

ASSEMBLEA COSTITUTIVA

SETTORE
CULTURA
TURISMO
COMUNICAZIONE



DI LEGACOOP



Roberto Calari

Responsabile nazionale

Cultura Turismo Comunicazione Legacoop

LEGACOOP NAZIONALE | VIA GUATTANI 9 | SALA BASEVI



ROMA
GIOVEDI'
26 GENNAIO
2017

Grazie a voi tutti di essere qui.

Avete visto un video realizzato insieme, come Alleanza delle Cooperative Italiane Cultura, in occasione di un incontro con il Ministro Franceschini, nella sede di via Torino, quasi due anni fa.

Un segno di un lavoro comune che continua e che ci porterà nelle prossime settimane a numerosi appuntamenti come Alleanza Cultura, Turismo, Comunicazione.

Ma vorrei, ora, proporvi, con qualche orgoglio cooperativo, in apertura di questa Assemblea Costitutiva, un testo che ci riporta alle origini della cooperazione culturale. Scriveva Cesare Zavattini (*sceneggiatore, giornalista, commediografo, scrittore e poeta italiano, tra le figure più rilevanti del neorealismo italiano*) nel luglio del 1977 a 100 intellettuali italiani:

Caro amico,

tutti noi dell'Associazione Nazionale delle Cooperative Culturali Le saremmo profondamente grati se volesse rispondere con un pagina o due, come crede, alla seguente domanda che il nostro Bollettino rivolge ad alcune tra le maggiori personalità del pensiero e dell'arte, per ricavare dal loro contributo maggiore chiarezza ed ampiezza di vedute.

Questa è la domanda:

"Quale rapporto ideologico e pratico, a suo avviso, esiste tra democrazia, cooperativismo, cultura?". La nostra Associazione è nata in seno alla Lega delle Cooperative e Mutue, meno di due anni fa, cioè abbiamo una origine che ci onora e ci stimola a trovare sempre maggiori nessi con la nostra realtà popolare italiana. Attualmente (1977 ndr) le cooperative associate sono duecento, sparse in ogni parte d'Italia, settanta di carattere teatrale, cinquanta cinematografiche, venti editoriali e venti di animazione. Tendendo esse con regolarità ad aumentare sentiamo la necessità che il Movimento Cooperativo elabori senza tregua la sua ragione d'essere e di svilupparsi insieme alle migliori forze intellettuali, le più generose. Ci siamo dunque rivolti a Lei con meditata speranza e La ringraziamo fin da ora.

Per la Presidenza della A.N.d.C.C.

Cesare Zavattini

E rispondeva, tra i primi, Franco Ferrarotti, sociologo ed intellettuale:

*"Il concetto tradizionale di cultura cui generalmente ci riferiamo è però inadeguato e fuorviante. Bisogna ridefinirlo, allargarlo, rivoluzionarlo. La cultura è stata fino ad oggi concepita come lo splendido frutto per pochi, termine normativo e finale di un lungo processo di affinamento personale individuale, per cui l'uomo si afferma come tale in quanto si contrappone alla massa, umana solo in senso zoologico. Bisogna, invece, scoprire ed affermare la cultura come insieme di esperienze e di valori condivisi e convissuti, ossia come un fatto di cooperazione inter-individuale e, quindi, come la base, esistenziale e concettuale, della democrazia intesa come effettiva **convivenza, come partecipazione dell'umano all'umano**".*

Franco Ferrarotti

Ho voluto iniziare con queste citazioni non solo per rendere omaggio ad una grande figura della storia culturale e sociale italiana, Cesare Zavattini, come "cooperatore" che ha presieduto con straordinaria passione la cooperazione culturale nei suoi primi anni di vita, ma anche per dare il segno di come la cooperazione fosse già allora in questo settore una realtà economica e sociale importante, animata da straordinarie capacità e competenze, ma anche da forti elementi valoriali

comuni e da una tensione costante verso la costruzione di un futuro migliore e inclusivo. Zavattini chiedeva a 100 intellettuali italiani: qual fosse il rapporto necessario tra cultura, democrazia, cooperazione... e oggi? La domanda è sempre più attuale e ci stimola a cercare risposte in grado di interpretare ed anticipare i cambiamenti e ad essere, come cooperazione, strumento attento a dare ad essi un segno democratico ed equo. È sempre più attuale la necessità che la cultura sia produzione, valorizzazione e scambio delle identità, tensione verso il cambiamento e verso la realizzazione di una democrazia economica e sociale più compiuta.

Oggi, a distanza di tanti anni da quel luglio del 1977 in cui Zavattini scriveva, rinasce all'interno della cooperazione un settore che ha certamente queste tra le proprie aspirazioni ed i propri valori e nel quale la cultura, la produzione culturale e la partecipazione attiva dei cittadini alla vita culturale, il valore del lavoro professionale e dell'impresa culturale e creativa, la capacità di essere parte e di saper dare valore alle identità dei territori divengono tutti elementi rilevanti per la crescita e lo sviluppo economico e sociale del Paese.

Ma in questo settore abbiamo iniziato da tempo a percorrere e sperimentare un nuovo bisogno di relazione e trasversalità con altri settori e comparti che possono essere alimentati e stimolati dal fattore cultura determinando più avanzate capacità di produrre innovazione sociale e valore economico. E qui sta la crescita nelle elaborazioni Europee di questi anni, in particolare a partire dal 2009, anno Europeo della creatività, del valore delle Industrie Culturali e Creative (Architettura, archivi, biblioteche e musei, artigianato artistico, patrimonio culturale tangibile e intangibile, design, festival, musica, letteratura, performing arts, editoria, radio, visual arts, audiovisivo) e, con esse, del turismo sempre più connesso al valore relazionale e culturale dell'offerta di prodotti e servizi che nascano da una attenta lettura delle specificità territoriali e dalla promozione e valorizzazione della destinazione in chiave di responsabilità e sostenibilità.

3

Sono certo che il direttore di Symbola ci aiuterà nella lettura di questo scenario e che ci parlerà di come le industrie culturali e creative siano ormai universalmente considerate elementi fondamentali per favorire e determinare maggiori opportunità di innovazione e sviluppo.

