dell'UNESCO e dell'Organizzazione Internazionale per le Migrazioni, 2018), e le persone che ancora non accedono al patrimonio, in una logica di accessibilità universale.

Goal 5: *Raggiungere l'uguaglianza di genere e l'empowerment (maggiore forza, autostima e consapevolezza) di tutte le donne e le ragazze.*

Goal 11: *Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.*

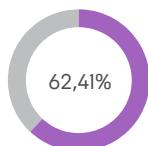


SOCI

RELAZIONE

LA MUTUALITÀ PREVALENTE

MUTUALITÀ
2017

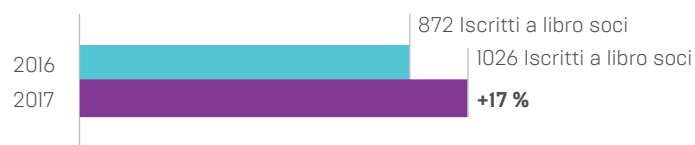


Costo complessivo del lavoro
dei soci **23.942.646 €**

RELAZIONE

LA CRESCITA DEI SOCI

CoopCulture promuove una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, la piena e produttiva occupazione e un lavoro dignitoso per tutti i soci attraverso la crescita della relazione, il sostegno ai giovani, la parità di genere.



LA FUSIONE CON COPAT

162 SOCI COPAT

La crescita del numero dei soci, è dovuta alla fusione con Copat, una storica cooperativa attiva nel settore, a conferma della tradizione mutualistica della cooperazione e della capacità inclusiva di CoopCulture di integrare nuovi soci e nuove competenze.

PARTECIPAZIONE

PARITÀ DI GENERE E PRESENZA FEMMINILE NEI RUOLI APICALI



Parità di genere in CoopCulture non vuol dire solo tutela dell'occupazione femminile, pari al **73%**, ma anche garantire la presenza nei ruoli apicali e la tendenza all'approccio femminile al settore in chiave collaborativa ed inclusiva.

In CoopCulture sono donne:
La Presidente, la Vice Presidente, 6 su 9 membri del CDA, 10 su 12 responsabili di settore, 15 su 17 responsabili di commessa.

RELAZIONE

LA COMPOSIZIONE DEMOCRATICA

Viene garantita la presenza nel CDA, nel Social Performance Team e nell'Ufficio Soci di soci espressione di diversi territori e settori aziendali.

DIFFUSIONE TERRITORIALE DEI SOCI

Sicilia	37
Umbria	16
Campania	79
Lazio	304
Piemonte	105
Veneto	262
Emilia Romagna	8
Liguria	1
Lombardia	63
Sardegna	0
Toscana	93
Trentino Alto Adige	3
Marche	10
Friuli Venezia Giulia	4

IL CDA



9 Sistema di
Rappresentanza CDA

Roma	3
Venezia	4
Torino	1
Napoli	1

SOCIAL PERFORMANCE TEAM



8 da diversi uffici
e settori

Roma	3
Venezia	4
Torino	1

L'UFFICIO SOCI



8 da diversi uffici
e settori

Veneto	3
Piemonte	1
Toscana	1
Lazio	2
Campania	1
Sicilia	1



LA PARTECIPAZIONE ALLE ASSEMBLEE

453 Partecipanti
Assemblee
Separate

415 Soci presenti
all'Assemblea
di fusione con
Copat

46 Soci Delegati
Assemblea

CRESCITA DELLO SPIRITO COOPERATIVO DEI SOCI



FILI DI CULTURE

È l'associazione culturale di CoopCulture che ha l'obiettivo promuovere i luoghi d'arte e di cultura. È uno spazio fisico e di idee, dove le persone possono incontrarsi per sperimentare forme di fruizione partecipata in luoghi storici, artistici e naturali, condividendo l'idea che la cultura sia un'opportunità di crescita individuale e collettiva e di sviluppo sostenibile.



#ESSERESOCIO

L'ufficio soci CoopCulture, Essere Socio, nasce nel 2015 con l'intento di creare uno spazio di crescita e consapevolezza dei soci, di relazione e scambio, di partecipazione a momenti comuni conviviali, di ascolto e di confronto. Si occupa anche del benessere dei soci, proponendo agevolazioni e benefit nazionali e locali per il tempo libero e la famiglia. Il 2017 ha visto consolidarsi le attività dell'ufficio soci, con le newsletter informative e il catalogo delle convenzioni, momenti formativi e di riflessione collettiva, momenti conviviali, contest e momenti ludici.



FORMAZIONE/AGGIORNAMENTO
IN OCCASIONE DELLE ASSEMBLEE SEPARATE

2 EVENTI
con il coach della scuola Holden
Mauro Berruto sul tema "essere una squadra"

ESSERESOCIO NEWS
Newsletter semestrale con notizie dalla cooperativa

MOMENTI CONVIVALI E DI INCONTRO

7 FESTE DI FINE ANNO
Venezia, Torino, Firenze, Roma, Napoli, Palermo, Agrigento

MOMENTI LUDICI

STORIA DEL CORDINO ERRANTE
Contest fotografico di racconto del luogo di lavoro su Instagram



COMMUNITY COOPERATIVA

CoopCulture ha sempre condiviso obiettivi, finalità e attività del movimento cooperativo che fa capo a LegaCoop e all'Alleanza delle Cooperative.

Attraverso i propri dirigenti CoopCulture è impegnata e attiva in molte associazioni territoriali e di settore, tra cui CulTurMedia, associazione di settore LegaCoop che lega trasversalmente i settori della cultura, del turismo e della comunicazione.

Il 4 ottobre 2017 Copat si fonde con CoopCulture. L'obiettivo è anche quello di tutelare, accogliere e valorizzare le competenze dei soci secondo il principio della mutualità.

PARTECIPAZIONE

IL CONTRIBUTO ALLA RAPPRESENTANZA COOPERATIVA

2 Adesioni alle Centrali cooperative:
Legacoop e ConfCooperative

7 Soci negli organismi nazionali,
territoriali e di settore

15 il numero degli incontri svolti in un anno
con Culturmedia e Aci

CoopCulture mette la cultura tra gli asset strategici del sistema e la cooperazione come interlocutore principale dello sviluppo a base culturale.

