

2°
Congresso
Nazionale
Culturmedia



verso il 41° Congresso Nazionale **Legacoop**

22 FEBBRAIO

2023

ROMA

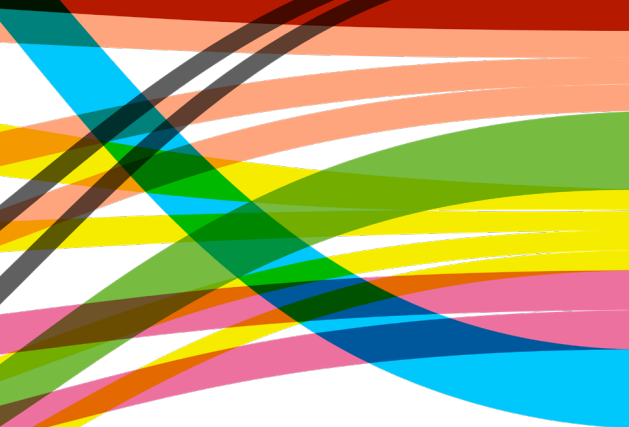
Documento congressuale **CULTURMEDIA**

2023 | 2027

La **cultura** del futuro:
cooperativa, per tutte



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



SOMMARIO

IL CONTESTO **3**

CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI **5**

La fotografia di CulTurMedia: il posizionamento regionale nei settori e nelle regioni, la trasversalità rispetto ad altri settori 5

L'impatto della crisi, le principali iniziative e la rete delle Alleanze14

Dai ristori alle opportunità21

LE NOSTRE SFIDE FUTURE **23**

CulTurMedia avanguardia della Cooperazione.23

Tra identità culturale cooperativa e cooperazione per la cultura25

Modelli innovativi, ibridi e territoriali.27

Un patto per il lavoro culturale e per l'educazione alla cooperazione30

UN RUOLO NUOVO PER UNA NUOVA ORGANIZZAZIONE DI RETE **33**

POSTFAZIONE **34**

Riflessioni sul futuro di CulTurMedia34

IL CONTESTO

Il periodo storico che stiamo vivendo è caratterizzato da una grande sfida di carattere sociale, economico e ambientale che introduce discontinuità evidenti con il passato.

Si tratta di fenomeni complessi, che segnano l'inaugurarsi di un'epoca di profonda e inedita trasformazione, all'interno della quale è necessario collocarsi con valori e identità in grado di guidare, orientare, o per lo meno interferire con gli eventi.

I cambiamenti climatici e la nuova coscienza ecologica. La crisi climatica sta generando impatti ormai irreversibili per persone, risorse, economie ed ecosistemi in tutto il mondo. Di fronte a tali fenomeni e al più recente acuirsi della crisi energetica, in alcune aree del mondo è maturata una nuova attenzione al valore intergenerazionale dell'uso delle risorse naturali.

La trasformazione digitale. Il processo di digitalizzazione è un mutamento globale, rapido e irreversibile, che sta trasformando interi sistemi di produzione, gestione e governance. Apre a potenziali impatti negativi, ma porta indubbie opportunità, in termini di diffusione della conoscenza, innovazione, risposta a nuovi bisogni e tempi di vita.

Le sfide demografiche. L'invecchiamento della popolazione e la crescente denatalità impattano profondamente le nostre società, con ricadute in ambito sanitario, sociale, politico ed economico. Un nuovo approccio al fenomeno delle migrazioni consentirebbe di rispondere alle problematiche di sviluppo demografico di molti paesi, alla tenuta della loro capacità produttiva e alla promozione di modelli di società più inclusivi.

La crescita delle disuguaglianze economiche e sociali. I divari tra i segmenti più ricchi e più poveri della popolazione si stanno allargando. Per contro, il sistema bancario continua a registrare un patrimonio in crescita, confermando la necessità di un modello di redistribuzione del reddito più vicino al benessere delle persone.

La ridefinizione dei rapporti geopolitici e geoeconomici internazionali e la radicalizzazione delle democrazie. Lo spostamento del potere economico globale dalle economie occidentali verso le economie emergenti nell'Est e nel Sud del mondo è un fenomeno ormai consolidato. Dovunque nel mondo si assiste a fenomeni di instabilità dei governi, frammentazione politica e polarizzazione delle opinioni.



IL CONTESTO

I cambiamenti nel mondo del lavoro e della produzione. Dopo anni di globalizzazione sfrenata e produzione delocalizzata si sta assistendo a un ritorno della produzione ai paesi di origine, con la contrazione delle catene di produzione. Anche per effetto della digitalizzazione, cambiano le forme di occupazione e le strutture organizzative e aumenta la necessità di nuove competenze, alcune delle quali non ancora sufficientemente delineate nei propri caratteri peculiari.

Con la crisi energetica, seguita alla crisi economica e a tutti i fattori di mutazione intervenuti, si è definitivamente incrinato un modello di crescita solo quantitativo, accelerando la necessità di trasformazioni verso uno sviluppo più inclusivo, partecipato, equo, sostenibile.

Il fattore culturale è strategico in quanto inquadra i cambiamenti all'interno di una necessaria visione culturale ma anche perché le transizioni digitali e green su cui si concentrano gli investimenti del PNRR devono essere accompagnate da investimenti sul capitale umano attraverso infrastrutture educative, culturali e sociali affinché non alimentino ulteriori divari anziché diminuirli.

A sua volta la cooperazione, o meglio l'approccio cooperativo, può rappresentare quel modello produttivo di rete, inclusivo, plurale e partecipato, di cui un modello diverso di sviluppo necessita.

Due asset quindi - **cultura e cooperazione** - prima marginali, che possono specialmente nel nostro Paese ma anche in Europa e nel bacino del Mediterraneo, determinare la differenza.

Il **Congresso CulTurMedia** cade in un momento tipico in cui la trasversalità della cultura rispetto alle direttrici di un nuovo sviluppo nonché la riflessione su economia sociale e il ruolo della cooperazione sono all'ordine del giorno.

Sono tematiche complesse che però è nostro obiettivo riuscire a sintetizzare in poche linee essenziali che costituiscano da una parte per ciascun nostro sub settore, pur nella specificità, una direttrice comune di resilienza e crescita ma anche, sotto il profilo dell'organizzazione più in generale ormai vicina anche al proprio congresso nazionale, un contributo importante alla riflessione sul suo posizionamento e ruolo rispetto ai cambiamenti in corso nel Paese e fuori dal Paese.

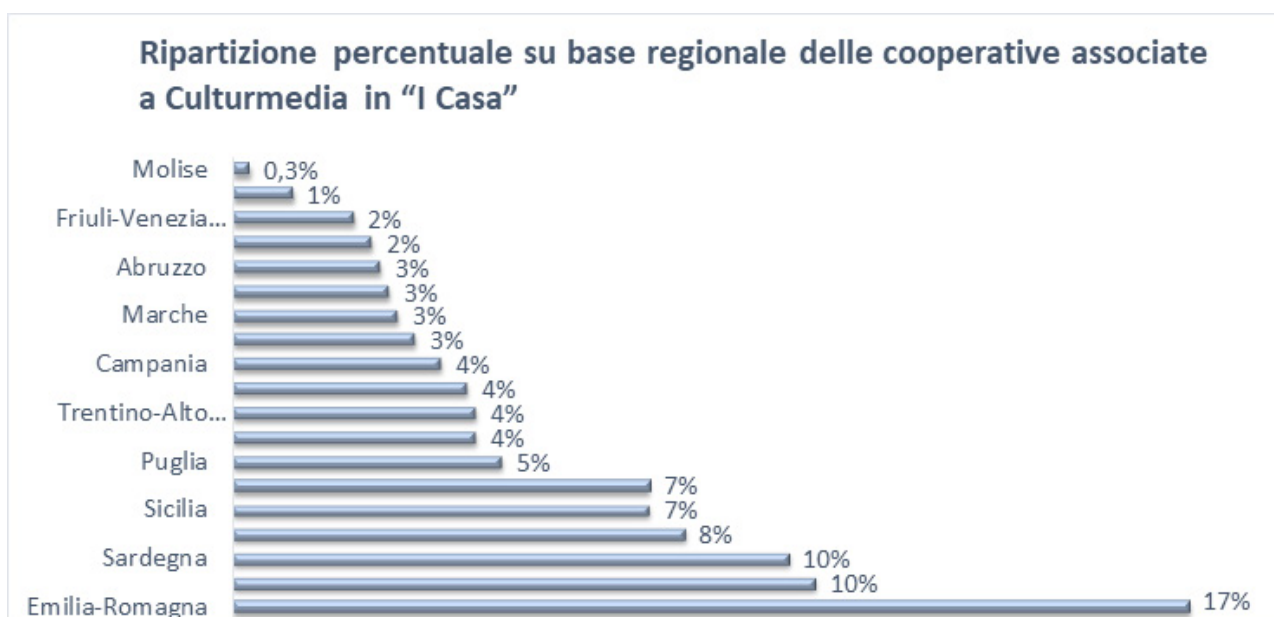
Intervenendo al lancio del rapporto, il Vice Segretario Generale dell'OCSE Yoshiki TAKEUCHI ha dichiarato: *"Il COVID-19 ha avuto un effetto profondo sul settore. Questo settore arricchisce le nostre economie e società, ma troppo spesso è il cugino povero di altri settori economici. Rappresenta un punto cieco della politica. Una maggiore attenzione alle diverse esigenze della cultura e delle industrie creative darà i suoi frutti economici e sociali per una ripresa più forte".*

CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

La fotografia di CulTurMedia: il posizionamento regionale nei settori e nelle regioni, la trasversalità rispetto ad altri settori

In collaborazione con il Centro Studi Legacoop

Le cooperative aderenti a CulTurMedia in prima e seconda casa sono meno di 900, ma nel complesso le cooperative Legacoop che lavorano con i Codici Ateco afferenti Cultura e Turismo sono 1622; insieme sviluppano un fatturato di oltre 1,644 mld. di euro occupando 31.407 addetti.



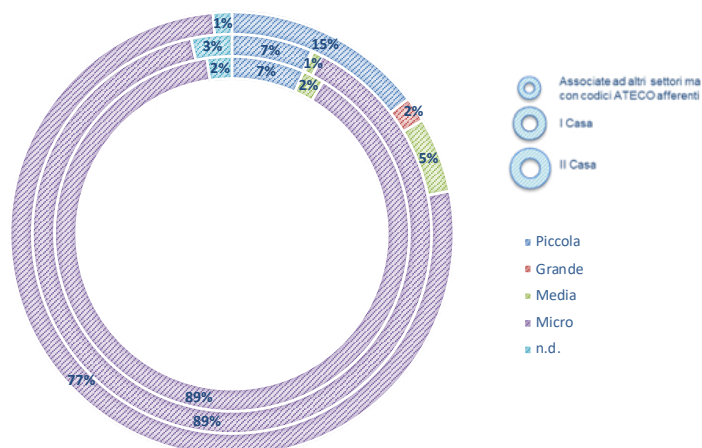
Il riparto tra le regioni testimonia la diffusione su tutto il territorio delle cooperative di CulTurMedia con un'incidenza piuttosto proporzionata in tutte le regioni. Il rapporto rimane sostanzialmente lo stesso anche considerando le cooperative in seconda casa e quelle aderenti a altri settori che operano con Codici Ateco della Cultura e del Turismo.

CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

La seguente tabella scompone la presenza cooperativa di CulTurMedia nelle 4 aree del Paese.