Nel pomeriggio, invece, sarà l'Osservatorio tra SWG e DIGILAB della Sapienza di Roma ad offrirci uno spaccato sociologico del come la popolazione italiana viva e percepisca o non viva e non percepisca il valore relazionale, identitario, simbolico della cultura. E' una novità assoluta nell'ambito di questo tipo di indagini che ci consentirà credo di ragionare più a fondo nelle prossime settimane sul come la cooperazione, e non solo quella culturale, possa contribuire a determinare nuovi livelli di partecipazione attiva alla produzione e fruizione culturale, così come nuova consapevolezza verso tipologie di offerta turistica coerenti con l'obiettivo di favorire uno sviluppo sostenibile dei territori.

Qualche ulteriore dato importante viene da Federculture, con cui è in atto un importante collaborazione, che nell'ultimo suo rapporto evidenzia qualche segnale positivo in un panorama complessivo su cui però riflettere con grande attenzione per cogliere l'immenso lavoro potenziale che si tratta di compiere.

“La cultura è tornata ad essere una risorsa per il nostro Paese”. Lo studio, importante e significativo strumento per tutto il mondo culturale, denota una tendenza generale: un chiaro segno più sui consumi in cultura. Cresce del 4% la spesa delle famiglie italiane per cultura e attività ricreative, nel 2015 pari a 67,8 miliardi di euro, recuperando quanto perso con la crisi nel 2012/2013. Ne beneficia la fruizione culturale con un aumento del 7% rispetto al 2014 delle visite a musei e mostre, del 4% della partecipazione a spettacoli teatrali, del 6% per i concerti. Probabilmente, a questo hanno contribuito maggiori risorse economiche indirizzate al settore. E' innegabile che nell'ultimo periodo alla cultura sia stato restituito un ruolo centrale nelle politiche di sviluppo economico e sociale del Paese.

Resta però un dato drammatico che non può non essere segnalato: la completa astensione culturale pur essendo in calo nel 2015 di un 4% rispetto all'anno precedente, riguarda ancora il 18,5% dei cittadini vale a dire circa 11 milioni di italiani che non fruiscono di cinema, teatro, musei, concerti, né praticano la lettura. Addirittura si stima che nel 2015 poco meno di un italiano su due, cioè il 42% delle persone di 6 anni e più (circa 24 milioni), abbia letto almeno un libro, cifra stabile rispetto all'anno precedente. Se si vuole, poi, comparare il tutto in termini geografici, il Sud del Paese resta indietro, tutti gli indicatori, seppur sempre in un trend positivo, sono decisamente inferiori al resto dell'Italia.

Il turismo, infine, recupera ben 18 posizioni nella classifica della competitività turistica del World Economic Forum passando dal 26° posto del 2013 all'8° del 2015, ma resta ancora fortemente concentrato in alcune regioni. Basti pensare che il 64,5% della spesa turistica degli stranieri si concentra in cinque regioni (Lazio, Lombardia, Veneto, Toscana, Campania), con differenze molto significative, ad esempio in Lombardia i turisti stranieri hanno speso 6 miliardi di euro e in Sardegna esattamente un decimo, 600 milioni.

Consentitemi, ora, di dare un primo riferimento necessario al percorso che ci ha portato a questa Assemblea e che da questa Assemblea partirà verso il primo Congresso.

Un'Assemblea costitutiva, che sancisce in primo luogo, oggi, all'interno della cooperazione, la nascita di un nuovo settore che aggrega le cooperative di molti comparti (ricerca, restauro, scavi archeologici, progettazione, gestione e valorizzazione dei **Beni culturali; Spettacolo dal vivo (Teatro, Danza, Musica); Cinema e produzione audiovisuale; servizi per la cultura e a progettazione culturale; Comunicazione; Editoria** (cooperative di giornalisti per giornali di carta e online; radio e tv di informazione; produzione editoriale libraria, librerie e distribuzione libraria; agenzie di comunicazione e di produzione di contenuti multi piattaforma per la comunicazione); **Turismo**, o meglio ogni ambito della articolazione crescente della proposta turistica, **turismo culturale, sociale, scolastico, ambientale, ecc.**, con una forte sottolineatura ai temi dei valori e della responsabilità sociale e della sostenibilità, che si riassumono in Cultura Turismo Comunicazione. Esse rappresentano, certamente, come si può constatare, un universo molto affine, per buona parte delle aree di attività che va a rappresentare, a quelle "Industrie Culturali e Creative" che, come detto, l'Europa in primis ed oggi molti studi nazionali ed internazionali considerano, in modo aggregato, come una componente sempre più rilevante per la competizione internazionale e per la crescita di uno dei principali settori che con questo universo entrano in positiva relazione, il Turismo.

4

Un'Assemblea costitutiva, la nostra, quindi, che segna un primo punto di arrivo di un percorso molto lungo di confronto e approfondimenti avvenuto in questi ultimi 3 anni e che ha trovato preciso riferimento, in particolare, nella Direzione Nazionale di Legacoop che ha indicato questa come l'area di attività da aggirare e sviluppare.

Un percorso già concretamente avviato con l'Assemblea Congressuale di Mediacoop del 16 gennaio scorso, che ha deciso unanimemente di essere parte di questo progetto associativo e di avviarlo concretamente, tramite la modifica profonda, in accordo con Legacoop, del proprio Statuto e la definizione di un percorso di sei mesi entro il quale tutte le cooperative aderenti e che vorranno aderire o comunque partecipare a questa elaborazione saranno chiamate al primo Congresso di CulTurMedia. Durante questo percorso si dovrà anche definire il Regolamento Congressuale e gli eventuali miglioramenti dello Statuto da sottoporre al Congresso.

Ma dovranno anche da subito essere definite modalità partecipative aperte con tutta la base associativa per poter meglio puntualizzare e definire le linee guida e le proposte della cooperazione nei molteplici ambiti di attività in cui sarà chiamata a giocare un ruolo importante di rappresentanza e proposta.