5 Partecipazioni a eventi del mondo della cooperazione, promossi da Culturmedia: Salone del libro, BITAC, ArtLab, Conferenza nazionale dell'impresa di L'Aquila, Assemblea delegati di Napoli

PARTECIPAZIONE

LA FILIERA COOPERATIVA

24 Partneri attivi

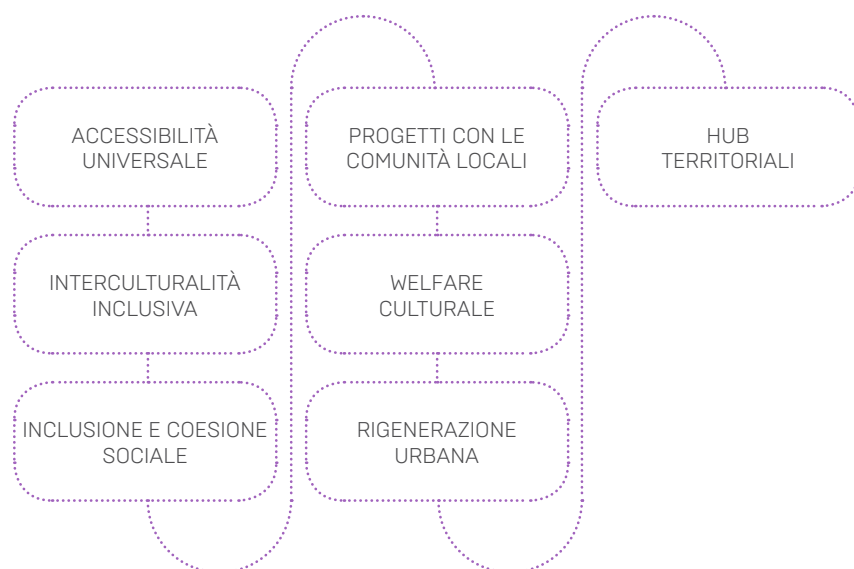
112 Cooperative con cui sviluppiamo progetti di filiera



WELFARE COMMUNITY

Capacity building al servizio dei territori e delle culture.

Nel nome della sostenibilità sociale e culturale, guidata dai valori della cooperazione, CoopCulture ha adottato con convinzione un nuovo paradigma che vede la cultura come un incisivo propulsore di sviluppo "sostenibile", misurabile cioè nella capacità non solo di attivare un'intera filiera produttiva che afferisce al più ampio settore della creatività e del turismo, ma anche di innestare delle dinamiche di coesione e dialogo interculturale. Da anni CoopCulture lavora allo sviluppo di progetti e iniziative in favore della coesione e dell'inclusione sociale e territoriale e lo sviluppo di comunità. Progettando insieme alle comunità locali, di cui la sinergia e il sodalizio con la Comunità Ebraica a Venezia costituisce una rilevante e consolidata testimonianza. CoopCulture investe e sperimenta in progetti rivolti a pubblici in condizioni di fragilità; percorsi per la valorizzazione e la conoscenza della diversità culturale, sviluppo e sperimentazione di strumenti e dispositivi che favoriscano l'accessibilità universale nella direzione dei principi del Design for all, percorsi per lo sviluppo dei territori e del dialogo interculturale.



I PROGETTI VOLTI ALL'ACCESSIBILITÀ UNIVERSALE. I PRINCIPI DEL DESIGN FOR ALL



PROGETTO CON "CUI PRATO" AL MUSEO DI PALAZZO PRETORIO

Progetto educativo rivolto alla cooperativa CUI. Il progetto, che ha visto la partecipazione di 50 ragazzi, si è posto l'obiettivo di far interagire ragazzi disabili, che solitamente si occupano di lavori manuali (legno, pittura, ricamo, riciclo), con un ambiente diverso e stimolante come quello dell'arte e del museo. Incontri, visita guidata al museo, attività di pittura e scultura sul legno, allestimento di una piccola esposizione dei lavori per un totale di 50 partecipanti della cooperativa.

PROGETTO PER NON VEDENTI VALLE DEI TEMPLI

Visita sperimentale per non vedenti proposta da Julie Combes al Parco Archeologico e Paesaggistico della Valle dei Templi in collaborazione con CoopCulture e l'Unione Italiana Ciechi.

I PROGETTI INTECULTURALI E INCLUSIVI

**CAPODANNO CINESE A PALAZZO PRETORIO**

I bambini della scuola "Associazione d'amicizia dei Cinesi a Prato" sono stati protagonisti di uno spettacolo di canti e balli della tradizione, con una piccola esibizione di arti marziali, in un connubio di colori fra Oriente e Occidente.

PROGETTI CON LA SCUOLA CINESE DI PRATO

3 laboratori, 4 classi, 90 bambini, 81 partecipanti il progetto ha stimolato la creazione di un ponte che collega la comunità cinese al Museo di Palazzo Pretorio, promuovendo la conoscenza del museo e della storia della città di Prato attraverso percorsi, visite, attività didattiche ed eventi dedicati, rendendo loro stessi interpreti e protagonisti, come in occasione della Festa del Capodanno Cinese svoltosi presso il Museo.

L'INCONTRO INDOVINA CHI...SEI?

L'incontro con gli studenti al Museo Ebraico di Padova prende avvio dalla visione di una serie di interviste a membri della comunità ebraica di Padova di età diverse che rispondono alla domanda: cosa significa per te essere ebreo? In un secondo momento si chiede ai ragazzi di definire cosa loro stessi sentono di essere, riconoscendosi in simboli ed emoticon. Gli studenti in seguito provano a riconoscere le identità altrui attraverso il gioco "indovina chi". Un percorso che vuole fare riflettere sulle identità individuali e collettive, attraverso la produzione di opere audiovisive multimediali.

STORIE DI COESIONE E INCLUSIONE SOCIALE

**BIBLIOTECHE IN CARCERE. SISTEMA BIBLIOTECARIO CARCERARIO REGIONE DELLE MARCHE**

Un progetto che nasce in forma sperimentale nel 2012 e che oggi vanta 36.500 libri posseduti, di cui 1.600 in lingua straniera e 1.500 multimediali, 600 prestiti mensili, 3.500 ore di attività e 1.500 chilometri mensili percorsi dagli operatori da un carcere all'altro della regione, 4 convenzioni con biblioteche comunali per un sistema integrato e 3 borse lavoro: il sistema bibliotecario carcerario delle Marche è diventato un'eccellenza che sta ampliando il suo raggio d'azione con progetti rivolti anche al sostegno degli affetti familiari.

Il progetto biblioteche in carcere sviluppa anche attività che vanno oltre il servizio di base bibliotecario, tra i più importanti, il sostegno alla genitorialità.



IL WELFARE CULTURALE ENTRA NEI MUSEI

Le dimensioni del benessere - fisiche, emotive, psicologiche, culturali e sociali - sono direttamente connesse ai luoghi. I luoghi in grado di ospitare attività che favoriscono il benessere psicofisico permettono anche di stimolare la socializzazione, avvicinare nuovi pubblici, rafforzare le relazioni, creare nuove «zone di contatto» con la cultura e generare empatia, favorendo in generale un maggiore coinvolgimento nella fruizione dei luoghi.