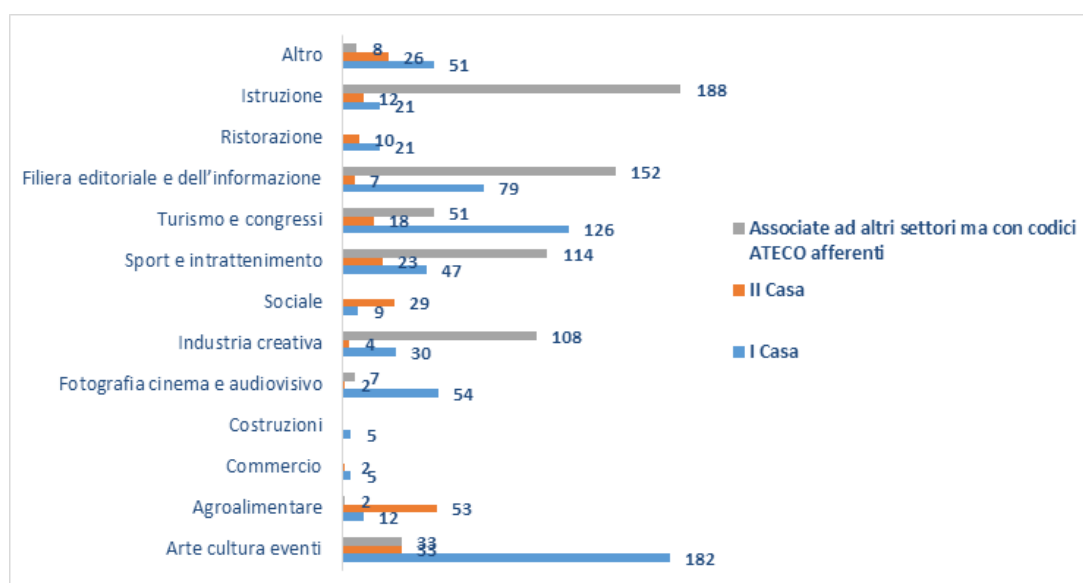
Area/Regione	Aderenti I Casa		Aderenti II Casa		Associate ad altri settori ma con codici ATECO afferenti		Totale Valore della Produzione (mil. EURO)	Totale dipendenti
	V.P. (mil. EURO)	Dipendenti	V.P. (mil. EURO)	Dipendenti	V.P. (mil. EURO)	Dipendenti		
Nord Ovest	111.094	4.282	4.122	105	95.461	1.166	210.677	5.553
Liguria	8.607	306	1.711	55	6.863	93	17.181	454
Lombardia	31.334	593	599	13	57.666	708	89.598	1.314
Piemonte	71.153	3.383	1.813	37	30.932	365	103.898	3.785
Nord Est	227.295	7.991	208.952	4.951	283.170	3.156	719.416	16.098
Emilia-Romagna	101.788	3.089	203.313	4.783	233.306	2.353	538.406	10.225
Friuli-Venezia Giulia	7.061	115	4.939	127	7.539	126	19.539	368
Trentino-Alto Adige	13.571	159	-	-	16.963	218	30.534	377
Veneto	104.876	4.628	700	41	25.362	459	130.937	5.128
Centro	58.166	936	437.051	4.394	66.592	985	561.809	6.315
Lazio	25.738	352	13.939	523	16.301	285	55.978	1.160
Marche	4.423	78	14.009	276	5.183	127	23.615	481
Toscana	19.860	385	384.087	3.025	20.182	375	424.128	3.785
Umbria	8.146	121	25.015	570	24.926	198	58.087	889
Sud	17.776	444	19.103	524	32.071	573	68.950	1.541
Abruzzo	4.544	78	200	4	2.507	62	7.251	144
Basilicata	582	14	135	7	669	23	1.386	44
Calabria	1.291	69	1.171	21	7.683	128	10.144	218
Campania	6.054	117	5.536	166	7.383	96	18.973	379
Molise	40	1	-	-	2.085	50	2.125	51
Puglia	5.266	165	12.060	326	11.744	214	29.070	705
Isole	31.832	697	13.161	162	38.566	1.041	83.559	1.900
Sardegna	23.033	568	10.059	87	12.977	422	46.069	1.077
Sicilia	8.799	129	3.102	75	25.589	619	37.489	823
Totale	446.163	14.350	682.387	10.136	515.860	6.921	1.644.410	31.407

La dimensione delle imprese cooperative è simile al dato nazionale con una presenza rilevante di piccole e micro imprese. Come per il dato nazionale, le grandi imprese sono il 2% del totale.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

Interessante lo sviluppo del dato su fatturati e dipendenti declinato per comparto, per appartenenza associativa e per macro aree territoriali.



Settore Ateco	Aderenti I Casa		Aderenti II Casa		Associate ad altri settori ma con codici ATECO afferenti		Totale Valore della Produzione	Totale dipendenti
	V.P.	Dipendenti	V.P.	Dipendenti	V.P.	Dipendenti		
ARTE CULTURA EVENTI	176.857.908	6.420	15.296.299	366	11.301.058	442	203.455.265	7.228
AGROALIMENTARE	730.412	19	370.295.265	1.564	222.886	11	371.248.563	1.594
COMMERCIO	2.907.336	1.562	135.915	2			3.043.251	1.564
CONSTRUZIONI	1.528.276	13					1.528.276	13
FOTOGRAFIA CINEMA E AUDIOVISIVO	26.094.946	558	342.859	8	1.268.715	17	27.706.520	583
INDUSTRIA CREATIVA	11.261.834	134	6.404.326	82	127.283.426	508	144.949.586	724
SOCIALE	5.519.268	57	112.423.855	3.882			117.943.123	3.939
SPORT E INTRATTENIMENTO	11.243.175	263	12.637.871	135	34.508.774	888	58.389.820	1.286
TURISMO E CONGRESSI	116.281.571	3.708	9.766.405	267	27.854.698	507	153.902.674	4.482
FILIERA EDITORIALE E DELL'INFORMAZIONE	47.907.581	333	10.006.880	549	178.161.938	2.291	236.076.399	3.173
RISTORAZIONE	8.421.576	167	7.006.792	63			15.428.368	230
ISTRUZIONE	16.236.370	610	3.982.554	107	130.376.189	2.226	150.595.113	2.943
ALTRO	21.172.545	506	134.088.464	3.111	4.882.130	31	160.143.139	3.548
TOTALE	446.162.798	14.350	682.387.485	10.136	515.859.814	6.921	1.644.410.097	31.407

CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

Area/Regione	Aderenti I Casa		Aderenti II Casa		Associate ad altri settori ma con codici ATECO afferenti		Totale Valore della Produzione (migl.EURO)	Totale Dipendenti
	V.P. (migl.EURO)	Dipendenti	V.P. (migl.EURO)	Dipendenti	V.P. (migl.EURO)	Dipendenti		
Nord Ovest	111.084	4.282	4.122	105	95.461	1.166	210.677	5.553
Liguria	8.607	306	1.711	55	6.863	93	17.181	454
Lombardia	31.334	593	599	13	57.666	708	89.598	1.314
Piemonte	71.153	3.383	1.813	37	30.932	365	103.898	3.785
Nord Est	227.295	7.991	208.952	4.951	283.170	3.156	719.416	16.098
Emilia-Romagna	101.788	3.089	203.313	4.783	233.306	2.353	538.406	10.225
Friuli-Venezia Giulia	7.061	115	4.939	127	7.539	128	19.539	368
Trentino-Alto Adige	13.571	159	-	-	16.963	218	30.534	377
Veneto	104.876	4.628	700	41	25.362	459	130.937	5.128
Centro	58.166	936	437.051	4.394	66.592	985	561.809	6.315
Lazio	25.738	352	13.939	523	16.301	285	55.978	1.160
Marche	4.423	78	14.009	276	5.183	127	23.615	481
Toscana	19.860	385	384.087	3.025	20.182	375	424.128	3.785
Umbria	8.146	121	25.015	570	24.926	198	58.087	869
Sud	17.776	444	19.103	524	32.071	573	68.950	1.541

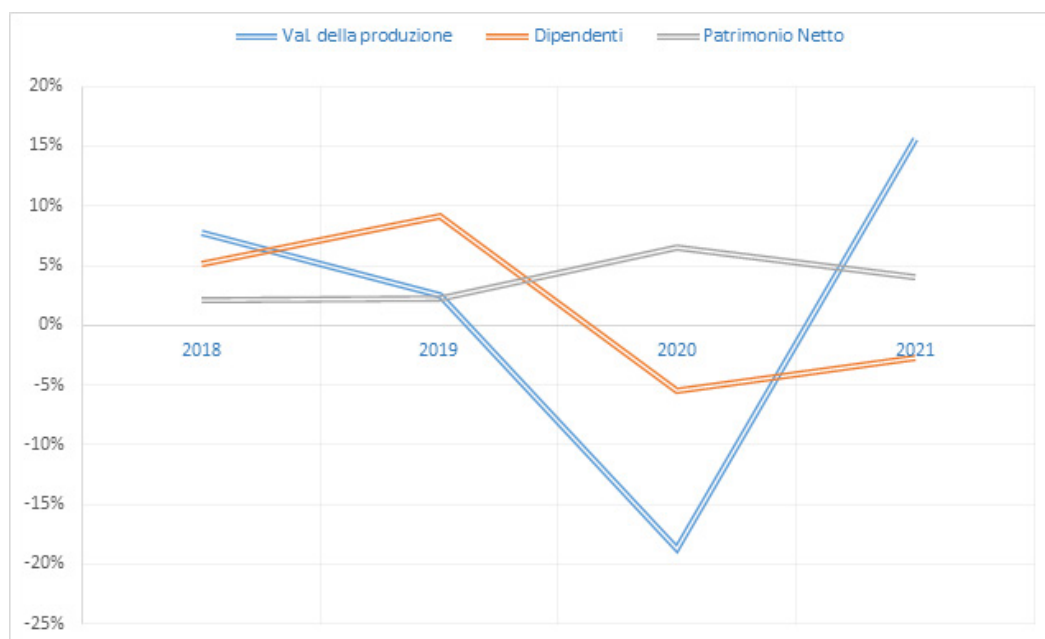
L'andamento dei fatturati, in forte difficoltà durante la pandemia, non ha trovato riscontro nella diminuzione proporzionale degli addetti che, anzi, nel 2021 ha ripreso a crescere dopo una lieve flessione nel 2020.

Il dato relativo al periodo della crisi pandemica indica una forte resilienza del sistema cooperativo CulTurMedia con valori dei fatturati in aumento per cifre percentuali decisamente più alte di quelle del sistema cooperativo nel suo complesso.

Nel 2021 il valore della produzione complessivo delle cooperative aderenti a Legacoop cresce del 7,2% mentre il fatturato complessivo delle cooperative aderenti attive nei settori CulTurMedia è aumentato del 16% rispetto al 2020. Inoltre, se si considerano le sole cooperative aderenti in I casa la crescita del fatturato nel 2021 si attesta al 24,5%.

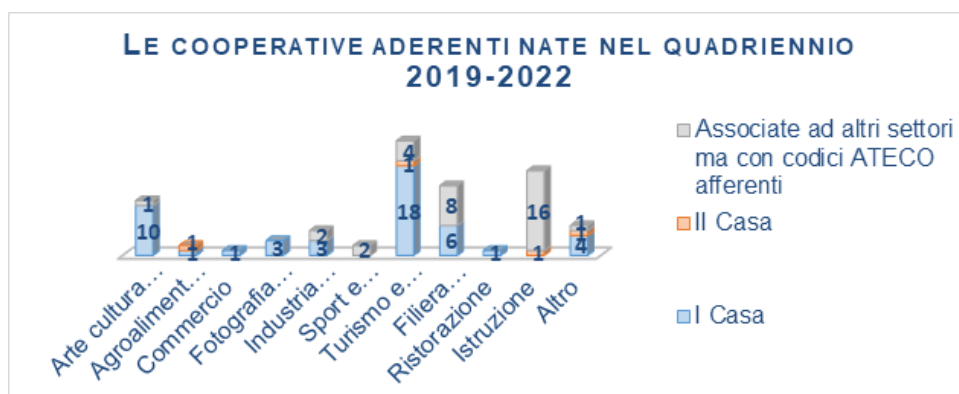
*Variazione % annua delle principali voci di bilancio delle cooperative
aderenti a Legacoop, attive nei settori CulTurMedia
Serie omogenea 2017-2021*

CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI



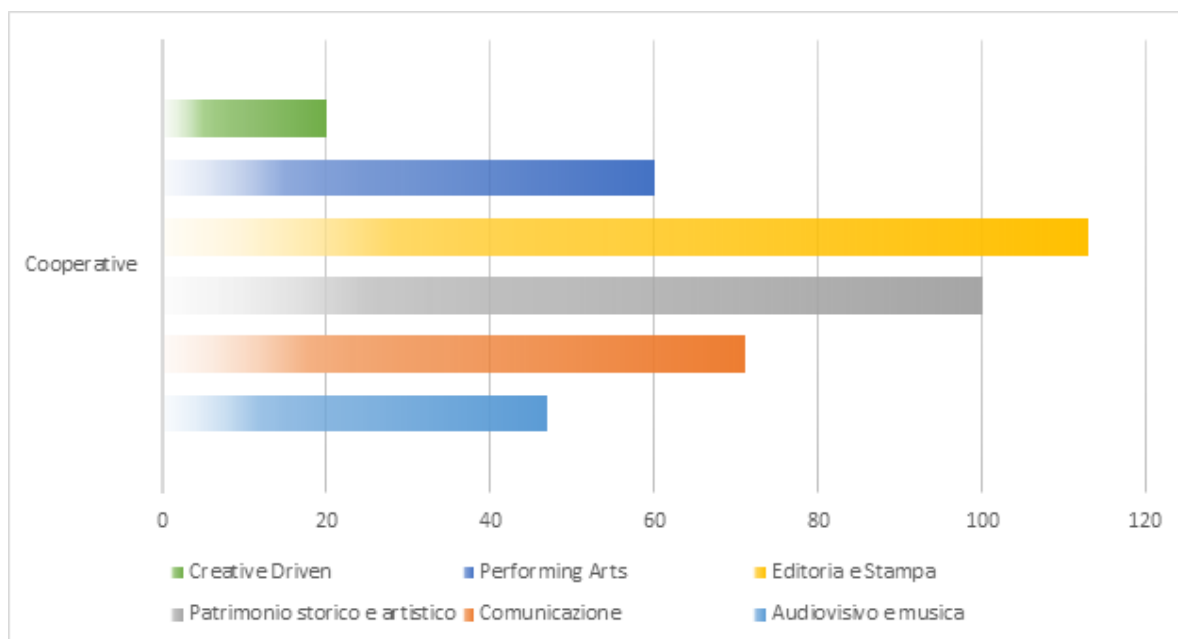
Dall'inizio del mandato (2019) ad oggi c'è stata un'evoluzione che ha portato ad aderire a CulTurMedia diverse cooperative nuove, nate in comparti diversi. Per 51 delle 84 start-up cooperative aderenti a CulTurMedia sono noti i dati di bilancio. Il volume d'affari sviluppato dalle nuove cooperative ammonta per il momento a 4.6 mln. di euro mentre gli addetti complessivi sono 185.

Il settore più vivace, nel periodo 2019-2022, è stato il turismo seguito dalla componente Cultura ed eventi.