Un percorso, poi, che ci avvicina ulteriormente anche ad una comune forma organizzativa per questi settori all'interno dell'Alleanza: un obiettivo al quale, come sentiremo credo anche dagli interventi dei colleghi Ferraris e Scarzanella subito dopo questa relazione, si possa arrivare molto presto: un'Alleanza Cultura Turismo Comunicazione che rafforzi e dia unità di rappresentanza e di proposta alla cooperazione culturale, turistica e della comunicazione nel Paese.

In questo percorso di riaggregazione vi è una novità importante, che voglio subito sottolineare. In CulTurMedia si aggregano anche le cooperative che operano nell'ampio comparto dei Beni Culturali. Fatta salva la specifica funzione di rappresentanza generale di questo comparto, abbiamo però, insieme ai colleghi della costituita Area lavoro, voluto tenere conto della complessità di questo settore, della molteplicità delle esperienze in atto e consentire una verifica comune nei prossimi mesi da qui al Congresso della scelta da parte delle cooperative della prima o seconda casa di appartenenza associativa. La scelta di fondo è comunque quella di lavorare il più possibile insieme confrontando strategie e politiche, in particolare per quanto concerne il tema delle normative connesse agli appalti, alle politiche Consortili, al rapporto con la progettazione urbana o architettonica, con gli interventi di scavo e, complessivamente, sulla necessità di condividere strategie e proposte verso i Ministeri e le realtà Istituzionali sui temi che afferiscono a tutti i comparti dei Beni Culturali. Possiamo vantare d'altra parte nell'ultimo anno l'avvio di un lavoro importante per questo comparto anche come Alleanza delle cooperative che ha prodotto prime posizioni comuni verso il Mibact, e alcune importanti opportunità di avvio di processi di collaborazione con Ice e Ministero degli esteri verso processi di internazionalizzazione delle imprese del settore, come parte del Made in Italy.

CulTurMedia associa già oggi circa 500 cooperative e molte altre stanno attraversando o attraverseranno nei prossimi mesi la fase, fondamentale e da seguire con strumenti adeguati di settore e di sistema, della start up cooperativa o dell'avvio di una connessione associativa con Legacoop.

5

Da qui, da questa Assemblea, vorremmo poi **lanciare con forza un messaggio al Paese**, che nel Congresso potrà essere meglio articolato e connesso ad obiettivi specifici: **quello di apertura di una fase straordinaria di promozione cooperativa in questi ambiti: in tutte le aree delle Industrie Culturali e Creative. La cooperazione c'è! Ed è un modello di relazioni interpersonali, di valori, di scambio mutualistico in grado di interessare molta parte dei tanti talenti, in particolare giovani che cercano nuove opportunità di valorizzazione delle proprie competenze e che possano trovare, se adeguatamente supportati nella fase di start up, nella forma cooperativa una risposta coerente con le proprie aspettative e i propri valori di riferimento.**

Ma la nascita di CulTurMedia è fortemente connessa anche a due convinzioni profonde, che nascono da analisi ormai approfondite dell'economia e non più solo dell'economia della cultura, come è avvenuto per molti anni: **la cultura e la creatività rappresentano, in particolare per l'Italia, ma in generale nel panorama economico internazionale, fattori positivi di innovazione e di aumento della capacità di competizione a livello nazionale ed internazionale dei territori.**

Dove vi è più alta concentrazione di ICC, vi è migliore posizionamento competitivo e diversi studi sui cluster regionali europei lo confermano ampiamente.

Non è, infatti, casuale che l'Europa, a partire dal 2009, anno europeo della creatività, abbia definito un ampio livello di atti e di misure tese ad orientare gli Stati membri verso una particolare attenzione alle ICC. La stessa crescente dinamica di crescita del ruolo delle Città Europee della

Cultura riassume il valore non solo simbolico, ma di sviluppo economico e sociale che dalla loro densità in un territorio può positivamente derivare.

Ma a fronte di problematiche rilevanti e di nuove importanti tendenze in atto dal punto di vista sociale la cooperazione non può non porsi al centro della necessità di interpretare i nuovi bisogni dei giovani e di parte importante della popolazione, partendo dal proprio dna cooperativo, che è fatto di valori, di partecipazione, di rispetto della legalità, di valore del lavoro professionale, di produzione di valore per il territorio e per le generazioni future.

Un'economia collaborativa che rispetti le regole e i diritti, che accetti la sfida del cambiamento e dell'innovazione ma che ponga un'alternativa etica e valoriale alle nuove opportunità di mercato e di business che queste nuove sfide possono aprire è il terreno sul quale la cooperazione deve cimentarsi con coraggio e con determinazione.

Ma serve una nuova stagione di progettualità intersettoriale, serve la forza di insieme della cooperazione, da quella di consumatori, a quella sociale, a quella agricola o agroalimentare, a quella di abitanti o a quella di dettaglianti e ovviamente a quella di lavoro.

E noi, qui, oggi, per questo abbiamo voluto avviare con questo segno la nostra prima Assemblea, chiedendo ad alcuni Presidenti di queste realtà di essere con noi ad iniziare un ragionamento ed un percorso comune, sia sulle Politiche Industriali e sulle Politiche culturali, sia a quelle Turistiche o dell'Informazione, dell'Editoria, della Comunicazione del Paese, sia sulla opportunità di lavorare alla costruzione di specifici progetti comuni.

Esempi positivi e buone pratiche non mancano e **proveremo a darne evidenza nei molti brevi interventi cooperativi di questa Assemblea.** Ma vi è la necessità anche qui di superare la separazione e di ***trovare in CulTurMedia una sede o una casa comune aperta*** nella quale discutere e riflettere insieme e, se possibile, condividere posizioni ed elaborazioni e generare nuove soluzioni e nuovi progetti.