YOGARCHEO AL CASTELLO DI SANTA SEVERA

Il Castello di Santa Severa ha ospitato un ciclo di lezioni settimanali per avvicinare i partecipanti all'arte della meditazione, utilizzando tecniche specifiche di respirazione, di movimenti e suoni.

RISVEGLIO MUSCOLARE A PALAZZO PRETORIO

A Palazzo Pretorio sono stati organizzati dei cicli di lezioni di attività fisica e muscolare per conciliare l'attività del corpo con quella della mente, grazie allo svolgimento delle attività in un ambiente ricco di arte e bellezza.

YOGA ALLA BIBLIOTECA NAZIONALE CENTRALE DI ROMA

La Biblioteca Nazionale Centrale di Roma è stata protagonista di un ciclo di appuntamenti settimanali di Yoga attraverso il metodo Franca Sacchi Svāmī OM Mūrti Sasvatī.

GLI INTERVENTI DI RIGENERAZIONE URBANA E DI COMMUNITY ENGAGEMENT

CoopCulture lavora da anni nell'ambito della rigenerazione e rivitalizzazione dei luoghi attraverso interventi di recupero, restauro e restyling di spazi aperti e inclusivi



IL RESTAURO DELLA BIGLIETTERIA DEL CHIOSTRO DI MONREALE

Per il Chiostro di Monreale, CoopCulture ha realizzato, in sinergia con la Soprintendenza ai Beni Culturali di Palermo, una nuova biglietteria sostenendo, con un investimento di 60 mila euro, la risistemazione della sala e il restauro degli affreschi preesistenti, nascosti sotto strati di intonaco e affiorati durante i lavori.

CULTURE ACTION EUROPE

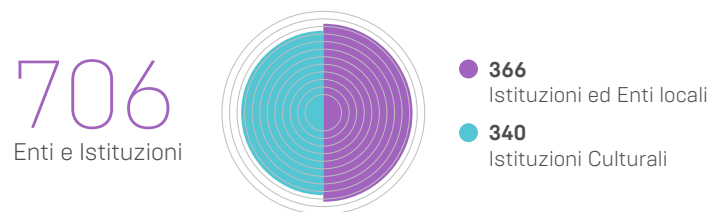
I soci italiani della rete Culture Action Europe, di cui CoopCulture fa parte, hanno dato vita a un ciclo di incontri nei municipi di Roma aventi l'obiettivo di favorire un processo di avvicinamento delle politiche pubbliche culturali alle esigenze effettive dei luoghi e delle comunità e risvegliare il senso civico dei territori e la consapevolezza del ruolo e valore della cultura.

**culture
ACTION
europe**

6 incontri nei Municipi 15 incontri di preparazione
45 ore di lavoro 1 Manifesto per la cultura

COMUNITÀ TERRITORIALI

L'approccio di CoopCulture ai territori si caratterizza per il forte spirito di coinvolgimento delle comunità e di collaborazione con le amministrazioni. 706 sono le pubbliche amministrazioni con cui collabora, ma sempre più frequenti sono le sinergie con tutti gli attori del territorio in una logica di intersettorialità e di co-progettazione. Cooperative locali, associazioni, produttori d'eccellenza, editori indipendenti sono coinvolti nei nuovi store museali e nella programmazione congiunta di attività e itinerari culturali.



PARTECIPAZIONE

I NUOVI STORE MUSEALI

Produttori delle eccellenze artigianali ed enogastronomiche locali, piccoli editori indipendenti e giovani designer.



PARTECIPAZIONE

UN MODELLO DI RETE INTERSETTORIALE: 17 PARTNER DA SANTA SEVERA A CERVETERI PER IL PROGETTO ETRUSKEY

Soprintendenza Archeologica per l'Etruria Meridionale, ISMA -Istituto Studi del Mediterraneo Antico, La Strada del Vino e dei Prodotti Tipici delle Terre Etrusco Romane, Slow Food, Condotta Monti della Tolfa - Civitavecchia, Tempo ART-STUDIO associazione culturale, Artemide Guide, Museo del Mare e della Navigazione Antica, N.A.A.C. Onlus, Nucleo Archeologico Antica Caere, Gruppo Archeologico Romano, Sezione di Cerveteri "Antonio Itri", Forno Piergentili, Adsaeretrekking, ADS Tirreno Bike, Cooperativa Sole Etrusco, Castello di Ceri, FISAR delegazione di Civitavecchia, MC Tartufi, Technology srl.

SVILUPPO COMUNITÀ

COMMUNITY ENGAGEMENT PARTECIPAZIONE INIZIATIVE WEB E SOCIAL



18 GENNAIO 2017 #MUSEUMSELFIEDAY

Selfie con l'opera d'arte scelta, oppure immortalarsi all'esterno di un museo, oppure fotografarsi con il biglietto di una mostra, per poi condividere il tutto su Twitter e Instagram.
CoopCulture: coinvolgimento soci con scatti e selfie da condividere

08 APRILE 2017#SLOWARTDAY

I partecipanti sono invitati a guardare l'arte lentamente. Scelgono delle opere e dedicano a ciascuna di queste 5-10 minuti. Finita l'osservazione il pubblico scambia impressioni sull'esperienza.
CoopCulture: proposte dedicate

21 APRILE - 7 MAGGIO 2017 #INVASIONI DIGITALI

Tutti possono diventare portavoce dei Musei, documentando con smartphone, fotocamera o videocamera tutti i momenti della propria esperienza al museo, e condividendoli sui social network con gli hashtag dedicati #invasionidigitali
CoopCulture: organizzazione di invasioni digitali sul tema *culture has no border*

19-25 GIUGNO 2017 #MUSEUMWEEK 2017

La #MuseumWeek è un evento dalla durata di una settimana, ogni anno vengono individuati 7 temi e 7 hashtag. È un'occasione per le istituzioni culturali di autopromuoversi, ma anche per chiunque di conoscere nuove realtà appartenenti a questo ambito.
CoopCulture: coinvolgimento soci con scatti da condividere

OTTOBRE #FAMU2017

Evento per famiglie al museo
CoopCulture: organizzazione di laboratori e attività didattiche per famiglie.



Aumentare
il livello di partecipazione
dei soci

Diversificare
gli strumenti e i linguaggi
di mediazione per stimolare
la partecipazione
dei cittadini

Ampliare gli spazi
di condivisione
e narrazione dei contesti
locali e la capacità dei
musei di riqualificare
l'ambiente esterno

**COSA
VOGLIAMO
FARE**

Promuovere
l'inclusione sociale
e il numero di soggetti
coinvolti per favorire
l'engagement

Incentivare
azioni di sviluppo
di comunità anche fuori
dai siti culturali



4 QUALITY EDUCATION

16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS

- 4. Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.
- 16. Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli.