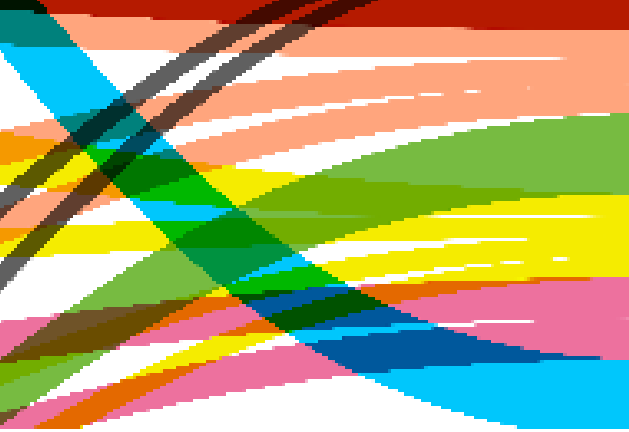


CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

Il grafico seguente mostra la composizione del sistema cooperativo di CulTurMedia secondo la classificazione di Symbola usata a livello europeo per classificare le Imprese Culturali e Creative. Naturalmente, mancano le cooperative del settore turismo.



La mappatura delle funzioni determina un'articolazione di diverse attività che le cooperative associate svolgono con in più la tendenza, ormai di qualche anno, ad integrare diverse attività tra di loro e comporre pacchetti di servizi/prodotti per i propri clienti più completi e intersettoriali.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

La tendenza, infatti, è chiara già da prima della pandemia e CulTurMedia ha spesso guidato e in altri casi assecondato questo processo di ibridazione nella consapevolezza del fatto che i processi di sviluppo e rigenerazione territoriale sono composti da fattori eterogeni che intervengono a diverse intensità, a seconda dei casi, ma in maniera aggregata e convergente verso lo stesso obiettivo.

Agro-Alimentare e Pesca, Abitanti e Sociali sono gli spazi di maggiore integrazione, insieme all'esperienza delle cooperative di comunità che, nella quasi generalità dei casi, sono aderenti a CulTurMedia.

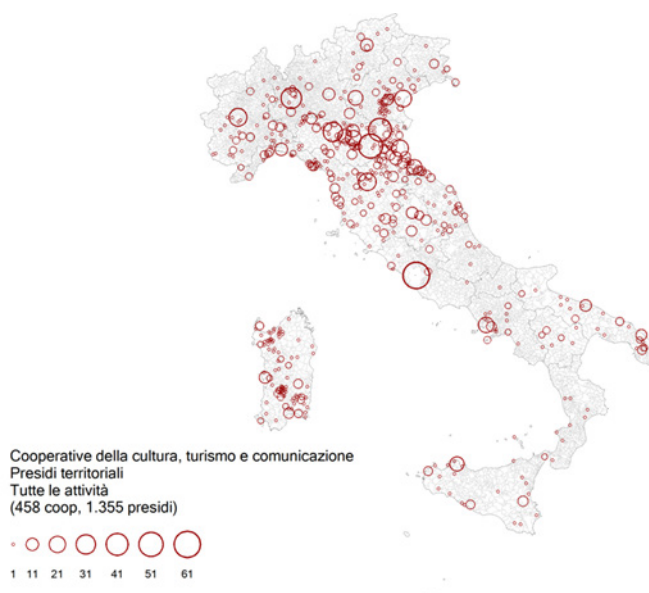
Le loro funzioni riguardano pressoché immancabilmente il turismo, la cultura e l'ospitalità, la rigenerazione territoriale a base culturale e identitaria. Temi e valori propri di CulTurMedia che vengono condivisi apportando elementi e punti di vista diversi che completano i progetti di valorizzazione e la missione delle cooperative di comunità, tra memoria e innovazione.

La trasversalità dell'approccio ha generato in questi anni una fotografia complessa del sistema CulTurMedia, sistema in cui le cooperative hanno aperto tra di loro relazioni e reti informali di progetto, sviluppando nuove filiere anche nelle aree più marginali del Paese.

Ciò è accaduto per cooperative che fanno lo stesso mestiere e cooperative che fanno lavori e hanno competenze differenti.

CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

Al di là della numerosità delle cooperative sul territorio quello che importa è la loro diffusione in termini di luoghi gestiti e presidi territoriali che ampliano di molto la presenza delle cooperative.



In particolare, le cooperative che si occupano di gestione del patrimonio culturale pubblico hanno maturato una significativa esperienza e una buona reputazione che consente loro la crescita e una maggiore capacità di valorizzazione del patrimonio culturale, storico, artistico, naturalistico del paese.

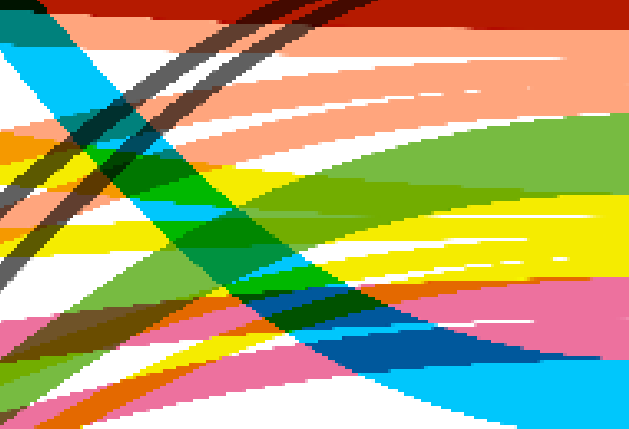
È bene ricordare che La Cultura nel nostro Paese crea un Valore Aggiunto di 90 miliardi di euro che vale il 5,7% dell'intera economia nazionale e offre lavoro ad oltre 1,5 milioni di persone (5,9% degli occupati totali¹).

A ciò si aggiunga il contributo non trascurabile in termini di arricchimento e progresso culturale e sociale nel superamento delle differenze educative.

La forma cooperativa attribuisce a questo contributo connotati di libertà, indipendenza ed equità, perché è il risultato di una scelta imprenditoriale no profit, collettiva ma autonoma.

Si può affermare che la cooperazione culturale e creativa è diversa perché **plurale, diffusa, multiculturale e intersettoriale per natura. Questa diversità è il contributo qualitativo che conferisce oggi alla associazione.**

¹ Dati 2019 su Rapporto Symbola "Io sono Cultura 2020"



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

Il sistema CulTurMedia contribuisce anche alla formazione della consistenza cooperativa generale. Nel decennio che va dal 2011 al 2021, mentre il numero complessivo delle imprese italiane attive restava pressoché costante attorno ai 5 milioni, il **numero di cooperative attive è sceso da 80 mila a 76,5 mila** (138 mila registrate nel 2021).

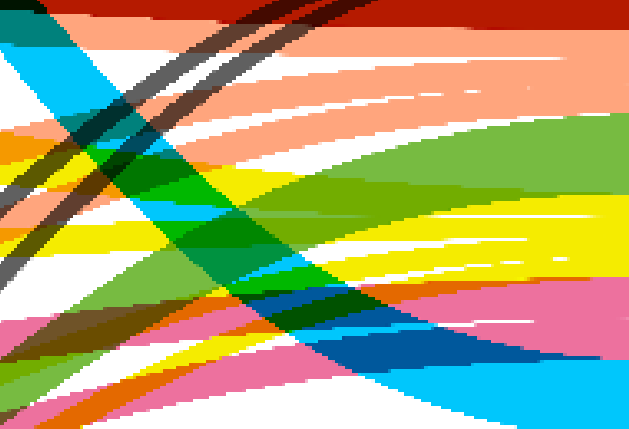
E mentre l'incidenza del numero di cooperative sul totale delle imprese attive è rimasto sostanzialmente invariato (attorno all'1,5% del totale), la sua incidenza rispetto alle società di capitali è scesa sensibilmente in un decennio (dal 7,7% al 5,5%). Il numero di cooperative nate, quindi, è andato nel decennio costantemente calando, più in coerenza con gli andamenti delle società di Persone che di capitali, passando dalle 7.800 del 2011 alle 2.545 del 2021.

Il **numero delle aderenti** nel periodo in esame **è passato dalle 14.257 del 2011 alle 10.466 del 2021**. A questa costante flessione di associate - segnata anche da operazioni di manutenzione degli elenchi - si è accompagnata una profonda sostituzione della base associativa. Nel decennio, infatti, all'uscita di circa 8.300 imprese è corrisposto l'ingresso di circa 4.600 nuove associate.

Quanto alla numerosità, le cooperative aderenti all'Alleanza delle Cooperative Italiane (ACI) rappresentano oltre la metà delle cooperative italiane attive, ma l'82% del fatturato e oltre i due terzi degli occupati italiani.

Quanto alle **aderenti a Legacoop, esse ammontano al 13% del totale delle attive**, con un'incidenza femminile sull'occupazione del 60%. La quota di aderenti Legacoop, tuttavia, muta decisamente il proprio impatto sul totale osservando i principali indicatori economici: infatti, pesa per il 46% del valore della produzione, per il 65% del patrimonio netto, per oltre la metà del capitale sociale e per un terzo dell'occupazione totale del movimento cooperativo italiano pari a circa il 40% degli occupati di Alleanza delle Cooperative Italiane (escluso settore finanziario-assicurativo); inoltre esprime i due terzi dei soci ACI.

La base sociale di Legacoop è costituita per circa il 2% da grandi o grandissime imprese che producono l'80% del valore della produzione e più della metà degli addetti; da un 5% di medie imprese, con il 10% della produzione e il 20% degli addetti; e per il 93% di piccole e microimprese – queste ultime l'80% del totale – che producono il restante 10% del valore e impiegano un quarto degli addetti totali.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

L'impatto della crisi, le principali iniziative e la rete delle Alleanze

Gli effetti della pandemia si sono abbattuti sui nostri settori con una particolare forza. Lo spettacolo, teatro, cinema e il live, hanno chiuso per lungo tempo così come il settore dei Meeting, Congress, Incentive (MICE). I ristori sono stati tardivi e spesso insufficienti per garantire la continuità aziendale ottenuta grazie alla capacità di resilienza delle cooperative e alle regole della loro esistenza che ha permesso di usare le riserve accumulate in anni di lavoro. CulTurMedia, unitamente ai colleghi di Alleanza delle Cooperative Italiane Cultura, Turismo e Comunicazione, ha seguito tutte le crisi e ha costruito reti di collaborazione con molte associazioni e organizzazioni dei singoli per generare una massa critica adeguata a farsi sentire dalle Istituzioni e dal governo del paese.

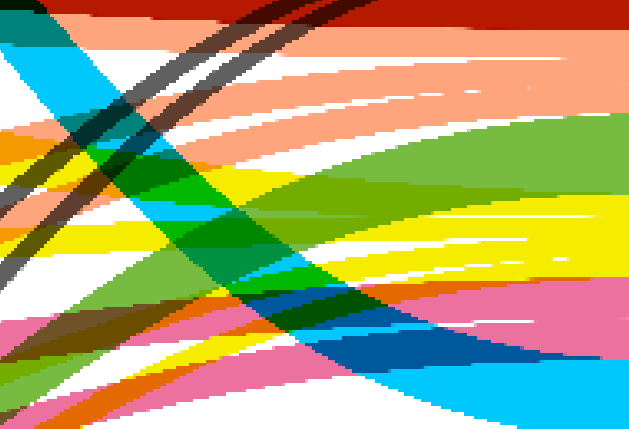
Così è nato il **Manifesto Cultura Cura** nel novembre 2020 con Alleanza delle Cooperative Italiane e un'ampia serie di sigle in rappresentanza di tutte le principali realtà impegnate sulla Cultura.

In quella fase, di acuta difficoltà per le nostre cooperative si è dato vita a **#Italialive** una iniziativa delle associazioni dell'industria dei meeting e degli eventi e di tutta la filiera collegata che è stata la prima a chiudere e l'ultima a riaprire, e che ha promosso numerose iniziative e incontri per aprire al settore l'accesso ai ristori.

Le sinergie e le collaborazioni tra diversi attori ha compreso il settore del turismo con il **Manifesto Turismo, #ripartiamodal'Italia** – a sostegno del rilancio turistico del Paese rivendicando la giusta attenzione alle politiche industriali per lo sviluppo del settore, ora più che mai necessarie. Il Manifesto Turismo è sostenuto da Alleanza delle Cooperative Italiane e da tutte le sigle principali del settore.

Attivo anche l'impegno nel comparto dello spettacolo dal vivo attraverso la comunità del **FAS (Forum Arte e Spettacolo)** che ha raccolto le istanze comuni dei tanti operatori dello spettacolo a difesa anche delle professioni meno tutelate, come tutte quelle tecniche che operano “dietro le quinte”.

Pur aderendo a molte iniziative comuni, siamo stati riconosciuti come interlocutori a tutti i Tavoli istituzionali di confronto istituiti dalle diverse Direzioni del MIC, dal cinema allo spettacolo dal vivo, ai beni culturali, al lavoro, all'editoria dei giornali, al copyright, partecipando sempre con una visione di prospettiva e mai di singola particolare categoria.