Per questo *chiederemo a quelle realtà, che comunque investono con lungimiranza quotidianamente, a partire dalle loro specifiche vocazioni imprenditoriali, attenzione e risorse verso cultura, turismo, comunicazione di condividere e valorizzare un lavoro comune sia nella fase di rappresentanza, sia nella fase progettuale o di creazione di strumenti innovativi comuni.*

Alcuni esempi: è nata a Reggio Emilia il settimo polo per dimensioni dell'editoria italiana, TRC Media, a marchio Coop Alleanza 3.0 ed è nato con piena consapevolezza del quadro di grande difficoltà del settore, ma anche delle opportunità che possono derivare da nuove dimensioni di impresa, da capacità di produrre innovazione e da quella di fare rete: la nostra presenza nel settore, con il significativo protagonismo nell'accompagnare e contribuire all'elaborazione della legge sull'editoria e oggi nella attenzione a rappresentare alcuni istanze specifiche negli imminenti decreti attuativi della Legge, intende trovare quanto meno, nuove opportunità-capacità di fare "squadra", di "elaborare punti di interesse comune" con noi ed altre associazioni di rappresentanza del settore. La nascita di una nuova piattaforma tecnologica cooperativa tra più giornali, "Cooperwork", e le nostre elaborazioni e proposte al Dipartimento sull'editoria in relazione all'urgenza dei Decreti attuativi ci porta a ritenere di particolare urgenza un collegamento forte ed un'azione comune, per quanto possibile, tra il nostro settore e la realtà editoriale di Coop Alleanza 3.0

Analoghi esempi potremmo fare per Librerie Coop o per AtaHotel o per gli strumenti di previdenza complementare e assicurativi da studiare e lanciare per interi comparti, o alla promozione di eventi

per la comunicazione, o al raccordo tra libri del territorio e la valorizzazione degli editori indipendenti e cooperazione di consumatori e dettaglianti, o alla valorizzazione di luoghi e strutture in chiave culturale e turistica e soprattutto alla necessità di ripensare e riprogettare in modo partecipato luoghi e parti significative del territorio sia nelle città, sia in alcune zone agricole e montane.

La nascita di un'Associazione come CulTurMedia significherà certo una diversa opportunità di affermare una specificità da confrontare e mettere meglio in relazione con il resto della cooperazione alla quale chiediamo ascolto e nuova attenzione progettuale. Una realtà con autonomia politica ed organizzativa certo, la nostra, ma che vuole definire le proprie risorse nel confronto annuale con Legacoop nel rispetto delle compatibilità complessive dell'organizzazione nelle sue varie articolazioni settoriali e territoriali. componente

Una sede che vuole essere aperta agli apporti dei tanti che stanno osservando negli scenari presenti e futuri la opportunità e la necessità di ripensare a strumenti organizzativi, a prodotti servizi da proporre al mercato rispetto ai quali sempre più la che questi settori aggregati in CulTurMedia possono portare è di grande rilevanza.

La nostra storia e il nostro posizionamento nella realtà del Paese è, d'altra parte, senza ombra di dubbio significativa.

Alcune delle Cooperative associate svolgono un ruolo di leadership a livello nazionale nell'ambito dei Beni Culturali, dello Spettacolo e della Comunicazione: possiamo dire che in ognuno di questi settori rappresentiamo una parte comunque rilevante di quanto nel Paese si realizza.

Una realtà ed una consistenza qualitativa e quantitativa che non siamo fino ad ora stati in grado di valorizzare adeguatamente né all'interno che all'esterno della cooperazione. Il nostro frazionamento della rappresentanza ha inciso profondamente ed ancora incide oggi nel determinare sottovalutazioni o difficoltà a mettere in campo la straordinaria ricchezza di contributi, progetti ed esperienze che animano questi settori.

Non solo, ma paradossalmente anche se comprensibilmente, molte altre rilevanti realtà della cooperazione non hanno solo in qualche occasione potuto incontrare, proprio a causa di questo frazionamento, un interlocutore in grado di ragionare e costruire progettualità comuni. Oppure hanno vissuto o vivono, speriamo solo fino a questa assemblea, la cooperazione di questi settori come una fonte di spesa, un costo e non, invece, una possibile risorsa di grande valore per tutta la cooperazione. Tanti progetti importanti e condivisi della cooperazione di consumatori, agroalimentare, sociale, del lavoro, dei dettaglianti, degli abitanti potrebbero trovare un preciso interesse e coinvolgimento di nostre realtà. E' necessario ragionare insieme e condividere, come detto, ma importante è modificare la percezione del punto di partenza: vi è un soggetto associativo ed una sede nella quale, anche al di là delle specifiche dimensioni settoriali di appartenenza, sia possibile ragionare su progetti e scelte comuni della cooperazione verso questi ambiti di mercato.

Di molti dei contenuti comuni elaborati e proposti nei singoli ambiti di attività in questi mesi di lavoro diranno certamente gli interventi cooperativi di oggi. Ma è importante che si apra con questa Assemblea il percorso verso il primo Congresso e una modalità ampia e partecipata per costruirlo.

Indicheremo alla fine dei lavori di oggi il Comitato organizzatore/ direzione provvisoria di CulTurMedia che dovrà indirizzare questo percorso e riempirlo di contenuti.

Nomineremo poi, al suo interno, il Presidente, un Vice Presidente Vicario e un primo gruppo più ristretto di Presidenza che dovrà contribuire ancora più da vicino a costruire le diverse fasi di questo percorso e garantire il più ampio coinvolgimento e protagonismo delle cooperative interessate nei vari comparti.

Vorremmo poi considerare alcune realtà e alcune presenze di altri settori della cooperazione come invitati permanenti a questo percorso e speriamo che questo invito venga accolto da tutti e ci consenta di entrare insieme nel merito di alcune idee e di alcuni progetti che potrebbero divenire rilevanti per il lavoro comune.