Sostenibilità Culturale

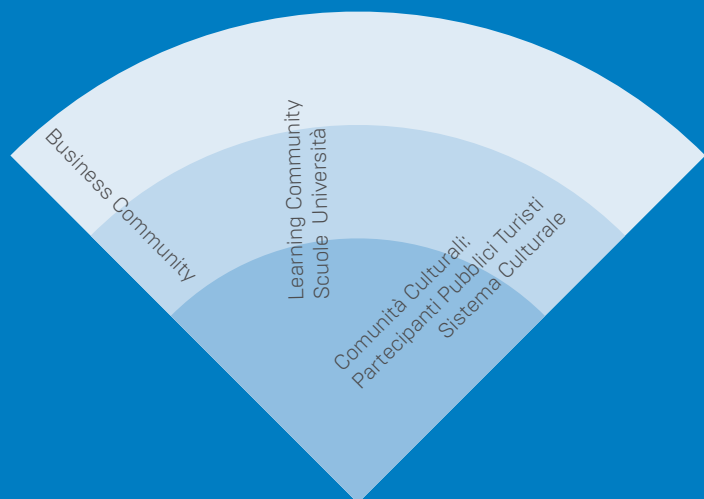
Partecipazione



Networking



Nuovi Pubblici



SOSTENIBILITÀ CULTURALE

Tra le diverse sostenibilità quella culturale agisce sul rafforzamento dell'impatto dell'azione culturale, in termini di sollecitazione di nuove domande, di creazione di un ciclo di vita delle attività di lungo periodo e di crescita e coinvolgimento attivo dei pubblici. Favorire le condizioni necessarie per attivare processi culturali nel tempo rappresenta la grande sfida di CoopCulture, contribuisce a definire le forme di valorizzazione dei siti culturali, il rapporto con la qualità della vita e il dinamismo culturale dei territori, la ricerca di nuove forme di aggregazione e di partecipazione alla vita culturale. Si tratta di processi culturali e sociali dinamici per contribuire allo sviluppo culturale, fondati sulla capacità di produrre e mantenere all'interno del territorio il massimo del valore aggiunto combinando efficacemente le risorse, al fine di valorizzare la specificità del patrimonio culturale.

La convenzione del Consiglio d'Europa sul "Valore del Patrimonio culturale per la Società" (Convenzione di Faro), propone un concetto di patrimonio molto allargato come generatore di benessere e di miglioramento della qualità della vita delle persone: in quest'ottica la sostenibilità culturale è direttamente legata alla capacità di garantire l'accesso alla cultura, l'aumento delle opportunità alla partecipazione culturale, la capacità di penetrare nella stratificazione culturale, attraverso l'educazione che è al centro delle policies di CoopCulture.

La strategia di Audience Development è declinata pertanto non solo in attività di fidelizzazione dei pubblici abituali e occasionali, ma in attività di avvicinamento dei pubblici non ancora coinvolti nella fruizione, attraverso forme di diversificazione e ampliamento delle attività e dei pubblici. La realtà aumentata,

il video mapping, lo storytelling, visite con aperitivo o notturne, i trekking, i social ed education tour, e city game sono alcune delle attività messe in campo. Un'evoluzione di strumenti e idee, che guarda tanto al potenziale creativo ed espressivo tecnologico, quanto a quello collettivo; che spinge verso nuove strategie concepite e programmate per un incremento crescente del livello qualitativo anche delle modalità della propria attrattività e del coinvolgimento, in un'ottica multi-stakeholder per favorire l'engagement delle diverse comunità con cui CoopCulture si relaziona (visitatori, comunità virtuali, intermediari, enti locali e istituzioni).

• **Conoscenza.** La sostenibilità culturale è garantita dalla capacità di conoscere i propri pubblici e guardare al tempo stesso a quelli che attualmente non lo sono, i propri stakeholder per una maggiore consapevolezza, conoscenza del contesto in cui si inserisce per innescare relazioni. Una fase trasversale a tutte le attività e propedeutica per valorizzare le competenze, intercettare, raggiungere, far conoscere, coinvolgere, avvicinare e attrarre i pubblici e gli stakeholder.

• **Relazione.** Un sistema culturale deve essere costituito da un insieme di organizzazioni innovative presenti in un territorio e che interagiscono anche con strutture di facilitazione, co-progettazione e collaborazione. Tra gli obiettivi che CoopCulture si prefigge vi sono: creare relazioni forti e durevoli nel tempo per garantire continuità e una diffusione capillare; capacità di ampliare il raggio di azione; partecipare a reti (formali e informali) tra organizzazioni culturali e dell'educazione per contribuire in azione di sistema che possano avere un impatto collettivo.

• **Partecipazione.** La partecipazione alla vita culturale è un passaggio importante nel modo di concepire i pubblici: si è passati da un modello basato su forme di consumo passivo, a forme di coinvolgimento e di produzione, condivisione, protagonismo e partecipazione attiva che conferiscono un nuovo ruolo al patrimonio. L'approccio partecipativo ha implicazioni importanti anche rispetto all'organizzazione, al personale e all'educazione/formazione.

GOAL 4: Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva, e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti.

GOAL 16: Promuovere società pacifiche e più inclusive per uno sviluppo sostenibile; offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli.

TERRITORIALITÀ

Grazie ai due nuovi riconoscimenti ottenuti nel 2017 e l'ultimo riconoscimento del 2018 all'olivettiana "Ivrea città industriale del XX secolo", l'Italia si conferma con i suoi 54 siti il paese con il maggior numero di beni iscritti nella Lista del Patrimonio mondiale dell'Unesco. Dei 165 siti culturali gestiti da CoopCulture e distribuiti su gran parte del territorio nazionale, 13 si trovano in questa lista. Un numero che riflette un impegno importantissimo per la Cooperativa che fa del valore territoriale e culturale dei luoghi il principio cardine per l'attivazione e lo sviluppo di processi culturali che siano stabili, duraturi e rispettosi dei contesti territoriali, nel tempo.