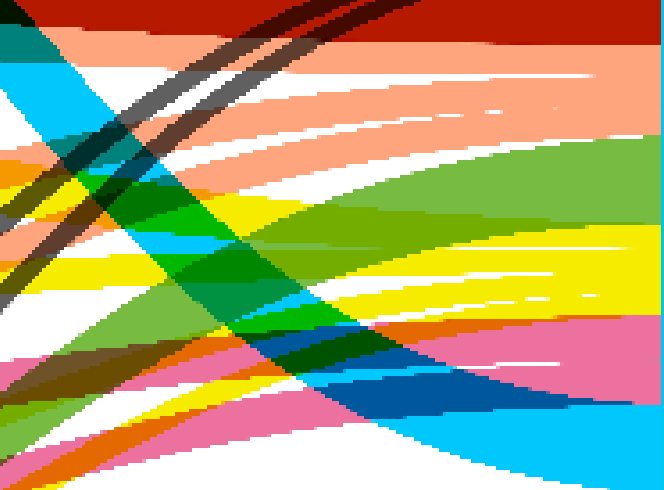


CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

La crisi perdura in modo particolare per il settore dell'editoria e dei giornali cooperativi. Infatti, oltre agli effetti derivanti dall'evoluzione della domanda e dalla cosiddetta transizione digitale, per la quale non esiste ancora un modello di business sostenibile, fattori esogeni (come la pandemia e l'aumento del prezzo delle materie prime per il prolungarsi della guerra) hanno decisamente reso ancora più grave la situazione del settore.

In questi ultimi anni CulTurMedia ha partecipato direttamente ai tavoli presso il Dipartimento Editoria con i diversi Sottosegretari all'Editoria che si sono succeduti. Il Dipartimento ha accolto la proposta della cosiddetta clausola di salvaguardia che ha consentito in questi anni di mantenere il contributo editoria di ciascuna impresa editoriale cooperativa e no profit almeno uguale a quello percepito prima della pandemia. Provvedimento che dovrebbe essere adottato per altri due anni (2023 e 2024) e inserito nel prossimo decreto Milleproroghe. Inoltre è stata di volta in volta rimandata, per ora fino al 2025, la spada di Damocle che continua a incombere sul futuro del settore, il famigerato art. 1 comma 810 della legge di bilancio 2019, che prevede il progressivo decalage dei contributi Editoria fino al loro completo azzeramento, in totale controtendenza con il resto d'Europa. Dai recenti incontri con il Sottosegretario Barachini sembra anche riavviarsi quel processo di riforma relativo all'accesso e all'ammontare del Fondo, che potrebbe finalmente garantire stabilità e certezze alle imprese e alle cooperative del settore, che da troppo tempo scontano, oltre agli effetti della crisi del settore, la continua messa in discussione di un principio democratico quale il pluralismo dell'informazione. Restano i problemi di concentrazione verso poche grandi imprese delle risorse pubblicitarie e delle attuali norme legate alla distribuzione che favoriscono la formazione di monopoli, rispetto ai quali CulTurMedia potrà mettere in campo proposte innovative e concrete.

Ma la crisi ha avuto sicuramente il pregio di aver fatto precipitare a livello nazionale ed accelerare l'attenzione su alcuni grandi temi trasversali che a livello europeo, già negli anni precedenti e ancora di più durante la pandemia, erano stati oggetto di risoluzioni e raccomandazioni confermando che le criticità del settore sono certamente esplose con le chiusure e le restrizioni emergenziali ma erano già presenti anche prima, e che su scala europea più che italiana erano già da alcuni anni attenzionati. Alcuni di questi traguardi sono stati considerati particolarmente interessanti per la cooperazione del settore, anticipando anche le politiche nazionali con alcune proprie iniziative o cercando di creare alleanze strategiche per portarle avanti.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

Il tema della governance partecipata del patrimonio materiale e immateriale

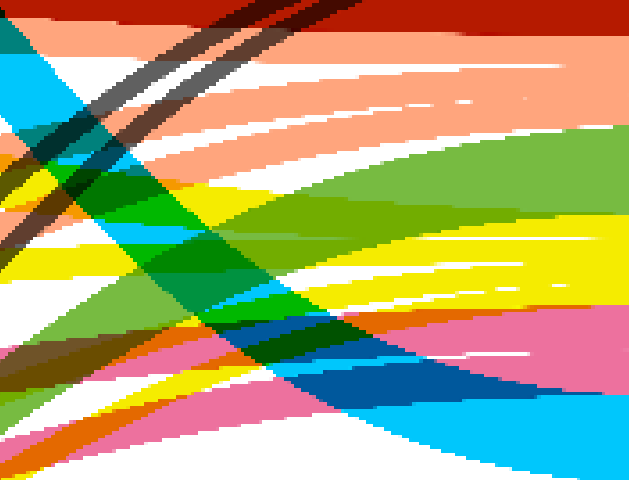
Il modello cooperativo, radicato nei territori e nelle persone che lo abitano, è quello che meglio sposa l'idea di una relazione più avanzata tra pubblico e privato per la cura e l'attivazione delle risorse culturali con la partecipazione anche delle comunità locali. A livello europeo la **Convenzione di Faro**, la dichiarazione congiunta sulla conservazione dei beni culturali e naturali dell'Europa, ha rappresentato il punto di partenza delle politiche di Governance partecipata in cui il coinvolgimento diretto e sistematico delle comunità ai processi decisionali è parte integrante dello sviluppo sostenibile e l'approccio cooperativo la base su cui si fonda. La convenzione è stata ratificata dal parlamento italiano nel 2020, a distanza di 15 anni e di 6 anni dalle **Raccomandazioni del Consiglio d'Europa sulla governance partecipativa del patrimonio culturale**, i cui punti principali è opportuno riportare di seguito per il forte richiamo al modello cooperativo:

Convenzione di Faro (2005)

Le autorità pubbliche e le organizzazioni della società civile sono incoraggiate a perseguire politiche sul patrimonio culturale che facilitino la coesistenza tra diverse comunità. Il patrimonio rappresenta una risorsa per la conciliazione di diverse prospettive, promuovendo la fiducia, la comprensione e la cooperazione reciproche, al fine di contribuire allo sviluppo locale e prevenire possibili conflitti (articolo 7).

Conclusioni del Consiglio sulla governance partecipativa del patrimonio culturale (2014)

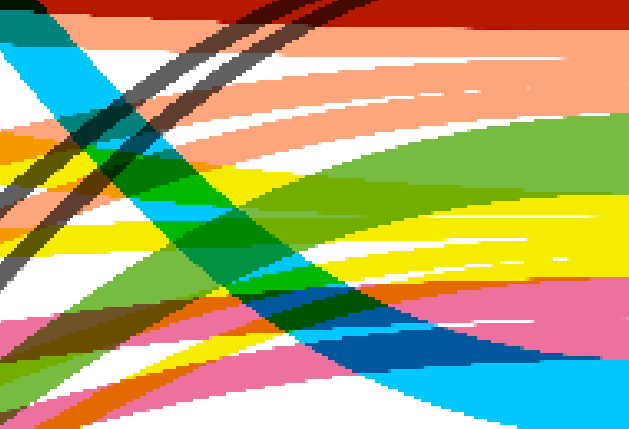
- sviluppare quadri di governance multilivello fra diversi soggetti interessati che riconoscano il patrimonio culturale quale risorsa condivisa rafforzando i legami tra il piano locale, regionale, nazionale ed europeo della governance del patrimonio culturale, nel debito rispetto del principio di sussidiarietà; promuovere il coinvolgimento dei soggetti interessati garantendo che la loro partecipazione sia possibile in tutte le fasi del processo decisionale; incoraggiare quadri di governance che riconoscano l'importanza dell'interazione tra il patrimonio culturale materiale, immateriale e digitale e che considerino, rispettino e promuovano i suoi valori di tipo sociale, culturale, simbolico, economico e ambientale; 16. promuovere quadri di governance atti ad agevolare l'attuazione di politiche trasversali, in modo che il patrimonio culturale contribuisca agli obiettivi di diversi settori strategici, tra cui una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva; sviluppare sinergie tra le strategie di turismo sostenibile e i settori culturali e creativi a livello locale, anche tramite la promozione di quadri di governance che coinvolgano attivamente le comunità locali al fine di incoraggiare l'offerta di un turismo culturale sostenibile di qualità e contribuire al rilancio delle zone urbane e rurali, salvaguardando al contempo l'integrità e mantenendo il valore culturale del patrimonio, nonché raggiungendo un equilibrio tra opportunità economiche e benessere dei cittadini.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

In Italia il Codice dei Contratti Pubblici del 2016 all'Art.151 aveva introdotto **forme speciali di partenariato pubblico-privato** che per molti anni non hanno trovato applicazioni pratiche anche perchè inizialmente limitate ai beni statali e solo attraverso il Decreto Semplificazioni del 2020 estese anche a quelle con diversa titolarità. La cooperazione ha colto per prima questa opportunità, promuovendo l'accompagnamento di nuovi modelli di sussidiarietà orizzontale e di relazione rinnovata con le Pubbliche Amministrazioni per la valorizzazione e gestione del Patrimonio Culturale, attraverso l'iniziativa **Viviamo Cultura**. Come Alleanza delle Cooperative Italiane Cultura è stato inoltre sottoscritto un accordo con ANCI e Forum del 3° settore per un Osservatorio comune sul tema, con una attenzione particolare al recepimento a livello locale delle importanti innovazioni introdotte.

Il sito **www.viviamocultura.it** sarà a breve popolato di buone pratiche e accordi di partenariato diffusi secondo i criteri dell'art. 151 codice contratti pubblici (art. 134 nell'attuale schema di decreto legislativo di revisione del Codice). Nel corso del 2023 si aprirà la seconda call per le cooperative che hanno progetti da sviluppare in un rapporto innovato tra pubblico e privato con un ulteriore sviluppo della co progettazione. Diverse misure del PNRR "Turismo e Cultura", dal Piano Borghi al Fondo Complementare Cratere, stanno oggi sperimentando questo istituto su scala molto più ampia e diffusa, sebbene non manchino le criticità legate anche alla carenza sia di fiducia che di competenze tra Pubbliche Amministrazioni e partner privati.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

Impresa culturale e creativa e impresa sociale

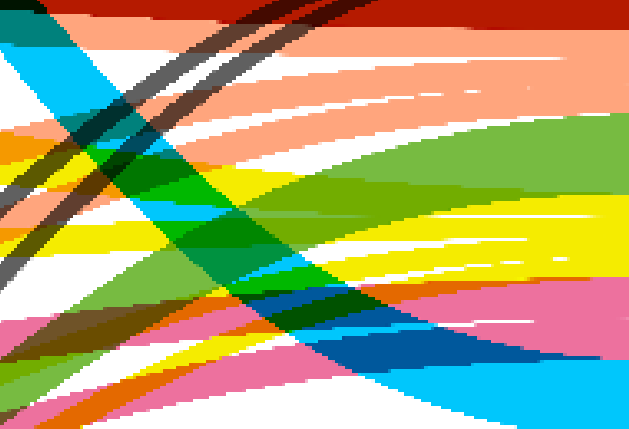
Un altro tema che in Europa aveva già trovato risposte adeguate è il riconoscimento dell'impresa culturale e creativa.

La Risoluzione del Parlamento europeo del 13 dicembre 2016 su “Una politica dell’UE coerente per le industrie culturali e creative” raccomandava agli Stati Membri: di sviluppare un quadro di politica industriale globale, coerente e di lungo termine per le ICC includendone lo sviluppo, la promozione e la protezione effettive, e l’adeguato finanziamento tra i suoi obiettivi strategici, sottolineando che le ICC hanno spesso modelli aziendali complessi che possono rappresentare una sfida per le tradizionali forme di finanziamento, invitando inoltre la Commissione a prevedere uno sforzo di coordinamento per facilitare le sinergie transnazionali, come i progetti di cooperazione, le opportunità di mobilità e le imprese comuni nel settore.

In Italia il **riconoscimento delle Imprese Culturali e Creative** è fermo alla Legge di Stabilità del 2018. La crisi pandemica ha reso evidente questo gap e costretto le ICC ad essere frammentate in una moltitudine di antiquati Codici Ateco, che sono invece diventati iniquamente determinanti per l’accesso ai ristori.

CulTurMedia insieme ad Aci e a molte altre Associazioni è stata firmataria di numerose richieste e appelli che però non sono stati ascoltati. Tra l’altro il percorso di innovazione legislativa aveva normato invece le benefit corporation, le start up a vocazione sociale, le Imprese Sociali che operano nel settore della cultura, del patrimonio culturale, e del turismo sostenibile nell’ambito degli Enti del Terzo Settore: tutte forme imprenditoriali ibride ispirate ad un nuovo modello orientato a produrre esternalità positive nell’ambiente.

Appare ovvio che l’assenza della normativa sulle ICC e dei correlati sostegni ha creato un grave vulnus nel sistema italiano rispetto a quanto ormai sancito a livello europeo e cioè che cultura e creatività sono settori produttivi oltre che sociali. Per conciliare queste due dimensioni, altrimenti irrisolte, CulTurMedia ha promosso varie iniziative per favorire da parte della cooperazione culturale l’acquisizione dello status di impresa sociale e accedere alle agevolazioni previste per il terzo Settore ed in particolare alla co-programmazione e co-progettazione dello sviluppo a base culturale nei territori, altrettanto indispensabile per perseguire finalità condivise anche in ambito culturale oltre che sociale.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

Anche questo tema è esploso durante la pandemia. Abbiamo già trattato della grande partecipazione delle nostre cooperative alla difesa della tutela dei lavoratori dello spettacolo.