Spero che questa giornata sia un'esperienza utile per tutti. Consentitemi intanto di considerarla un **primo punto di arrivo di un settore ampio e multiforme , fatto di valori, competenze, lavoro professionale e capacità innovative che vede finalmente affermarsi le condizioni per un nuovo possibile protagonismo nella cooperazione e nel Paese**: i più importanti scavi restauri, siti museali ed archeologici; le molte Biblioteche a gestione e-o a valorizzazione cooperativa, nei grandi Poli museali come nell'ambito del Patrimonio culturale diffuso; gli oltre cento teatri a gestione cooperativa, che producono ogni anno centinaia di spettacoli e progetti culturali nel Paese coinvolgendo centinaia di migliaia di cittadini; le decine di radio e giornali le tv locali che fanno dell'informazione, della legalità e della partecipazione elementi distintivi; il ruolo della cooperazione editoriale e libraria a tutela della bibliodiversità e del pluralismo delle voci e delle produzioni e distribuzioni editoriali; l'investimento costante verso il coinvolgimento dei giovani a partire dalla scuola verso la formazione connessa alla cultura, alla promozione della lettura, alla diffusione di turismi etici e sostenibili, alla visione critica e consapevole della comunicazione, alla tutela ambientale, alla conoscenza dei meccanismi della produzione audiovisiva e cinematografica, alla responsabilità sociale e alla sostenibilità, alla informazione plurale di nuovi pubblici sono tutti orizzonti costanti del lavoro cooperativo in questi settori.

BENI CULTURALI

La Convenzione quadro del Consiglio d'Europa sul valore dell'eredità culturale per la società presentata il 27 ottobre 2005 nella città portoghese di Faro, sottoscritta dall'Italia nel 2013 ma non ancora ratificata dal nostro Parlamento introduce il concetto di eredità-patrimonio culturale. In essa il patrimonio culturale viene considerato "un insieme di risorse ereditate dal passato che le popolazioni identificano, indipendentemente da chi ne detenga la proprietà, come riflesso ed espressione dei loro valori, credenze, conoscenze e tradizioni, in continua evoluzione" (art. 2) e di "comunità di eredità-patrimonio", cioè, "un insieme di persone che attribuisce valore ad aspetti specifici del patrimonio culturale, e che desidera, nel quadro di un'azione pubblica, sostenerli e trasmetterli alle generazioni future" (art. 2).

Da qui prende avvio un lavoro di grande rilevanza per il settore cooperativo nell'affermare la necessità di una nuova **vision collaborativa tra pubblico e privato nella gestione e valorizzazione dei Beni Culturali per uno sviluppo sostenibile dei territori.**

Un progetto pilota realizzato da un raggruppamento di imprese delle tre centrali cooperative, con a capo CoopCulture, rappresenta bene il nostro modo di pensare e la nostra proposta al Paese per portare a partire dalla cultura nuovo valore ai territori e sviluppo di lavoro professionale nelle intere ed ampie filiere produttive e di servizio coinvolte.

Si tratta di uno "studio di fattibilità per la creazione di un'ampia filiera turistica cooperativa al fine di contribuire alla promozione sostenibile dei territori e di aumentare il pubblico della cultura", progetto realizzato in seguito all'aggiudicazione di un Bando del Mise e presentato recentemente nella sede del Ministero con grande apprezzamento da parte dello stesso.

Su questo percorso vogliamo insistere e proporre i contenuti dello studio come un possibile modello replicabile nei territori e sul quale, comunque, avviare un confronto, in una imminente iniziativa che stiamo progettando ed organizzando con la presenza del Ministro Franceschini e dello stesso Mise.

Le politiche del Mibact connotano positivamente, negli ultimi due anni, una forte attenzione del Governo e del Parlamento verso il ruolo strategico della cultura per lo sviluppo del Paese.

Tra le linee guida di Europa 2020 il ruolo delle Industrie Culturali e Creative e il tema delle politiche di valorizzazione del Patrimonio Culturale hanno assunto una rilevanza crescente.

In questo contesto le scelte avviate dal Ministero vanno nella direzione di aumentare la qualità complessiva del sistema beni culturali e la capacità dello Stato di attivare linee di indirizzo e di ricercare forme diverse di rapporto tra pubblico e privato.

La stessa promozione di politiche fiscali incentivanti come Art Bonus rappresenta la volontà di allargare l'orizzonte delle componenti dell'economia e della società che possano contribuire ad una grande operazione di messa a valore del Patrimonio Culturale.

Ma vi è una modalità affinché questi strumenti possano crescere coinvolgendo in modo più ampio imprese cooperative e private?

E' possibile offrire a queste realtà nuove motivazioni strategiche e di responsabilità sociale verso lo sviluppo economico dei territori in cui le imprese operano, nuovi modelli di governance

strategica in grado di coinvolgerle nelle scelte e nelle azioni insieme agli altri interlocutori istituzionali e sociali e alle realtà impegnate nella gestione e valorizzazione?

La possibile entrata in campo nel processo di affidamento delle concessioni anche di società di emanazione pubblica non richiede, forse, momenti di urgente verifica e confronto e la ricerca di modelli collaborativi finalizzati ai migliori risultati per l'interesse pubblico?

Per la cooperazione culturale e per le altre realtà che sono state chiamate in questi anni a investire in persone, competenze e soluzioni innovative nei territori connessi alla gestione e valorizzazione del Patrimonio Culturale è questo un tema di grande rilevanza.

Nello stesso tempo è di grande rilevanza, come recentemente affermato nelle proposte emerse dagli Stati generali della cooperazione del Sud a Matera, il tema della valorizzazione del Patrimonio: indicato come una grande opportunità per il Mezzogiorno rispetto al quale ragionare e progettare in modo coordinato tra le Regioni del sud, in una stagione che vede gli investimenti del Piano Operativo Nazionale Cultura e Sviluppo e dei Piani Operativi Regionali.

Un'occasione, quindi, da non perdere per un Sud che vuole contribuire alla crescita del Paese e a creare opportunità di costruire nella cultura e nel turismo lavoro professionale, legalità, nuova imprenditorialità all'interno di un orizzonte etico e orientato all'interesse pubblico.

Quale Modello pubblico privato e quali indicatori?

Nel 2015 i primi 15 siti culturali in termini di visitatori - poco più del 5% dei 278 siti con ingresso a pagamento - hanno raccolto più del 70% dei visitatori paganti e quasi l'80% degli introiti lordi, mentre Colosseo, Pompei, Uffizi e Accademia a Firenze, da soli, ne hanno raccolti quasi il 50%.