CONOSCENZA

DISTRIBUZIONE SUL TERRITORIO

165 Siti Culturali gestiti in Italia

13 Fanno parte del Patrimonio dell'Unesco



COMMUNITY CULTURALE: I PUBBLICI

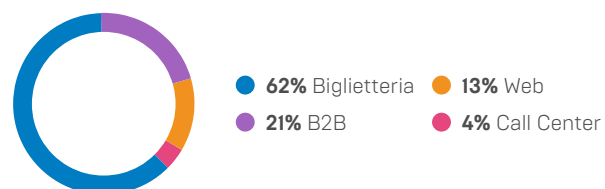
I pubblici attuali e occasionali rappresentano il primo grande bacino della partecipazione culturale come si evince dal totale dei biglietti venduti che rispetto al 2016 sono cresciuti di circa un milione di visitatori (12.466.077). Il canale di acquisto maggiormente usato resta la biglietteria, ma, grazie all'attivazione di una pluralità di canali a distanza anche specializzati sulle diverse fasce di pubblico, aumenta la possibilità di personalizzare le modalità di visita e le forme di accoglienza.

CONOSCENZA

I BIGLIETTI VENDUTI E I CANALI DI VENDITA

13.559.481 Numero biglietti totali venduti

CANALI DI VENDITA



CONOSCENZA

UTENTI BIBIOTECHE

	PRESTITI	UTENTI
2016	1.500.000	125.875
2017	1.496.000	126.933

Il leggero calo dei prestiti può essere giustificato dal fatto che sempre di più gli utenti si formano attraverso la rete web. Nonostante ciò gli utenti attivi sono in aumento e con essi anche i contatti dei nostri operatori.

CONOSCENZA

CANALI INFORMATIVI: I DATI WEB

10.792.731 Visualizzazioni totali

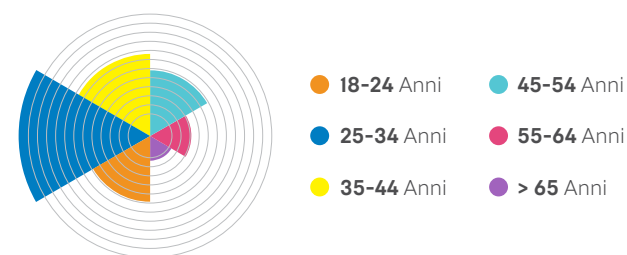
ACCESSI



PROVENIENZA GEOGRAFICA



ETÀ



CHIAMATE CALL CENTER

217.832 Il numero totale di chiamate ricevute dai nostri call center nel 2017

I siti per i quali abbiamo ricevuto più chiamate: Colosseo, Palazzo delle Esposizioni e Scuderie del Quirinale, Venezia (Civici, Ebraici, Mostra), Napoli Musei, Pompei, La Galleria Nazionale.

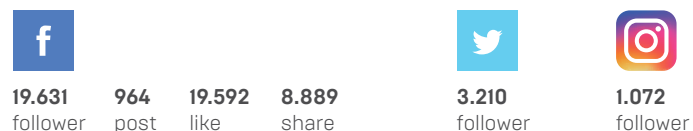
CANALI INFORMATIVI PER LA PARTECIPAZIONE VIRTUALE

La comunicazione virtuale è un fattore per favorire quello che viene chiamato l'utente generato content, veicolare in maniera più immediata le informazioni, promuovere una partecipazione virtuale più ampia possibile, contribuire nella creazione e diffusione, condivisione dei contenuti.

Per rafforzare l'identità territoriale e la riconoscibilità sono stati attivati dei canali social e dei siti dedicati per valorizzare al meglio i contenuti specifici e la capacità di penetrazione.

Il virtuale permette un'interazione diretta, come un'opportunità per innescare conoscenza e un mezzo di divulgazione di informazioni che l'utente stesso seleziona.

I CANALI SOCIAL NAZIONALI



I CANALI SOCIAL TERRITORIALI

FestivalMann di Napoli, Caffè del Teatro Massimo Palermo, Visit Sabbioneta, Terracina Museo e Tempio di Giove, Casa Rossa Capri, Palazzo Pretorio Prato, Castello e Museo del mare e della navigazione antica Santa Severa, Museo Ebraico di Firenze, Museo Ebraico Venezia, IAT Bardolino, Campania Artecard, Parco Archeologico Valle dei Templi, co-gestione con la direzione del parco.

COMMUNITY CULTURALE: I PARTECIPANTI

Per favorire le strategie di Audience Development in linea con i documenti programmatici dell'Unione Europea, CoopCulture diversifica le sue attività per ampliare le opportunità di scelta dei diversi pubblici realizzando attività laboratoriali, progetti interculturali e intergenerazionali, percorsi e progetti per l'accessibilità universale, attraverso anche le nuove tecnologie e gli strumenti di mediazione per favorire in maniera significativa l'accesso al patrimonio culturale. Si incentiva quella che viene definita *l'interpretation*, che interroga direttamente o indirettamente, i pubblici dei musei per stabilire le azioni più adeguate per la fruizione.

TIPOLOGIE DI VISITE

Visita base	Visita gioco/family
Visita spettacolo	Visita sensoriale
Visita con degustazione/cena	Visita interculturale
Visita notturna	Narratour/secret tour

150 Percorsi di mediazione culturale ed esperenziali

500.000 Fruttori



STRUMENTI PER LA VISITA

Audioguide (Multilingue, Kids)	App scaricabili
Videoguide lis/asl	City e site game
Augmented virtual tour	

50 Tipologie di supporti tecnologici per la fruizione

700.000 Fruttori

AMPLIAMENTO E DIVERSIFICAZIONE DEI PUBBLICI

Progetti interculturali	Laboratori per le famiglie
Progetti intergenerazionali	Progetti per l'accessibilità universale

40 Progetti speciali per nuovi pubblici

2.000 Partecipanti

COOPCULTURE EXPERIENCE

LA DIVERSIFICAZIONE DEI TEMPI DI FRUIZIONE PER RENDERE IL PATRIMONIO PIÙ ACCESSIBILE A TUTTE LE FASCE DI PUBBLICO

COOPCULTURE DAL TRAMONTO ALL'ALBA

CoopCulture crede che offrire una fruizione del patrimonio diversificata per orari e tipologia di attività, contribuisca a creare nuove forme di engagement, finalizzate all'ampliamento delle opportunità per fasce di pubblico più allargate di fruire dei beni e dei siti culturali. Grazie alla visita e all'osservazione dei beni e dei patrimoni attraverso prospettive diverse e inconsuete, in termini di luci, ombre, suoni, silenzi, il fruitore stimola la profondità di relazione con il bene stesso e con il contesto in cui questo si colloca.