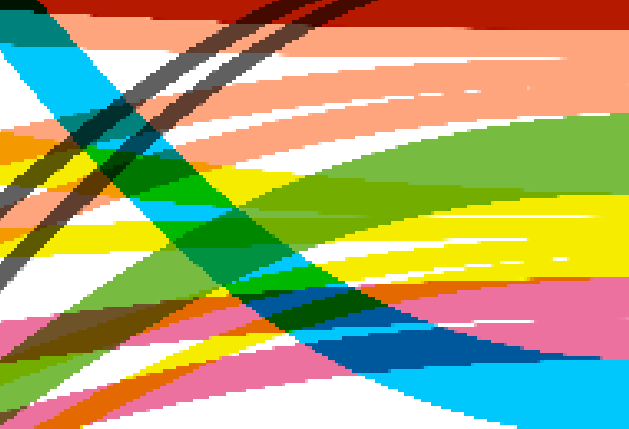
Diverse sigle si sono associate e CulTurMedia ha partecipato direttamente o indirettamente attraverso Fondazione Doc.

Anche in questo caso c'è stata forte attenzione da parte dell'Europa. Si legge nella **Risoluzione del Consiglio sul piano di lavoro dell'UE per la cultura 2023-2026**.

“L’ecosistema culturale e creativo è inconcepibile senza le persone che creano contenuti culturali in innumerevoli forme: gli artisti e altri professionisti, istituzioni e organizzazioni dei settori culturali e creativi. Sono pertanto indispensabili settori culturali e creativi forti. Tuttavia, questi settori sono caratterizzati da lavoro autonomo, piccole imprese e microimprese, alta competitività e mercati frammentati. Gli artisti e i professionisti creativi e della cultura tendono ad avere carriere basate su progetti e un elevato grado di mobilità. Spesso il loro reddito è irregolare e imprevedibile e devono combinare diversi lavori per guadagnarsi da vivere. Durante tutta la pandemia di COVID-19 i settori culturali e creativi hanno dimostrato un’adattabilità e una capacità di innovazione notevoli. Tuttavia, sono stati duramente colpiti e continuano a risentire delle conseguenze della pandemia. Oggi più che mai vi è l’urgente necessità di rafforzare ulteriormente la resilienza dei settori culturali e creativi, di sostenerne la ripresa e la diversità, di incoraggiare il loro coinvolgimento a favore degli obiettivi di sostenibilità, di sfruttare le nuove tendenze accelerate dalla pandemia, anche nell’ambiente digitale, e di garantire condizioni di lavoro eque per tutti i professionisti creativi e della cultura, affinché da questo settore indipendente e dinamico si possano ascoltare più voci.”

CulTurMedia direttamente e indirettamente attraverso le attività della Fondazione Centro Studi Doc, Rete Doc e ha partecipato alle attività di lobby e advocacy per i lavoratori e le lavoratrici dello spettacolo che si sono rese particolarmente necessarie con l’avvento della pandemia da Covid-19. La mobilitazione dei lavoratori e delle lavoratrici dello spettacolo ha portato anche alla creazione del Forum Arte e Spettacolo, un progetto che ha riunito oltre 60 realtà formali e informali del mondo dello spettacolo per scrivere una proposta di riforma complessiva del mondo dello spettacolo. Una parte della proposta è stata accolta dalla politica a fine 2020 e messa in atto nel 2021 con l’**art. 66 del Decreto Sostegni bis** che ha introdotto un migliore accesso alle protezioni sociali per i lavoratori e le lavoratrici dello spettacolo.

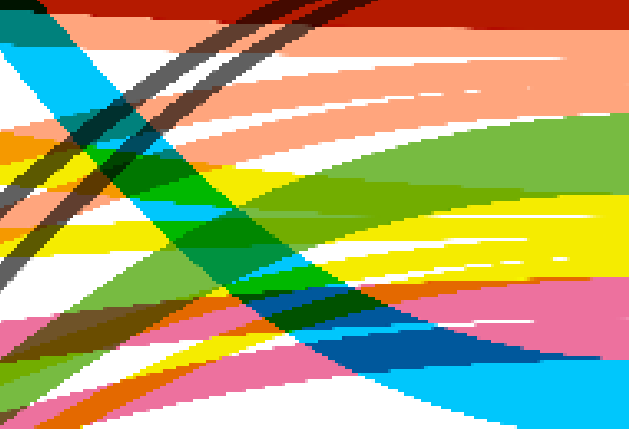
Un’altra parte delle proposte di riforma del settore, tra le quali l’indennità di discontinuità, è stata invece discussa in Camera e Senato alla fine del 2021 sotto forma di **Legge Delega**. La Legge Delega è stata approvata prima al Senato e poi alla Camera, poco prima della caduta del Governo.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

Per finanziare l'indennità di discontinuità contenuta nella Legge Delega, la Fondazione Centro Studi Doc e Rete Doc si sono attivate subito insieme ad altre realtà del mondo dello spettacolo. Grazie a questa azione, il 21 dicembre 2022 è stato approvato in Commissione Bilancio l'emendamento che finanzia l'indennità di discontinuità per 100 milioni di euro nel 2023.

Alla vigilia dell'ultima tornata elettorale molte di queste criticità e questioni irrisolte hanno trovato spazio nel [Manifesto Cultura è futuro](#), promosso dalla Fondazione Fitzcarraldo e sottoscritto da Alleanza delle Cooperative insieme ad un'ampia rappresentanza di tutti i mondi del settore che hanno condiviso le priorità delle future politiche del settore. Il Manifesto è il segno di una grande condivisione pur nella diversità, frutto della comune consapevolezza che il momento richiede un fronte unitario perché il futuro della cultura è anche il futuro del Paese.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

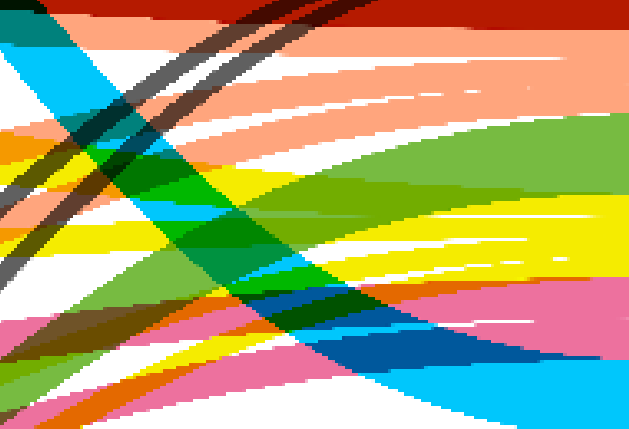
Dai ristori alle opportunità

Da questo scenario evolutivo, problematico come non mai prima ma pieno di opportunità, si riparte affermando non solo la resilienza del modello cooperativo ma anche come spazio di innovazione, economia sociale, sostenibilità, responsabilità. CulTurMedia sta infatti costruito una policy di integrazione di filiere trasversali per una visione complessiva dello sviluppo, specie nelle aree interne e nelle aree urbane da rigenerare, cercando di cogliere le opportunità che molte delle misure del PNRR e non solo contengono. Tra queste misure occorre ricordare:

- **Il Piano Attrattività dei Borghi** –PNRR M1c3- Investimento 2.1 al quale sono stati dedicati diversi webinar di preparazione in occasione dell'uscita del bando Linea A rivolto ai Piccoli Comuni per progetti di rigenerazione a base culturale, in partenariato con imprese sociali e/o imprese con comprovate esperienze in ambito culturale. Dalla selezione sono stati individuati 21 progetti per la Linea A di finanziamento e 207 progetti proposti da 289 comuni sulla Linea B. Diverse cooperative, in tutt'Italia, hanno contribuito alle progettazioni dei comuni e condiviso con loro gli obiettivi strategici di sviluppo e rigenerazione territoriale costruendo nuovi modelli di relazione pubblico/privato che hanno a fondamento il coinvolgimento delle comunità locali nei processi e nei contenuti della visione di futuro che si intende affermare. Grazie anche alla nostra partecipazione al Comitato Borghi istituito dal MIC nel 2021, i progetti avevano l'obbligo di associare alle opere di ristrutturazione gestioni efficienti e sostenibili per il futuro e l'affermazione dei partenariati speciali pubblico/privato come strumento per garantirle.

Il prossimo passaggio sarà quello dell'Avviso di 200 ml. di euro per le imprese private che operano nei comuni selezionati dalla Linea B del Piano Borghi: un'opportunità per tutte le cooperative radicate sui territori, che CulTurMedia ha voluto favorire grazie all'intesa con Legacoop Agro Alimentare e Pesca per produrre una ricognizione comune delle cooperative di tutti i settori potenzialmente interessate. In attesa dell'Avviso destinato alle imprese che operano nelle aree premiate dal MiC, stiamo anche insistendo con la collaborazione con la rete dei Parchi di Federparchi con la quale CulTurMedia e Legacoop Agro-Alimentare hanno stabilito un accordo per lo sviluppo di progettualità in comune.

- **Il Fondo Complementare del PNRR** che gestisce le risorse speciali destinate alle aree del sisma 2009-2016; le aree cd. del cratere a cavallo tra le 4 regioni colpite, Lazio, Abruzzo Umbria e Marche. In tutte queste regioni CulTurMedia ha aggregato cooperative del territorio e cooperative nazionali, nel Parco dei Monti Sibillini e nel parco del Gran Sasso per progetti di sviluppo turistico e culturale, nel Lazio per una rete integrata di servizi sociali e culturali introno ai Comuni di Accumoli e Amatrice.



CULTURMEDIA NEI PRIMI 4 ANNI

L'esito del Bando non è ancora uscito ma il lavoro di progettazione integrata con le Pubbliche Amministrazioni e tra le cooperative ha prodotto un modello di lavoro efficiente ed esportabile altrove: "Ricostruire, Rigenerare, Ripopolare".²

- L'Investimento 3.3 della **Misura Turismo e Cultura 4.0** (M1C3) "Capacity building per gli operatori della cultura per gestire la transizione digitale e verde", per il supporto ai settori culturali e creativi per l'innovazione e la transizione digitale lungo l'intera catena del valore (produzione, coproduzione, gestione, distribuzione e incontro con il pubblico).

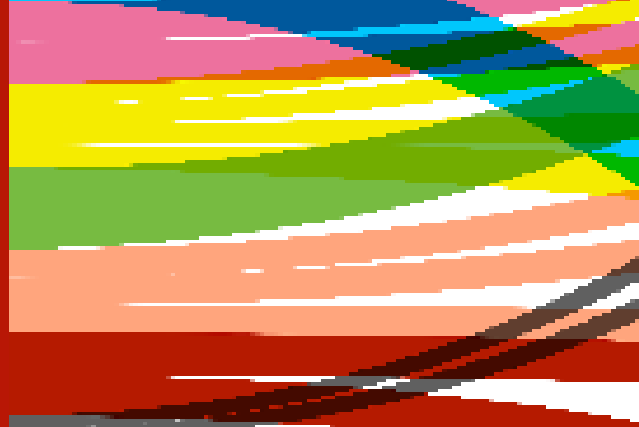
- **Fondo Nuove Competenze.** In occasione dell'uscita del secondo bando a fine 2022 CulTurMedia ha promosso informazione e accompagnamento per mettere tutte le associate nelle condizioni di poter partecipare con possibilità di successo all'Avviso ANPAL che sarà seguito da una misura di Foncoop che sosterrà la formazione di programmi specifici di sviluppo delle competenze e delle capacità delle persone impegnate nel lavoro in cooperativa (competenze Digital e competenze Green).

- La **Programmazione Politiche di Coesione 21 -27**, che sulla base dell'Accordo di Partenariato Italia 21-27 ha conferito un valore strategico alla Cultura e Turismo inserita in tutti gli obiettivi ma soprattutto nel 4 e nel 5. CulTurMedia ha partecipato a tutti gli incontri preliminari tra giugno e settembre 2019. L'obiettivo 5 in particolare si concentra sulla valorizzazione del ruolo della cultura nello sviluppo economico, per l'inclusione e l'innovazione sociale. In questo ambito i principali risultati attesi sono l'ampliamento della partecipazione culturale di cittadini, imprese e comunità, l'aumento delle pratiche di cittadinanza attiva e di percorsi di integrazione sociale che possono generare opportunità lavorative di qualità. A tal fine si riconosce che saranno necessarie forme di governance partecipativa e di collaborazione tra istituzioni e centri culturali, amministrazioni, imprese e soggetti del Terzo settore e la costruzione di schemi gestionali che assicurino il radicamento sul territorio e la sostenibilità finanziaria delle attività e dei servizi avviati, anche attraverso partenariati pubblico-privati innovativi.

Queste medesime innovazioni sociali sono presenti anche nelle prime linee del **PON CULTURA 21-27**. Il Programma Nazionale Cultura (PN) ove la cultura svolge un ruolo trasversale in tutte le dimensioni dello sviluppo sostenibile. Recentemente è stato costituito il nuovo Comitato di Sorveglianza di cui CulTurMedia, in rappresentanza di ACI Cultura, fa parte insieme al Terzo settore e Confindustria, allo scopo anche di verificare, come nel settennio precedente, che gli investimenti non siano finalizzati esclusivamente a grandi opere che non hanno poi adeguato impatto sulla sostenibilità delle gestioni e lo sviluppo di imprenditorialità.