10

Oltre alla necessaria importanza dei dati quantitativi sarebbe, però, indispensabile condividere un cambio di prospettiva, che guardi ad un'offerta più ampia e accessibile, alla differenziazione dei percorsi di visita e dei modi di fruizione, alla realizzazione ed implementazione di prodotti-servizi innovativi, alla capacità di accrescere il coinvolgimento e la vicinanza delle comunità locali attorno al valore culturale e identitario dei Beni e di dare valore e connettere i principali attrattori culturali allo straordinario patrimonio diffuso di cui il Paese dispone.

Ma quale è, oggi, nel confronto con altre esperienze europee la particolarità ed il valore di un modello della progettazione, valorizzazione e gestione che la realtà Italiana può mettere in campo? Come la cooperazione del settore e le altre esperienze di rapporto tra pubblico e privato possono favorire una nuova fase di messa a valore e crescita del ruolo strategico del Patrimonio Culturale?.

Un confronto tra diversi "modelli" di gestione è necessario e deve essere in grado di analizzare e comparare diversi indicatori, che comprendano certo anche la dimensione necessaria dei "ricavi", ma che individuino e confrontino un più ampio set di **indicatori di settore**, a partire da quelli descritti negli obiettivi di Europa Creativa 2014-2020.

Indicatori che consentano di misurare la capacità di espandere e diversificare il pubblico, rinnovandone la partecipazione; di coinvolgere la comunità scientifica e la comunità locale; di misurare l'**impatto nel welfare**, come previsto nella strategia di Europa 2020; di generare

occupazione qualificata e nuove competenze; di creare network territoriali, di aumentare il valore aggiunto tangibile e intangibile in una filiera più complessa di attività.

La cooperazione vuole contribuire ad un confronto tra le diverse esperienze di concessioni e di appalto di mera fornitura di servizi, tra le gestioni in-house e quelle indirette, tra i diversi attori istituzionali e privati che possono giocare un ruolo significativo nell'innovare e individuare soluzioni e modelli più adeguati per la gestione e valorizzazione del patrimonio culturale.

In particolare, poi, la cooperazione intende riaffermare il proprio ruolo rilevante nel settore dei Beni culturali e, più complessivamente in quello culturale, e mettere a disposizione di questo confronto le proprie esperienze che hanno saputo creare valore, investire, innovare e costruire professionalità di eccellenza. Pubblico e privato, quindi, alla ricerca di una nuova vision collaborativa nel costruire modelli innovativi nella gestione e valorizzazione dei Beni Culturali.

SPETTACOLO

Il vigore e la vitalità della creazione artistica dipendono soprattutto dal benessere materiale e intellettuale degli artisti in quanto individui e in quanto collettività.

Riteniamo che lo Stato Italiano debba riconoscere **lo Statuto Sociale Europeo dell'Artista** approvato dal Parlamento Europeo il 07.07.2007.

In questa risoluzione, tra le altre cose, il Parlamento Europeo:

- ✓ Invita gli Stati membri a sviluppare o applicare un quadro giuridico e istituzionale al fine di sostenere la creazione artistica mediante l'adozione o l'attuazione di una serie di misure coerenti e globali che riguardino la situazione contrattuale, la sicurezza sociale, l'assicurazione malattia, la tassazione diretta e indiretta e la conformità alle norme europee; sottolinea che occorre prendere in considerazione la natura atipica del lavoro dell'artista; ricorda che tutti gli artisti (siano essi creativi, tecnici, interpreti) esercitano la loro attività in modo permanente, non limitandosi alle ore di prestazione artistica o di spettacolo sulla scena e che i periodi di prova costituiscono a pieno titolo ore di lavoro effettivo e che è necessario tener conto di tutti questi periodi d'attività nella carriera degli artisti, sia durante i periodi di disoccupazione che a fini pensionistici.

11

E' in corso un'elaborazione in sede Alleanza, dopo un primo incontro con il direttore del Mibact per il Teatro, dott. Onofrio Cutaia, e in vista delle audizioni parlamentari per l'elaborazione di un documento che esprima le proposte della cooperazione rispetto alla scrittura del testo del codice dello spettacolo dal vivo, al quale si aggiunge la proposta di legge relativa alla definizione ed al sostegno alle imprese culturali e creative.

Sono molti gli elementi condivisi con l'Agis, nelle posizioni da esso espresse e rese pubbliche sul tema. La cooperazione intende comunque sottolineare una propria specificità di privato che svolge una funzione di interesse pubblico senza finalità di lucro e con forte valenza di responsabilità sociale verso le comunità locali. Si promuoverà un'iniziativa pubblica insieme ad Agis e altre realtà associative sui temi della riforma dello spettacolo dal vivo, e un incontro a Roma con diversi parlamentari per potersi confrontare in modo ampio e diretto su alcuni elementi prioritari del testo. Un'attenzione particolare CulTurMedia dedica alla lotta al lavoro nero, al rispetto dei contratti collettivi, alla tutela e promozione dei diritti del lavoro e della specificità ed "eccezione"

dell'impresa culturale. Inoltre prosegue il lavoro connesso **al Patto di Milano per la valorizzazione del lavoro e delle imprese nella musica dal vivo.**

Lo Spettacolo dal vivo ed il cinema rappresentano, poi, un ambito in cui, da fine anni '70 la cooperazione culturale ha contribuito alla crescita ed al rinnovamento del sistema dello spettacolo a livello nazionale e delle regioni. Oggi sono molte le realtà cooperative che, in ogni parte del Paese, sono protagoniste della gestione di Teatri in Convenzione con le Amministrazioni Locali, ideatrici ed organizzatrici del Festival, eventi e manifestazioni culturali.

Nel Cinema e nella produzione audiovisuale vi è la necessità di ripartire dai valori comuni e dai bisogni di tanti tecnici e produttori indipendenti di avere nella forma cooperativa più forti opportunità di mercato...: vi è la necessità di commentare e spiegare la nuova Legge sul Cinema e di coglierne pur se criticamente le opportunità per lo sviluppo del Cinema Italiano. Il Tax credi è un importante e interessante novità opportunità per le imprese sia della produzione audiovisuale e cinematografica cooperative, sia per le imprese e/o società della cooperazione che possano verificarne la funzionalità ed efficacia anche ai fini della comunicazione e della responsabilità sociale.