- QUADRI DI LIOLÀ 22-23 SETTEMBRE, VALLE DEI TEMPLI, AGRIGENTO
- LA VALLE SOTTO LE STELLE 14 SETTEMBRE, AGRIGENTO
- L'ALBA ALLA VALLE DEI TEMPLI, DA Omero A Omero 25-26 SETTEMBRE
- EMOZIONI NOTTURNE ALLA VALLE DEI TEMPLI 24 LUGLIO-II SETTEMBRE
- MONTE IATO SOTTO LE STELLE. ARCHEOLOGIA, ASTRONOMIA ED ENOGASTRONOMIA 22 LUGLIO-26 AGOSTO 2017, SAN CIPIRELLO - PALERMO
- LA LUNA SUL COLOSSEO MAGGIO-OTTOBRE 2017, ROMA
- METTI UNA SERA D'ESTATE A GIOVE ANXUR LUGLIO-AGOSTO 2017, TERRACINA
- SERE D'ESTATE AL CASTELLO DI SANTA SEVERA
- RACCONTI IN BLU, LUGLIO-AGOSTO 2017, CASTELLO DI SANTA SEVERA

LA DIVERSIFICAZIONE DELLE ESPERIENZE PER INTENSIFICARE LA RELAZIONE TRA PATRIMONIO E PUBBLICI

LE ESPERIENZE MULTISENSORIALI

Percorsi e attività che favoriscono un'esperienza di diverso tipo, culturale, sensoriale, estetica, un'esperienza legata alla bellezza, alla natura, alle specificità di un territorio, costituiscono strumenti che da un lato aumentano e intensificano la relazione dei pubblici con i patrimoni, dall'altro stimolano l'incontro, lo scambio, la partecipazione, il coinvolgimento dei pubblici e arricchiscono la stessa esperienza di visita e fruizione di un bene.



- ART ONE SHOT 21 LUGLIO-9 SETTEMBRE, CASTELLO DI SANTA SEVERA
- IL CASTELLO DEI SAPORI OTTOBRE-NOVEMBRE, CASTELLO SANTA SEVERA
- PRIMAVERA A MONTE IATO ARCHEOTREKKING, 17 GIUGNO, SICILIA
- REFRIGERIUM E ALTRE STORIE, 1 E 5 NOVEMBRE, AGRIGENTO
- DOLCE ARTE AL MUSEO DEGLI INNOCENTI 7 GENNAIO - 26 MARZO, FIRENZE

ATTIVITÀ LUDICHE E LABORATORIALI PER AVVICINARE I PIÙ PICCOLI E LE LORO FAMIGLIE AI BENI CULTURALI

PROGETTI PER LA CITTADINANZA

CoopCulture pone un impegno continuo e costante nella programmazione di attività e progetti dedicati alle famiglie per favorire processi di audience engagement e sviluppare pratiche di socializzazione. Nel corso del 2017 numerose sono state le iniziative e progetti, tra percorsi di conoscenza, laboratori partecipati, attività ludico-ricreative, che hanno goduto della partecipazione di un rilevante numero di famiglie su gran parte del territorio nazionale.



- FAMIGLIEALMUSEO: MARZO-GIUGNO, SALUZZO - FEBBRAIO, ABANO TERME - FEBBRAIO-APRILE, LIGURIA - FEBBRAIO-MAGGIO, TOSCANA,
- CAMPUS DI FINE ESTATE ALLA REGGIA DI VENARIA. UNA FAVOLA DA VIVERE, SETTEMBRE, TORINO
- CAMPUS ESTIVI: UN TUFFO NELL'ARTE, AGOSTO-SETTEMBRE, PRATO
- LABORATORI E VISITE AL CENTRO PECCI, 3 DICEMBRE 2016- 29 GENNAIO

ATTIVITÀ LUDICHE E LABORATORIALI PER AVVICINARE I PIÙ PICCOLI E LE LORO FAMIGLIE AI BENI CULTURALI



- NATALE AL... MARE! A SANTA MARINELLA 8 DICEMBRE 2016- 6 GENNAIO
- OH CHE BEL CASTELLO! GIUGNO
- HALLOWEEN AL CASTELLO DI SANTA SEVERA CON LA FAMIGLIA ADDAMS
- ARTETEMPO. PROGRAMMA DI LABORATORI PER FAMIGLIE ALLA GALLERIA NAZIONALE DI ROMA NOVEMBRE 2016-MAGGIO
- ANDIAMO AL MUSEO. PROGRAMMA DI LABORATORI PER FAMIGLIE AL MUSEO NAZIONALE ROMANO NOVEMBRE 2017-MAGGIO
- FAMIGLIE AL MUSEO SPECIALE LONGOBARDI, DICEMBRE- MARZO AL MANN

L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA APPLICATA AL PATRIMONIO PER AVVICINARE PUBBLICI NON SPECIALIZZATI E I TARGET PIÙ GIOVANI

LE ESPERIENZE IMMERSIVE

La diversificazione degli strumenti di mediazione e fruizione culturale, attraverso la sperimentazione e l'uso di nuove tecnologie applicate al patrimonio, sono fattori importanti che permettono di coinvolgere e ampliare le opportunità di fruizione del patrimonio culturale e le potenzialità di accesso allo stesso per i diversi tipi di pubblici e ai target più giovani.



- CARACALLA FULL IMMERSION
- AUDIOPEN PER SABBIONETA



FRIDA KAHLO
E MACONDO
NELLE FOTOGRAFIE DI
LEO MATIZ

Frida Kahlo, una delle artiste del 1907 a Città del Messico, da madre messicana di origini cui è costretta per gli effetti anni è occasione di scoperta atto. Il dolore fisico e un ines no la sua vita che lei ama c aspetti tragici della vita car realistica e visionaria. Lega introduce nel mondo cultur rapporto intenso e tormer sempre alla ricerca dello sp tivamente agli eventi rivo York, Parigi e nel 1953 a natale, il 13 luglio 1954.

Armida Massarelli
con la collaborazione di Ale

LEARNING COMMUNITY: SCUOLE

Nel 2018 al Patrimonio è riconosciuto un duplice ruolo: fattore di costruzione dell'identità degli individui e delle comunità, principio fondante per un'educazione alla cittadinanza. CoopCulture è impegnata in attività con le scuole e le università su tutto il territorio nazionale per favorire l'apprendimento attraverso il patrimonio culturale; l'educazione è anche una priorità per garantire la parità di accesso a tutti i livelli di istruzione e percorsi di apprendimento lungo tutto l'arco della vita.

Alla base un percorso di co-progettazione, creatività, approccio esperienziale, partecipativo, interdisciplinare e interculturale, che nel 2018 trova la migliore attuazione nel progetto ArtPlanner Scuole nell'ambito dei percorsi di Alternanza scuola lavoro.