² Laboratorio Appennino | I progetti dei parchi dei crateri sisma 2009-2016

LE NOSTRE SFIDE FUTURE



CulTurMedia avanguardia della Cooperazione

Dichiarazione dei Ministri della Cultura G20 Roma

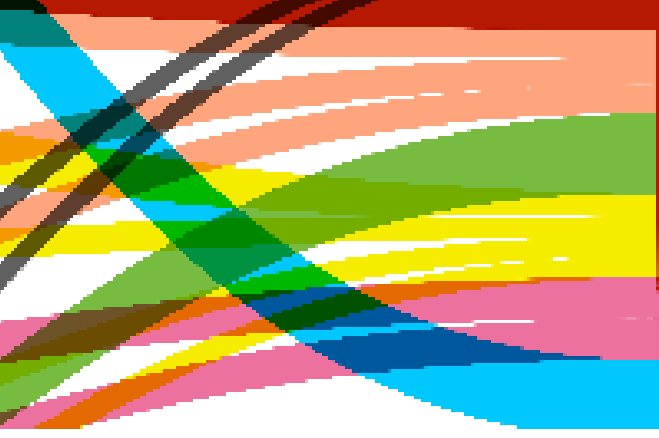
“Recalling that culture has intrinsic value, we underline the role of culture and of cultural and creative professionals and businesses as drivers for sustainable development and in fostering the resilience and the regeneration of our economies and societies”

Forte delle esperienze di questi primi 5 anni, nel mondo profondamente cambiato e colpito dalle crisi, il mondo della cooperazione culturale sta diventando sempre di più un **laboratorio** che prova ad **innovare modelli** e pratiche e forme secondo una visione del futuro in cui l’approccio cooperativo unitamente all’asset culturale possano contribuire a modificare economie globali insostenibili, differenze sociali e culturali e territoriali, progressi tecnologici dannosi.

Prova a farlo dalle proprie spesso piccole dimensioni, radicate nelle comunità e nei territori, ma con un **ruolo generativo** sempre maggiore e di collante che mette insieme saperi, discipline, comunità, forze sociali, territori e soprattutto visioni e pratiche con quella concretezza che ci caratterizza. Visioni di prospettiva ma ormai tradotte in alcune significative buone pratiche che potrebbero diventare schemi di co-progettazione e campi di continua sperimentazione, in funzione non solo del nostro settore ma sempre più in collaborazione con altri settori della cooperazione e in alleanza con molti altri soggetti esterni: associazioni di rappresentanza, università, istituzioni.

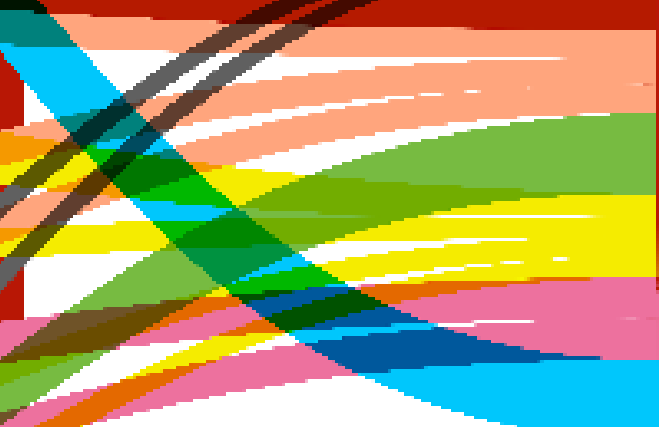
Un percorso quindi da portare avanti non in isolamento ma sussidiariamente con i propri simili (per progettazione integrate con altri settori di Legacoop come con le altre centrali cooperative) ma anche con le altre organizzazioni e Associazioni di rappresentanza e di categoria, le Università e le Istituzioni del Paese. Come ad esempio il tema dello sviluppo dei Parchi che, in virtù di un protocollo sottoscritto a fine 2022, è diventato un laboratorio condiviso tra **CulTurMedia, Legacoop Agroalimentare e Federparchi**.

In questa sede abbiamo cercato di sintetizzare il ruolo e il percorso di CulTurMedia in tre sfide principali, strettamente connesse tra loro che possono sempre più caratterizzarci come avanguardia della cooperazione ma anche più in generale dello sviluppo sostenibile a base culturale, temi di prospettiva ma su quali già abbiamo fatto germogliare casi concreti che sono riusciti a segnare importanti trasformazioni e contaminare anche altri mondi:



LE NOSTRE SFIDE FUTURE

1. L'approccio cooperativo inteso come identità culturale cooperativa e come contributo di questa agli obiettivi dello **sviluppo sostenibile**. La cooperazione culturale influenza ed è parte essenziale dell'identità cooperativa come ha ben evidenziato l'ultimo Congresso ICA a Seul, nel quale è stata dedicata una apposita sezione al nesso tra la cooperazione culturale e creativa e il rafforzamento dell'identità cooperativa, ed al contempo è generatrice di soluzioni resilienti che, radicate sui territori ma anche estese su scala internazionale, e basate sull'approccio mutualistico, possono accelerare il percorso verso lo sviluppo sostenibile attraverso cultura e creatività ed anche il dialogo e lo scambio verso la pace.
2. I nuovi modelli della cooperazione plurali, ibridi ma sartoriali per la valorizzazione dei COMMONS (risorse culturali e naturali): **costruttori e moltiplicatori di comunità**, di beni comuni, di sussidiarietà territoriali. Alle diverse scale l'approccio si rigenera e si moltiplica partendo dal livello locale fino a quello interregionale che può estendersi anche a livello europeo. Esalta il ruolo dei modelli cooperativi per nuove economie e nuove filiere che trovano slancio nelle progettualità culturali.
3. Il nuovo lavoro cooperativo che si propone di riscattare ed emancipare le persone valorizzandone le **nuove competenze**, tutelando la specificità del lavoro culturale e creativo, proponendo anche nel lavoro digitale soluzioni diverse e più dignitose. Una forma di auto imprenditorialità che può essere realmente attrattiva per i giovani. Esalta il ruolo della cooperazione come impresa fondata sul lavoro, sull'educazione e sul capitale umano.



LE NOSTRE SFIDE FUTURE

Tra identità culturale cooperativa e cooperazione per la cultura

Abbiamo già citato le due importanti iniziative che hanno approfondito nel post Pandemia il nesso tra cultura cooperativa e cooperazione per la cultura.

La sessione di Seul ha avuto luogo il 1° dicembre 2022 con la partecipazione di esperti e cooperative da ogni parte del mondo e ha sviluppato due temi, quello della cultura cooperativa in antitesi alla corporate culture e quello della salvaguardia del C.H., che assumono particolare evidenza in connessione al Riconoscimento dell'Idea cooperativa nella Lista del Patrimonio Intangibile di Unesco, avvenuto nel 2016 grazie alla candidatura della Germania.

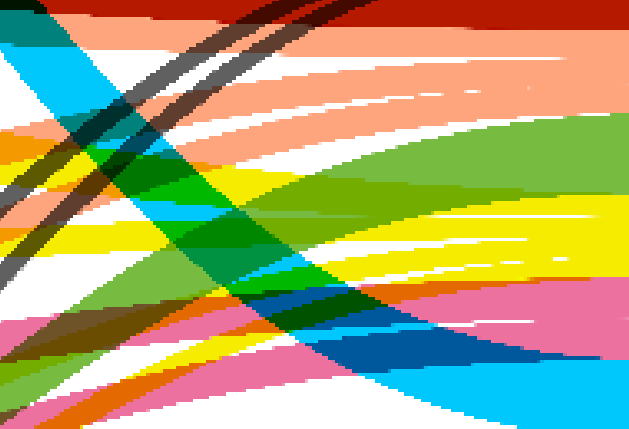
La cooperazione culturale italiana, anche rispetto ad altre significative ma più isolate esperienze nel mondo, si è distinta per aver fatto dell'idea cooperativa proprio uno strumento di cura sia dei bisogni culturali individuali che delle esigenze di tutela e sviluppo del Cultural Heritage, interpretando al meglio il Riconoscimento Unesco la cui portata la stessa Organizzazione, secondo le stesse parole del Presidente, non aveva ancora pienamente colto:

“a) it seems to us that the cooperative movement has not yet fully seized the opportunities (internal and external) emanating from the aforementioned UNESCO recognition; b. cooperatives have yet not optimized the definitional component of the identity statement which in 1995 articulated that in addition to social and economic needs and aspirations, the aspect of culture as fundamental to the idea, meaning and practice of cooperatives, especially in the 21st century and in the interest of involving the future of the movement which aims to be inclusive, equitable and diverse. In addition, the topic is one of the necessary manifestations of the 5th principles on education, training and CONGRESS SESSION REPORT 3 information, and the 7th principle on concern for community ALSO BEING increasingly understood as the sustainable development principle”

Ugualmente la Presidente CulTurMedia ha contribuito, in rappresentanza di Alleanza delle Cooperative Cultura, al Side Event UNESCO World Conference on Cultural Policies and Sustainable Development - Mondiacult 2022, ospitato da ICA (in collaborazione con CICOPA e Cooperatives of Americas) a Bruxelles il 26 settembre 2022, mirato a evidenziare come le cooperative possono essere un partner strategico nell'accelerare the Sustainable Development Goals (SDGs) attraverso il settore culturale e creativo.

“Leaders and practitioners active in cooperatives, culture, politics and education joined panels and discussions held in person (in Brussels, Belgium) and online, exploring the links between coops and culture, and how these links could be strengthened and developed for a sustainable future”

La soluzione cooperativa d'altra parte può rappresentare per l'Unesco, in specie dopo la grave crisi pandemica e le altre crisi in corso, quel modello resiliente e di scala internazionale per la cura e la promozione della risorsa culturale, che contribuisce allo sviluppo sostenibile grazie ai propri principi, ed in particolare la partecipazione delle comunità alla cura dei beni comuni, la riduzione delle disuguaglianze anche territoriali, lo scambio di pratiche e di dialogo a livello mondiale, la promozione dell'educazione e del lavoro dignitoso.



LE NOSTRE SFIDE FUTURE

Il riconoscimento dell'idea cooperativa nella Lista del patrimonio intangibile dell'Unesco impone pertanto alla cooperazione la responsabilità rispetto al proprio ruolo nelle trasformazioni culturali e nella cura dei valori culturali delle comunità in modo partecipato, inclusivo, multiculturale.

Ci pone al centro della discussione sul contributo della cultura allo Sviluppo Sostenibile (vedi la Dichiarazione dei Ministri della Cultura al G20 e la Dichiarazione finale Unesco 2022 Mondialcult 2022), sul tema della governance partecipata del patrimonio culturale (Conclusioni del Consiglio Europeo sulla Governance Partecipativa del patrimonio culturale (2014/C 463/01) e ci chiama a contribuire al prossimo **Piano di Lavoro dell'UE per la cultura 2023-2026**, attraverso quei tavoli partecipati previsti nel Progetto di risoluzione del Consiglio sul Piano di lavoro.

Al contempo il riconoscimento rafforza e tutela il modello cooperativo anche di fronte ai repentini mutamenti politici e lo pone come piattaforma internazionale per le sfide del futuro.

Le molte buone pratiche della cooperazione culturale contengono già gli elementi distintivi per il riconoscimento del ruolo della cooperazione nello sviluppo sostenibile e nella realizzazione degli obiettivi 2030: compito del congresso è farle emergere, raccontarle anche sotto il profilo dell'impatto che ogni presidio culturale cooperativo genera ed estrarne raccomandazioni. La misurazione e il racconto di questo impatto sarà la nostra comune sfida dei prossimi anni, anche avvalendosi di un patrimonio di saperi condiviso: ad esempio la lunga esperienza di rendicontazione di sostenibilità di alcune grandi cooperative culturali, come Coopculture, che hanno già utilizzato a questo scopo proprio il Framework Unesco per la rendicontazione dei propri impatti. Framework che ha raccolto in 4 dimensioni trasversali i 17 goals dello sviluppo sostenibile.

- *«Environment & Resilience» (SDGs 2, 6, 9, 11, 12, 13, 14, 15 e 16) evidenzia il ruolo della Cultura per uno sviluppo sostenibile a principalmente riferito all'ambiente;*
- *«Prosperity & Livelihood» (SDGs 8, 10 e 11) si riferisce al ruolo nelle strategie di inclusione di beni e servizi, al lavoro, alla partecipazione e alle comunità;*
- *«Knowledge & Skills» (SDGs 4, 8, 9, 12, 13) mette al centro l'importanza delle soft e hard skills esistenti o da valorizzare per attivare processi di empowerment e capacity building;*
- *«Inclusion & Participation» (SDGs 9, 10, 11, 16) si concentra sulla partecipazione e su come le pratiche culturali favoriscono l'inclusione sociale.*

È straordinaria la coincidenza tra questi concetti e le caratteristiche intrinseche della cooperazione: prosperità piuttosto che competitività, resilienza, competenze, centralità delle persone, attitudine alla collaborazione.

LE AZIONI:

- AVVIARE UNA RENDICONTAZIONE SCIENTIFICA DELL'IMPATTO DEL NOSTRO SISTEMA;
- CONTRIBUIRE AL PERSEGUIMENTO DI UNA SEMPRE MAGGIORE COLLABORAZIONE TRA UNESCO E ICA PER UN NETWORK MONDIALE COOP FOR CULTURE;
- PARTECIPARE AI GRUPPI DI LAVORO DELLA COMMISSIONE EUROPEA PER IL NUOVO PIANO, PER LA CULTURA COME PREVISTI DAL "PROGETTO DI RISOLUZIONE DEL CONSIGLIO SU UN PIANO DI LAVORO DELL'UE PER LA CULTURA PER IL PERIODO 2023-2026".