Il 24 febbraio a Forlì si terrà un workshop specifico su questo tema rivolto alle cooperative del settore ed alle altre realtà della cooperazione interessate.

L'iniziativa sarà coordinata da Anna Ceprano e vedrà la presenza di Angelo Curti, del Presidente di Legacoop Romagna e di un dirigente del settore cinema del Ministero.

Anche il settore della **Produzione e distribuzione musicale** esprime un forte radicamento, esperienze leader impegnate a dare valore al lavoro nel settore, a far emergere e regolarizzare il lavoro nero, a dare dignità, riferimenti contrattuali e servizi agli artisti, ai tecnici, agli organizzatori dello spettacolo. Inoltre, nasce dalla cooperazione la forte spinta ad elaborare un progetto comune tra gli operatori del settore sul tema della sicurezza del lavoro.

Più in generale si tratta di accompagnare ed assistere questi settori della cultura e della comunicazione da un lato nei necessari processi di cambiamento ed innovazione connessi alla crescita dell'economia digitale e della sharing economy; e, dall'altro, nella costruzione di strumenti e risposte adeguate per convogliare nuovi pubblici e nuovo interesse nelle giovani generazioni e nel mondo dei professionisti che operano in campo culturale verso la cooperazione.

La nascita di nuovi progetti di rete e la costruzione di una nuova piattaforma intersettoriale rivolta sia al pubblico che ai professionisti e alle imprese di questi comparti rappresenta un terreno di lavoro su cui investire.

La cooperazione ha il compito, poi, anche in sede europea di costruire nei prossimi mesi le premesse per una forte azione di lobby per l'affermazione di una legislazione innovativa ed all'altezza dei bisogni di settore e per dar vita ad una rete tra le imprese cooperative che operano nelle ICC.

ArtLab 2017

Dal 2016 si è avviata una proficua collaborazione con ArtLab che vorremmo proseguire ma sulla base di nostre specifiche iniziative e proposte considerando ArtLab un facilitatore del confronto tra diverse realtà Istituzionali, associative, universitarie, Fondazioni, ecc.

Per il 2017, avendo a riferimento diverse sedi delle attività che andranno condivise si è iniziato a individuare da parte nostra una serie di tematiche sulle quali si intende predisporre, dopo la necessaria discussione interna nel nostro settore, una serie di specifiche iniziative.

In particolare si propone di ragionare su:

- Il ruolo della impresa culturale cooperativa e non profit e del lavoro professionale nello svolgimento di una funzione di interesse pubblico: il ruolo della sussidiarietà tra pubblico e privato nello spettacolo, nei Beni culturali, nella promozione e tutela dell'informazione plurale (nuovo contratto di servizio pubblico della rai) e nuove opportunità di innovazione e crescita di nuove imprese di comunicazione connessa alla legge sull'editoria.
- Una legge per lo spettacolo e per le imprese culturali e creative: non solo codice dello spettacolo ma una legge che consideri la riforma- adeguamento dei criteri del Fus e gli incentivi e il sostegno alle imprese culturali e creative: eccezione cultura, riconoscimento dei diritti del lavoro, sicurezza, incentivi fiscali alla produzione culturale, allo spettacolo e agli investimenti dei privati (art bonus) e dei cittadini verso la spesa e fruizione culturale.
- Esportare cultura: il made in Italy della produzione culturale e dei modelli organizzativi nel mondo (cultura e icc, non solo prodotti ma anche modelli organizzativi e capacity building). Il ruolo dei Ministeri e quello delle imprese: progettazione europea, formazione, buone pratiche, reti europee icc... verso la rete europea delle icc cooperative.
- Cooperazione e inclusione sociale: buone pratiche e progetti intersettoriali in un Europa delle culture... come rispondere con la cultura al bisogno crescente di una società inclusiva.
- La tutela della bibliodiversità in Italia: concentrazione vs cooperazione. Nuovi strumenti normativi (riforma Legge Levi) (legge sull'editoria e decreti attuativi) e organizzativi e finanziari per promuovere l'editoria indipendente e incentivare librerie di qualità non "di catena" e tutelare il diritto dei cittadini ad un'offerta di produzione editoriale plurale.
- Media Literacy, formazione alla comunicazione, alla sostenibilità, ai linguaggi dello spettacolo, del cinema, della scrittura, come fattore di crescita del sapere e di formazione di nuovi protagonisti consapevoli della produzione e fruizione culturale.
- Anno internazionale del turismo sostenibile: la crescita della domanda e dell'offerta di qualità, di forte dimensione valoriale ed etica, orientata alla tutela ambientale, al rispetto delle comunità locali e alla cittadinanza attiva... le cooperative di comunità tra agricoltura sociale, ambiente, turismo e cultura: il ruolo di progetti integrati e di reti italiane ed europee dell'offerta di destinazione.
- Anno Europeo del Patrimonio Culturale: quali iniziative anche collegate alla sede di progetti con Matera Capitale Europea della Cultura 2019? Iniziativa specifica del settore con le Legacoop del sud a Matera?

TURISMO

La costituzione del settore Cultura, Turismo e Comunicazione apre un nuovo squarcio di opportunità per poter progettare e innovare per lo sviluppo e contribuire alla crescita dell'economia del Paese.

Il Turismo può essere il terminale che maggiormente beneficia del sistema di relazioni tra diversi settori proprio per la trasversalità della sua natura e per le dinamiche di consumo turistico che si stanno affermando.

Infatti, integrazione e trasversalità dell'approccio sono certamente valori in sé e un modo di lavorare efficiente e attuale.

Valori che ritroviamo nel Piano Strategico del Turismo 2017-2022, recentemente approvato dal Consiglio dei Ministri, che offre una visione "orizzontale" e allargata del Turismo e del potenziale che esso ha per lo sviluppo del Paese. L'asse Cultura Turismo appare molto promettente nel suo potenziale ma non lo sono di meno le iterazioni possibili con altri settori che rappresentano un punto di forza del movimento cooperativo; l'agro-alimentare, su tutti, ma anche Natura e Ambiente, i Servizi, lo sport, per citarne qualcuno.