CONOSCENZA

NUMERO BIGLIETTI VENDUTI E CANALI DI RELAZIONE

44.003 Numero biglietti venduti

Scuole per l'infanzia	45.566
Scuole primarie	62.181
Scuole secondarie I grado	75.599
Scuole secondarie II grado	173.970
Università	214.511
Insegnanti	1.312.314

I CANALI DI RELAZIONE

- 1 Contact center dedicato **ufficio scuole**
- 1 Newsletter mensile per **20.000** scuole: EduCulture
- 4.000** Cataloghi nazionali "SCOPRIRE, IMPARARE, CRESCERE, Programmi per le scuole 2017/18" inviati per posta
- 3.000** Cataloghi territoriali, distribuiti in occasione di eventi ed educational
- 14** Cataloghi digitali articolati per regione



PARTECIPAZIONE

I PERCORSI DI FRUIZIONE PER LE SCUOLE

TIPOLOGIE DI PROPOSTE

Visita performativa	70.000
Visita gioco	
Itinerario a tema	
Visita multimediale	150
Laboratorio sensoriale	
Tour	

Studenti coinvolti
Proposte didattiche

PARTECIPAZIONE

IL COINVOLGIMENTO DEGLI INSEGNANTI

- 21 Eductour dedicati agli insegnanti
- 3.055 Insegnanti Partecipanti
- 17 il numero dei siti ospitanti

Castiglia Saluzzo, Reggia di Venaria Reale di Torino, Museo Ebraico di Padova, Museo Ebraico di Venezia, Sabbioneta, Museo di Palazzo Pretorio Prato, Complesso Monumentale di Santo Spirito Firenze, Musei di Assisi, Foligno, Palazzo delle Esposizioni, Scuderie del Quirinale, Castello di Santa Severa, La Galleria Nazionale Roma, Terme di Diocleziano, Tempio di Giove Anxur, Museo della Città di Terracina, Museo Archeologico Nazionale di Napoli, Parco Archeologico di Pompei, Chiostro di Monreale Palermo, Parco Archeologico di Monte Iato.

PARTECIPAZIONE

PROGETTI PER L'ENGAGEMENT

artplanner scuole

- 7 Gli ArtPlanner realizzati tra Lazio, Campania e Sicilia
- 200 Studenti partecipanti



I PROGETTI DI INVOLVEMENT PER GLI STUDENTI

ARTPLANNER SCUOLE

Tra i progetti dedicati all'apprendimento permanente e all'avvicinamento dei ragazzi al mondo del lavoro e all'auto-imprenditorialità è stato sperimentato con successo nel 2018 l'ArtPlanner SCUOLE, una piattaforma digitale per l'educazione al patrimonio attraverso l'alternanza scuola-lavoro. Il progetto ha l'obiettivo di formare gli studenti all'elaborazione di un prodotto tecnologico, fornendo loro specifiche competenze integrate di progettazione, selezione e digitalizzazione del patrimonio culturale.

Il progetto è coerente con le azioni previste dal Piano Nazionale per l'Educazione al Patrimonio della Direzione Generale Educazione e Ricerca e con le otto competenze del futuro cittadino europeo inserite nella strategia di Lisbona: la comunicazione del patrimonio, le forme di partecipazione, il rapporto con il territorio e lo sviluppo di capacità, trovano nell'ArtPlanner Scuole il contenitore ideale. Nel 2017 sono stati realizzati 7 ArtPlanner Scuole con 7 istituti scolastici in 4 territori: Roma, Napoli, Canicattì, Cisterna di Latina, attinenti a temi diversi scelti in base alla vocazione territoriale: Wine and Food Planet, Tour enogastronomico sul territorio di Canicattì, Archeo Food Planner, Il collezionismo a Napoli tra i Farnese e i Borbone, Flora Planner, Viaggio al centro della Roma contemporanea, Archeologia a Roma tra centro e periferia, Cisterna e il suo territorio

TERRITORI CONTEMPORANEI

Progetto educativo rivolto alle scuole superiori curato dal Museo di Palazzo Pretorio da CoopCulture e dall'associazione CUT- Circuito Urbano Temporaneo. Territori Contemporanei si basa su una didattica sperimentale e mette in relazione il museo con artisti e spazi indipendenti della Città di Prato. Il progetto, alla terza edizione, coinvolge i ragazzi dei licei in una visita al Museo seguita da una attività laboratoriale con un artista contemporaneo pratese. Il progetto ha coinvolto 50 partecipanti, realizzando 5 percorsi con 5 diversi artisti.

PRETORIO YOUNG

Pretorio Young è un progetto promosso dal Museo Pretorio e da CoopCulture, a cura di Stefania Rinaldi, che ha coinvolto una classe di studenti del liceo Copernico nell'ideazione della campagna di comunicazione del Museo con lo scopo di avvicinarli a una maggiore conoscenza e comprensione dei mestieri contemporanei legati all'arte.

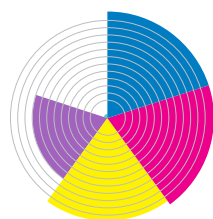
BUSINESS COMMUNITY

La promozione delle attività e dei servizi offerti da CoopCulture, passa anche dagli intermediari che svolgono un ruolo importante nella diffusione delle opportunità su larga scala. Il coinvolgimento degli intermediari permette di ampliare i canali di vendita e le opportunità di raggiungere i diversi pubblici, personalizzando i percorsi di visita, accogliendo bacini di utenza di diverse nazionalità con diversi stili di vita e comportamenti di fruizione del patrimonio culturale. CoopCulture è un punto di riferimento efficiente tanto per i grandi operatori del turismo internazionale quanto per le piccole organizzazioni del turismo sociale. In entrambi i casi si tratta anche di promuovere nuove forme di coinvolgimento ed itinerari inediti, partecipando a Fiere di settore e organizzando Eductour dedicati.

CONOSCENZA

GLI OPERATORI TURISTICI

3.205.044 biglietti venduti tramite piattaforma B2B



- 27% Agenzie di viaggio
- 19% Guide
- 27% Altro
- 26% Tour Operator
- 1% Hotel

CONOSCENZA

IL TURISMO ASSOCIATIVO

9.481 Biglietti venduti tramite canale dedicato

6.356 Associazioni culturali 1.386 Cral

RELAZIONE

I PERCORSI DI INVOLVEMENT

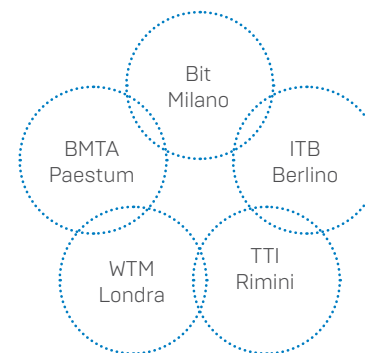
7 Eductour per operatori turistici 445 Partecipanti

DOMUS AUREA
LUNA SUL COLOSSEO
LUNA AL FORO
SCUDERIE DEL QUIRINALE, Mostra di Caravaggio
SANTA SEVERA
PALAZZO ALTEMPS, Mostra Fornasetti
PALERMO/AGRIGENTO

RELAZIONE

FIERE 2017

CoopCulture partecipa a a fiere nazionali e internazionali per la promozione dei prodotti turistici e dell'offerta del territorio, con personale specializzato e attraverso la distribuzione di materiali promozionali progettati da CoopCulture e la partecipazione a workshop e incontri con operatori B2B.