LE NOSTRE SFIDE FUTURE

Modelli innovativi, ibridi e territoriali

Si tratta di un tema che si collega al precedente, in quanto uno dei Focus su cui Unesco ha attenzionato la cooperazione del settore è proprio la capacità di adottare modelli scalabili e replicabili per la salvaguardia e la promozione per le generazioni future dei commons goods, tra cui il patrimonio culturale tangibile (beni culturali ma anche paesaggio) ed intangibile (tradizioni, saperi). Il modello cooperativo del settore può generare forme applicabili ai diversi contesti, ai diversi stakeholders e alle diverse scale: è quindi ibrido sia nelle forme (rispetto alla tradizionale distinzione tra pubblico e privato, tra terzo settore e imprese, tra cooperative sociali e cooperative di produzione e lavoro, tra reti e consorzi) che nei settori di mercato, ma al contempo sartoriale adeguandosi ai diversi contesti: città, periferie urbane, piccoli comuni, aree interne, parchi naturali eccetera.

Rispetto alle forme l'approccio cooperativo presenta soluzioni sia per una scala locale che territoriale, regionale, interregionale, transfrontaliera. Nelle città, nei quartieri, nei piccoli paesi le **cooperative di comunità** coinvolgono i cittadini nella riscoperta e messa a valore dei beni comuni tangibili ed intangibili talvolta dimenticati e attraverso i **partenariati speciali pubblico-privati** (in cui pubblico e privato cooperano) si riannodano spazi o edifici pubblici, parchi e borghi, attraverso un piano condiviso con le Amministrazioni Pubbliche di riuso dei beni di valore storico-artistico e naturali spesso sottoutilizzati.

Su una scala più ampia, territoriale, le **reti cooperative** tra imprese, associazioni ed anche istituzioni locali, costruiscono modelli di economia territoriale o tematica collaborativa/circolare, vere e proprie filiere intersettoriali e pratiche di sussidiarietà verticale ed orizzontale, che attorno alla riscoperta culturale muovono anche turismo, enogastronomia, produzioni locali, creatività, innovazione, servizi di prossimità per l'assistenza sia dei cittadini che dei turisti. Ne sono un esempio alcune DMO (Destination Management Organization) a guida cooperativa che propongono un approccio integrato allo sviluppo culturale e turistico dei territori, in Abruzzo, nel Lazio, in Emilia Romagna.

L'approccio cooperativo può essere un moltiplicatore di partecipazione e di rete nella costruzione di nuove economie di comunità, filiere intersettoriali partecipate e modelli di co-progettazione dello sviluppo che nascono dal basso e sono sartoriali nei territori ma che il network cooperativo riesce ulteriormente a qualificare e moltiplicare.



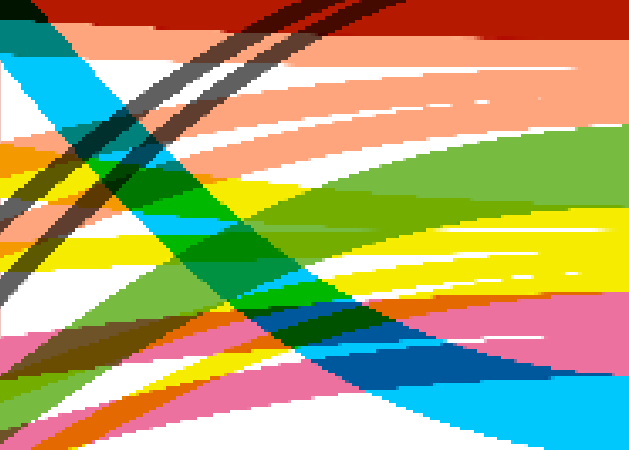
LE NOSTRE SFIDE FUTURE

- ad esempio il **welfare socio culturale** un mix tra servizi di prossimità, comunità educanti, assistenza sanitaria, accessibilità universale ai beni culturali, laboratori teatrali o artistici partecipativi;
- le **rigenerazioni urbane** attraverso il nuovo Bauhaus, un mix di riqualificazione abitativa, architettura innovativa, housing sociale, redesign di spazi di socializzazione e cultura, musei di comunità, sport sociali, orti sociali diffusi;
- le **rigenerazioni territoriali** e destinazioni turistiche integrate, un mix di biodiversità, agricoltura sostenibile, ricettività diffusa, editoria del territorio, cammini e percorsi, parchi attrezzati e centri visita e di educazione ambientale, mobilità sostenibile, percorsi out door e palestre sportive all'aria aperta, borghi e botteghe, orti diffusi;
- ma ancora le **piattaforme di reti** di nuovi professionisti della cultura e della creatività che uniscono molte nuove figure professionali.

Negli ultimi anni abbiamo assistito ad una accelerazione della partecipazione cooperativa a questi modelli ibridi di sviluppo a base culturale, prima in forma pionieristica (le già citate Call Viviamo Cultura, i primi HUB Culturali urbani) oggi più diffusa e sostenuta anche da misure importanti del PNNR e della prossima Programmazione italiana ed europea: il turismo sostenibile e di comunità, il piano borghi, l'area del cratere, gli itinerari culturali europei, la partecipazione culturale per il benessere delle comunità e la cura del patrimonio culturali per la protezione dell'ambiente e del clima.

Oggi su alcuni di questi asset la Cooperazione è considerata tra i primi interlocutori in sinergia con altre organizzazioni e tavoli in cui si condividono prospettive e ci si confronta insieme con alcune istituzioni, in un'ottica di partner strategico. Ma le azioni sono ancora molte sia sul piano nazionale che europeo.

Una sfida consisterà nello spingere le Amministrazioni a sostenere lo sviluppo di questi modelli, perché necessari soprattutto al futuro dei territori, con adeguate semplificazioni, e da parte nostra la messa a sistema di tutti gli strumenti (progettuali, finanziari, formativi, promozione cooperativa) interni (Coopfond ma anche le finanziarie regionali) ed esterni, come le Fondazioni Bancarie.



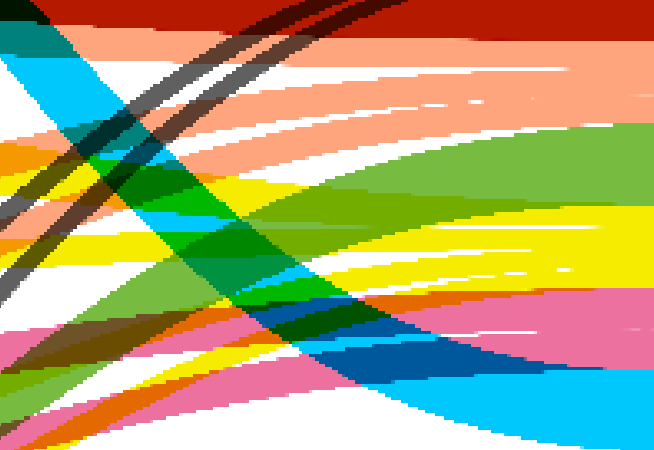
LE NOSTRE SFIDE FUTURE

OCSE

Le cooperative sono organizzazioni dell'economia sociale con una prevalenza di caratteristica di impresa (OECD) doppia missione economica e sociale, inglobano i fabbisogni prioritari sia umani che del contesto. Sperimentano con nuovi modi di cooperazione nello sviluppo di place based solutions

LE AZIONI:

- PROMUOVERE MODELLI COOPERATIVI PER CONIUGARE LA PARTECIPAZIONE DELLE COMUNITÀ AI PROCESSI DI SALVAGUARDIA E VALORIZZAZIONE DEL VALORE TERRITORIALE, A IMPRENDITIVITÀ, LAVORO E USO CONSAPEVOLE DELL'INNOVAZIONE TECNOLOGICA A SUPPORTO DEL SISTEMA E DELLE RETI;
- RAFFORZARE L'OSSERVATORIO SUL PARTENARIATO PUBBLICO PRIVATO COMPOSTO DA ALLEANZA DELLE COOPERATIVE, ANCI E TERZO SETTORE COME LUOGO DI CONOSCENZA E RACCOLTA DEI CASI E VEICOLO DI CAPACITY BUILDING ANCHE NEI CONFRONTI DEGLI AMMINISTRATORI LOCALI;
- ACCELERARE LA CUCITURA TRA LA DIMENSIONE NAZIONALE E QUELLA LOCALE, RENDENDO ACCESSIBILI LE OPPORTUNITÀ E LE INNOVAZIONI AL MAGGIOR NUMERO DELLE COOPERATIVE, FAVORENDO SCAMBI, TRASFERIMENTI DI ESPERIENZE, DECLINAZIONI TERRITORIALI DI MODELLI REPLICABILI.



LE NOSTRE SFIDE FUTURE

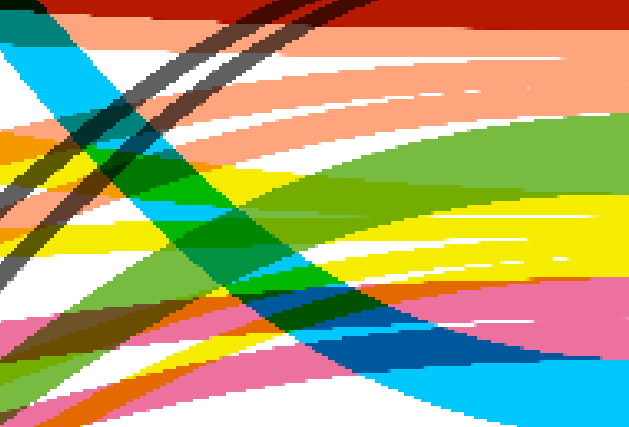
Un patto per il lavoro culturale e per l'educazione alla cooperazione

Il secondo focus che collega cultura cooperativa e cooperazione per la cultura è il tema centrale del lavoro, l'educazione dei soci, l'autonomia. Anche su questo punto **Unesco** ha riposto particolare interesse. Lo stesso OECD all'interno di un recente Paper della serie Local Economic and Employment Development (LEED) ha evidenziato che le coop giocano un ruolo anticiclico nella creazione di lavoro e che nelle crisi possono contribuire a **rafforzare link tra economia, inclusività e sostenibilità**.

E' infatti quanto è accaduto durante la Pandemia, facendo emergere due rilevanti risultati: la cooperazione del settore ha perso molto fatturato ma non egualmente occupazione (a fronte di un dato nazionale di oltre 50.000 occupati in meno), la cooperazione del settore ha svolto un ruolo determinante, insieme a molte altre associazioni, in difesa dei lavoratori della cultura e della creatività, fino al nuovo Disegno di Legge sullo Spettacolo dal Vivo che riconosce il reddito di discontinuità dei lavoratori dello spettacolo.

La cooperazione quindi non si è limitata a richiedere quelle necessarie misure assistenziali nei confronti dei lavoratori, ma consapevole che anche l'occupazione in questo settore ha caratteristiche di "diversità", ed in particolare una condizione di grave precarietà, si è attivata per studiare tutte le tutele adeguate alle caratteristiche di discontinuità connaturate allo stesso lavoro creativo. La flessibilità, l'indipendenza, la stagionalità e perfino la intermittenza, sono caratteristiche del lavoro culturale e creativo, che necessita quindi di particolari tutele sotto forma di misure atte a raggiungere anche i lavoratori nascosti, quelli autonomi o quelli subordinati ma intermittenti.

Durante la crisi quindi si è confermato che l'impresa cooperativa è l'unica in grado di conciliare autonomia e tutela superando quell'isolamento e frammentarietà che rendono ancora fragilissimo il nostro mondo, conferendo al contempo dignità e ruolo sociale al professionista culturale e quindi anche una responsabilità nei confronti di quegli obiettivi che rendono arte e cultura un servizio indispensabile per le comunità. Una forma di **autoimprenditorialità sociale** che consente di far convivere il ruolo di socio e quello di lavoratore e quindi straordinariamente interessante per i professionisti, gli artisti e i tecnici che vogliono mantenere autonomia ma nello stesso tempo non rinunciare alle giuste tutele. Lo dimostra anche una recente ricerca della fondazione Centro Studi Doc centrata sulle nuove professioni, come i lavoratori che operano sulle piattaforme.



LE NOSTRE SFIDE FUTURE

La cooperazione pertanto è diversa, seppure complementare, rispetto al Terzo Settore: le cooperative sono organizzazioni no profit ma sono anche imprese centrate sul lavoro, che anche in questo settore mirano a trasformare il lavoro informale in lavoro formale, a superare il precariato e il lavoro sommerso. Il nostro Contratto Spettacolo sottoscritto nel 2020 è stato il primo Contratto che già prevedeva la figura di lavoratore intermittente rappresentando così la complessità di un settore del tutto originale.

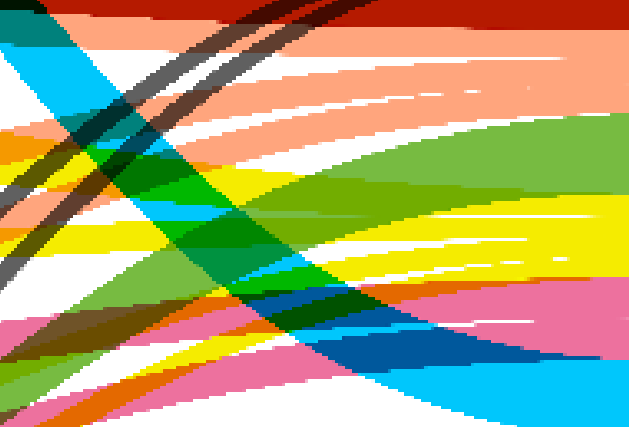
Esiste anche un altro principio della cooperazione, quello dell'educazione dei soci, che ci rende protagoniste al contempo della sfida delle politiche attive del lavoro, ed in particolare l'innalzamento delle competenze dei soci: un ruolo che la cooperazione culturale è chiamata a svolgere sia in quanto agente di cambiamento e di "umanizzazione" anche nelle sfide digitali e green sia di impresa intergenerazionale che deve mirare anche alla formazioni di giovani futuri cooperatori.