L'idea di Turismo che emerge dal PST assomiglia molto a come intendiamo noi operatori il turismo.

Noi lo immaginiamo sostenibile in rapporto alla tutela ambientale, all'identità dei territori, al suo impatto sociale ed economico. Il Turismo sostenibile non è una nicchia di domanda alla quale accedere ma una caratteristica dell'offerta che il prodotto, qualsiasi prodotto, deve avere per garantire uno sviluppo durevole nel tempo, equilibrato ed apprezzato dai turisti.

Il turismo lo vogliamo anche responsabile, che si preoccupi delle relazioni e del benessere delle popolazioni ospitanti e ne faccia un valore, una caratteristica che il mercato, peraltro, dimostra di apprezzare sempre di più.

Sostenibilità e responsabilità sono parole nostre, della cooperazione, sono temi che già anni fa abbiamo anticipato nella discussione. Sono elementi che determinano i tratti salienti del "carattere" della proposta cooperativa e sono (sono stati) e saranno anche in futuro elementi prioritari, nodi strategici, nello sviluppo del nostro settore.

Un "carattere" forte, una identità forte, ci permette di affrontare la sfida dell'innovazione, della capacità di sapersi reinventare di continuo e di interpretare i nuovi bisogni di consumo turistico con un'offerta moderna.

L'innovazione sarà quindi lo spazio di ricerca e la strada sulla quale orientare i nostri sforzi in futuro cercando di coniugarla con la nostra visione del territorio per promuovere una proposta originale che si fonda sui valori cooperativi, sulle comunità e sulla condivisione, e che sta sul mercato con successo.

Operiamo in un settore trasversale per definizione e abbiamo a nostra volta una base associativa trasversale, composta di cooperative impegnate in varie fasi dello sviluppo turistico. Dal Tour Operating alle Agenzie di Viaggio, dal ricettivo alberghiero ed extra-alberghiero all'organizzazione di eventi, dalle Guide turistiche alla ristorazione e ai trasporti.

Con la costituzione del nuovo settore aggiungiamo altri elementi utili per la competitività e inauguriamo una stagione di scambio intersettoriale e formazione continua che ci pare la via giusta per una crescita armonica e sostenibile.

COMUNICAZIONE, EDITORIA, INFORMAZIONE

Il settore dei media (comunicazione, informazione, editoria, librerie, pubblicità, web marketing) vive processi di profondo cambiamento connesse alla rapidità dei processi di innovazione tecnologica, alla crescente dimensione multiplatforma dei contenuti e ad una nuova dimensione dei mercati di riferimento che portano a forti concentrazioni, a necessità di forti risorse di investimento e al rischio oggettivo della riduzione degli spazi di pluralismo.

Vi è, in questo contesto, **un forte lavoro di riposizionamento in atto** che riguarda in particolare il settore editoriale, sia nei giornali cartacei, sia nella edizione libraria, sia, conseguentemente nelle librerie, dove i fenomeni di concentrazione in atto in Italia e le conseguenti probabili espulsioni dal mercato di moltissimi piccoli editori e testate ***porta a nuove necessità di fare rete, di fare cooperazione per individuare e costruire strumenti comuni, in particolare sul terreno distributivo.***

E, nel contempo, per quanto riguarda i giornali locali cooperativi e non profit si è fortemente contribuito all'elaborazione della ***legge di riforma dell'Editoria*** in cui l'intervento rigoroso e selettivo dello Stato può accompagnarsi al ruolo Costituzionale di tutela del pluralismo e di barriera indispensabile rispetto agli effetti prodotti nel settore da sole logiche di mercato. Ora si tratta di seguire e presidiare da vicino l'iter e i contenuti dei decreti attuativi della Legge dai quali possono derivare risultati con effetti molto significativi per le imprese del settore.

Ma vi è, dall'altro lato, l'urgenza di creare le condizioni per far crescere e dare risposte cooperative e di rete ai tanti soggetti giovani, giornalisti, tecnici, blogger, produttori di contenuti digitali che intendano comunque mettere a frutto i loro studi, le loro competenze e la loro progettualità verso una nuova progettualità comune.

La cooperazione si rivela cioè, in questi ambiti e in questa fase, di nuovo un bisogno su cui investire, capace di attrarre ed interessare fasce crescenti del mondo giovane.

Anche **le Regioni sono chiamate a giocare un ruolo importante** con leggi di sostegno al pluralismo dell'informazione e alla Biodiversità: **si sono realizzati diversi incontri e due Convegni di interesse nazionale a Campi Salentina, Città del Libro e a Forlì, in collaborazione con Legacoop Romagna**, sul futuro dell'informazione giornalistica cartacea e online dopo la Riforma. La cooperazione è parte significativa del tessuto dell'informazione locale in Italia.

La presenza autorevole e di grande valore con 52 iniziative ed oltre 200 relatori al **Salone Internazionale del Libro di Torino** come Alleanza delle Cooperative Italiane Comunicazione che ha visto un ruolo trainante delle realtà associate a Mediacoop-Legacoop nel costruire, favorire e determinare un successo davvero importante per la nostra organizzazione ha creato le condizioni

per un ruolo importante della cooperazione in un momento delicato e di grande cambiamento per il settore.

Si sono avviati **nuovi strumenti di piattaforma per i giornali locali e le riviste culturali** e nuove opportunità di costruire **ipotesi di lavoro multisettoriali su nuove piattaforme in grado di rispondere a nuovi bisogni in ambito culturale, sociale, turistico, dell'informazione**. Ma soprattutto si stanno impostando insieme alle Associazioni Nazionali e regionali dei Piccoli editori, con Odei, le Istituzioni e il coinvolgimento delle Leghe territoriali la presenza e la collaborazione attiva, come Alleanza delle Cooperative Comunicazione, ad importanti appuntamenti per il libro, la lettura e la bibliodiversità. Si tratta del Book Prode di marzo a Milano, della nuova fiera del libro a Milano in aprile e del nuovo Salone del libro di Torino a Maggio: tutte scadenze di grande valore **che possono portare alla individuazione condivisa da parte di molti operatori di nuove forme di aggregazione cooperative**.