>100 incontri con operatori B2B



COMMUNITY CULTURALE: IL SISTEMA CULTURALE

CoopCulture lavora per consolidare e allargare il proprio network culturale, e lo fa rivolgendosi a community culturali, a istituti universitari e della ricerca, partecipando anche al dibattito scientifico e di politica culturale su diverse scale: territoriale, nazionale e internazionale. L'obiettivo è incidere su policy che hanno un'importanza strategica per la Cooperativa e per la promozione dell'impresa culturale e creativa in forma cooperativa, come piattaforma ideale di sviluppo culturale territoriale.

LEARNING COMMUNITY: LE UNIVERSITÀ

RELAZIONE

LA FILIERA DELLA FORMAZIONE

CoopCulture ha costruito nel tempo rapporti stabili con molte università e centri di ricerca. Questa collaborazione nasce dall'esigenza di confrontarsi con il mondo della conoscenza per sviluppare congiuntamente, e a seconda dei bisogni, percorsi di formazione per l'aggiornamento delle competenze in relazione all'innovazione digitale, ma anche per creare sinergie concrete in cui il mondo della conoscenza si interfaccia con l'impresa culturale per dare applicazione e concretezza ai risultati della ricerca, per far sì che i prodotti non rimangano a livello prototipale ma ne sia assicurata l'usabilità ed eventualmente l'industrializzazione.

Università degli Studi di Roma - Roma Tre

Università degli Studi di Napoli - Federico II

Università degli Studi di Roma - Sapienza

Università degli Studi di Bari - Aldo Moro

CNR Centro Nazionale delle Ricerche

Università degli Studi Internazionali di Roma - UNINT

Università degli Studi di Milano - Bicocca

Business School Sole 24 Ore

Università per Stranieri - Siena

Università Ca' Foscari - Venezia

Università IUAV di Venezia

Università degli Studi di Ferrara

COLLABORAZIONE CON UNIVERSITÀ PER STRANIERI SIENA

Costante collaborazione che coinvolge questo prestigioso Ateneo che accoglie studenti da tutto il mondo, al quale abbiamo rivolto percorsi personalizzati alla scoperta dell'arte e della storia della città di Prato, talvolta coinvolgendo gli studenti di alcune realtà pratesi che hanno accompagnato, insieme alle nostre guide, il tour dedicati agli studenti Unistrasi.

NETWORKING

LE COMMUNITY CULTURALI DI CUI COOPCULTURE È PARTNER



RELAZIONE

LA PARTECIPAZIONE A MEETING ED EVENTI DI SETTORE

Forum Annuale CAE - Budapest

Beyond the Obvious CAE - Roma

Conferenza CAE per Osservazioni al Libro Bianco di Juncker - Roma

ArtLab Milano

ArtLab Mantova e Sabbioneta

Convegno impresa culturale e creativa - L'Aquila

Festival Soft Economy Fondazione Symbola - Treia

Ravello Lab

LUBEC - Lucca Beni Culturali

PARTECIPAZIONE INIZIATIVE MIBACT

La partecipazione alle manifestazioni del Mibact che rientrano in un percorso di valorizzazione che mette a sistema tutti i luoghi della cultura.

Una strategia nazionale che viene declinata in diversi territori, con diversi strumenti che attiva la partecipazione sui social network e rafforza il senso di comunità e rapporto con i pubblici di sentirsi parte di una comunità nazionale che valorizza il patrimonio.

25-28 FEBBRAIO 2017

Febbraio al museo_#lartinmaschera: una vera e propria caccia al tesoro digitale nei musei italiani. Muniti di smartphone o macchina fotografica i visitatori sono andati alla ricerca di maschere in dipinti, sculture, vasi figurati, arazzi e affreschi delle epoche e delle collezioni più eterogenee. Tutti hanno condiviso le proprie foto con gli hashtag #febbraioalmuseo e #lartinmaschera.

I soci CoopCulture sono stati invitati a condividere i propri scatti fotografici e selfie realizzati nello stesso periodo.

08 MARZO 2017

Festa della donna: ingresso gratuito per le donne in tutti i musei e i siti archeologici statali.

CoopCulture ha celebrato la Giornata internazionale della donna con un programma di visite tematiche dedicate all'universo femminile, un momento di festa e di riflessione da vivere all'insegna dell'arte

14 MARZO 2017

Giornata nazionale del paesaggio per sensibilizzare i cittadini riguardo i temi e i valori della salvaguardia dei territori e per approfondire la riflessione sulla cultura del paesaggio.

CoopCulture ha organizzato visite a tema, tour e laboratori didattici sia per bambini che per adulti.

23- 24 SETTEMBRE**GIORNATE EUROPEE DEL PATRIMONIO**

In linea con questi temi CoopCulture propone una speciale edizione di Verd&Antico con un programma di visite, percorsi tematici, eventi e laboratori per adulti e famiglie.

COSA VOGLIAMO FARE

Ampliare
l'accessibilità universale
con la diffusione
di nuovi strumenti
di empowerment

Rafforzare
il legame tra la fruizione
del patrimonio, i processi
educativi, la creatività
dei giovani

Diversificare
le esperienze e
le iniziative di interazione
per allargare la
partecipazione



Rapporto 2017
a cura di

Giovanna Barni
Teresa di Bartolomeo
Sara Moscatelli
Sara Sottini

con l'ausilio di

Cristiana del Monaco
Laura Aversa
Paola Autore
Gli Uffici:
Amministrazione, Gare,
Risorse Umane, Marketing,
Formazione, Vendite,
Sviluppo, Statistiche

in collaborazione con

Eccom Idee per la Cultura
Struttura - PTS Consulting

progetto grafico

Pazlab

Illustrazione
di copertina

SmallCaps

Fotografie di

Joan Porcel, Sara Dabrilli,
Amedeo Benestante,
e la socia Alessandra
Falzone

CoopCulture ringrazia
i proprietari delle altre
immagini utilizzate.

I contenuti del Rapporto
sono l'esito del lavoro di tutti
i soci CoopCulture.

Redatto nel mese di luglio 2018



coopculture.it

EDIZIONE SPECIALE 2018
ANNO EUROPEO DEL PATRIMONIO CULTURALE
PALERMO CAPITALE ITALIANA DELLA CULTURA