La raccomandazione allo sviluppo delle nuove professioni per le ICC presso i giovani è molto forte in Europa.

Una raccomandazione ripresa dalle conclusioni del Consiglio "**Costruire una strategia europea per l'ecosistema delle industrie culturali e creative**", 4 aprile 2022, al seguente punto:

Stimolare lo sviluppo e il miglioramento delle competenze, l'istruzione e la formazione, ad esempio: avviare uno studio di valutazione sulle nuove professioni e competenze necessarie alla transizione digitale, al fine di garantire e promuovere la diversità culturale, ed elaborare raccomandazioni in materia di competenze che siano efficaci, favorevoli alla diversità e alla parità e adeguate al mondo digitale e ai nuovi vincoli competitivi, quali le questioni di reperibilità;

e dalle **Conclusioni del Consiglio sulle giovani generazioni creative (2019/C 189/06)**, che a fronte della considerazione che "i giovani necessitano di nuove competenze per far fronte a sfide specifiche quali la disoccupazione, l'esclusione sociale, la migrazione e le nuove tecnologie..." invitano gli Stati Membri a: *favorire la partecipazione dei giovani alla vita culturale... incentivare la cooperazione tra scuole e organizzazioni culturali... incoraggiare lo sviluppo di incubatori di imprese nel settore culturale e creativo... sostenere partenariati tra professionisti della cultura e della creatività e le industrie, al fine di integrare scienze e tecnologie all'avanguardia con creatività, arte e design.*



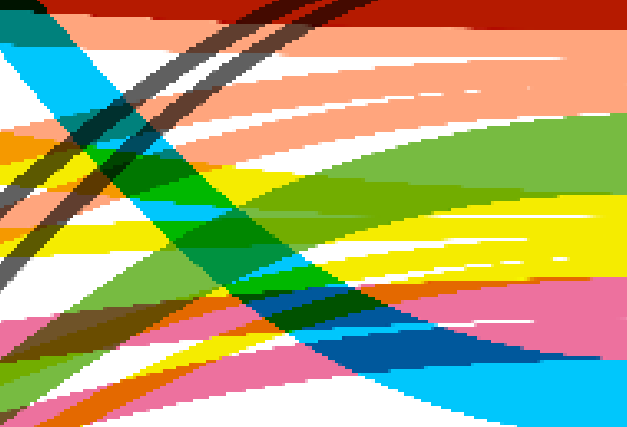
LE NOSTRE SFIDE FUTURE

LE AZIONI:

- TAVOLO CONGIUNTO CON LE ALTRE ASSOCIAZIONI DATORIALI E I SINDACATI PER UNA CORNICE CONTRATTUALE UNITARIA NEL RISPETTO DELL'ECOSISTEMA DELLE IMPRESE CULTURALI E CREATIVE;
- POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO;
- RAPPORTI CON IL MONDO DELL'UNIVERSITÀ PER LA DIFFUSIONE DELLE COMPETENZE NECESSARIE E LA PROMOZIONE DI COOPERAZIONE.

Allo stesso tempo nella cooperazione culturale si sperimenta anche il fatto che i soci sono produttori e fruitori di cultura allo stesso tempo: anche in questo caso un'opportunità che, se condivisa e messa in rete su una scala più ampia di costruzione di punti di incontro tra produttori e consumatori e di filiera tematica intersettoriale e di rete di competenze, potrebbe generare forme nuove di economia circolare, piattaforme digitali condivise di acquisto, e connessioni con altri settori del mondo della cooperazione in primo luogo il nostro mondo del consumo che già ha sperimentato a livello locale alcune progettualità con la cooperazione culturale (ad esempio in Toscana).

Questa auspicabile alleanza tra cooperazione di consumo e cooperazione culturale, se estesa su scala nazionale, potrebbe generare un modello innovativo che alimenta la partecipazione culturale consapevole contribuendo a fronteggiare il grave calo di domanda culturale nel nostro Paese.



UN RUOLO NUOVO PER UNA NUOVA ORGANIZZAZIONE DI RETE

Durante le nostre assemblee regionali non pochi Presidenti delle nostre associazioni regionali hanno riconosciuto in CulTurMedia un settore che ha saputo reagire alla crisi provando a ri/co-progettare il proprio futuro, e soprattutto in molti casi l'ambito su cui maggiormente puntare per lo sviluppo dei loro territori.

Questo risultato sarebbe stato certamente impossibile se le cooperative non si fossero riunite in un'unica associazione che ha contribuito a formulare visioni, capitalizzare best practise e opportunità concrete, impegnandosi a diffonderle e condividerle. Conoscenza, rete e formazione sono stati i punti che, con le pochissime risorse a disposizione, abbiamo cercato di presidiare in questi anni, svolgendo un ruolo innovativo sul quale anche tutta l'associazione sta riflettendo, come emerge dal Documento Congressuale Legacoop Nazionale predisposto per il Congresso nazionale a marzo 2023.

Anche rispetto a queste riflessioni circa il cambiamento di paradigma delle funzioni fondamentali di un'associazione di rappresentanza, CulTurMedia è un'avanguardia. Compito dei prossimi anni sarà strutturare un'organizzazione in grado quindi di svolgere funzioni ibride:

- di **advocacy per le politiche e le programmazioni** ma cercando di non frammentare l'azione ed inseguire ma prevenire, provando a sottoscrivere Patti, insieme alle altre associazioni (come nel manifesto Cultura è futuro), con i diversi livelli istituzionali sulle tematiche più rilevanti (ad esempio il superamento delle gare al massimo ribasso, la tutela del lavoro equo); e i singoli comparti;
- di **trasferimento di capacity building** e di scambio di buone pratiche su strategie e progettazioni integrate intersettoriali innovative, anche in sinergia con gli altri settori di Legacoop e altri attori pubblici e privati dei diversi contesti territoriali;
- di **cabina di regia** per rendere accessibili e a sistema gli strumenti dell'Associazione su scala nazionale e regionale e metterli in connessione con altri strumenti esterni attivi nel settore (ad esempio le Fondazioni bancarie);
- di **promozione di nuova cooperazione** puntando sui giovani, sulle nuove professioni creative e sulle nuove competenze in un'alleanza strutturata con il mondo della formazione.

Un compito anche questo da svolgere in sinergia con altri attori del paese in primis con il mondo della Formazione. E non è un caso se sempre maggiori sono le occasioni di confronto tra il nostro sistema e le Università o gli ITS, ma che nei prossimi anni dovranno diventare sempre più strutturate.

POSTFAZIONE

Riflessioni sul futuro di CulTurMedia

In collaborazione con Roberto Lippi, presidente Fondazione Barberini

Se andiamo a prendere la definizione di cooperativa fissata dall'ICA leggiamo: “l'impresa cooperativa è un'autonoma associazione di persone, volontariamente unite per soddisfare bisogni e aspirazioni di carattere economico, sociale e culturale...”.

Se, per i primi due termini è abbastanza chiaro il senso - il binomio economico-sociale ha da sempre definito il modello cooperativo proprio come risultato del bilanciamento tra i due ambiti - è un po' più complicato capire cosa si deve intendere col terzo termine: cultura.

La parola cultura è scivolosa: difficile da mettere a fuoco in quanto è dappertutto e in nessun luogo. Sembra qualcosa di etereo mentre invece è carne e nervi del nostro stare insieme. Questa sua indeterminatezza in un certo senso per “eccesso di senso”, spesso ci porta a semplificare e valutare la cultura semplicemente pensandola economicamente.

Ma la cultura non è solo produzione di valore. Certo con la cultura si mangia e si fattura più di quanto solitamente non si creda, ma al di là di questi aspetti contabili va detto anche che la cultura è innanzitutto un “bene di stimolo” per dirla con una felice espressione di Scitovsky e quindi molto di più che un bene di confort.

La cultura è molto più simile a un servizio abilitante che a un prodotto da consumare dopo averlo impacchettato a beneficio di fasce più o meno ampie di popolazione, a cui propinare “confezioni di cultura su misura”.

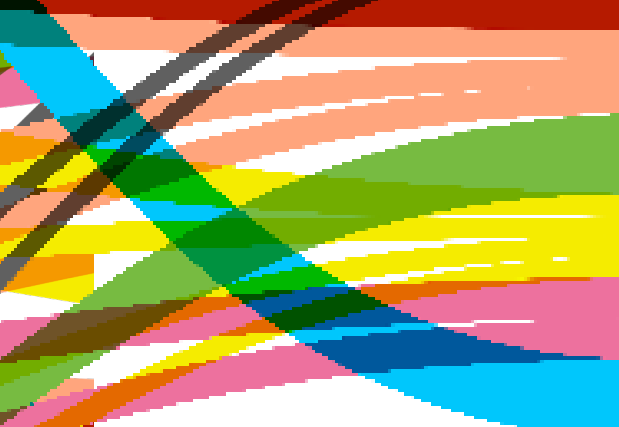
Cultura buona per acquisti d'impulso: cultura “alta” e cultura “bassa”; “Kultura” con la K e cultura d'intrattenimento, che ha pure una variante a matrice informativa, il famigerato infotainment.

Su questa china si potrebbe proseguire a lungo col risultato di produrre, temiamo, poco più che gomitoli di “lana caprina”.

E allora forse è il caso di cominciare a dirsi che la cultura è molto di più di un settore e spezzettarlo non gli fa bene.

La cultura è un ricco ecosistema biodiverso (altrimenti sarebbe “mono-cultura”: pensiero unico), capace di farci superare crisi e difficoltà; è luogo di un lavoro ricorsivo, di divergenza di significati e di convergenze di senso.

È crocevia dove la cooperazione può indugiare per provare a immaginare tasselli di mondo da mettere a terra, come spesso sa fare, e migliorarli dopo averli prototipati. Per questo è importante dare corpo alla soddisfazione di bisogni e aspirazioni di carattere anche culturale che la cooperazione persegue nel suo realizzarsi.



POSTFAZIONE

La cooperazione, infatti, se si è “realizzata” come sistema economico e sociale non lo ha fatto pienamente in quanto sistema culturale: cosa vuol dire in concreto cultura cooperativa? Quanto la pratica cooperativa è dentro i luoghi di produzione di cultura e saperi? Le scuole, le università, i media, le arti...

É vero c'è CulTurMedia: una sorta di presidio diffuso di imprese cooperative, ma forse troppo polverizzato e segmentato (i suoi tanti sottosettori, i suoi territori, i suoi temi ricorrenti...) per esercitare la necessaria pressione culturale.

CulTurMedia, per chi la guarda dall'esterno, non sembra avere un un baricentro. Appare come un rassemblement di organizzazioni solo apparentemente omogenee: i problemi di chi fa editoria sono diversi da quelli di chi fa turismo o di chi fa produzione di contenuti culturali.

Eppure c'è qualcosa che accomuna tutti questi comparti oltre al fatto non indifferente di essere tutte cooperative. Sta nella natura di ciò che produce, che non è prodotto tangibile in senso pieno, ma qualcosa di più immateriale, di più intangibile e allo stesso tempo pregnante, in quanto capace di modellizzare il sentiment di una comunità e la sua attitudine a innovare e trasformare.

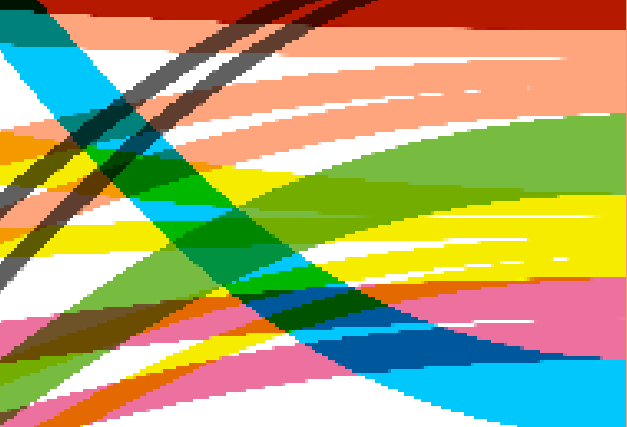
La cultura, o meglio, le imprese in qualche modo afferenti a questo comparto sono sempre state figlie di un dio minore a ogni latitudine, e anche in Legacoop.

CulTurMedia, con il suo ombrello largo, ha cercato di far fronte a questa “minorità” cercando alla maniera cooperativa di fare massa critica, aggregare domanda nella speranza che il tutto fosse più della somma delle parti...

Serve invece un elemento comune in grado di catalizzare coerentemente missione e identità.

Il software comune che muove la cooperazione è il mutualismo che è la cellula staminale comune a ogni cooperativa prima di specializzarsi in cooperativa sociale, di consumo, agricola, culturale, editoriale ecc. Qui probabilmente occorre volgere lo sguardo quando parliamo di cultura cooperativa.

Oggi il mutualismo può diventare software delle future società senza insistere su una sua presunta superiorità morale - l'altruismo buono vs l'egoismo cattivo - ma per due solidi motivi:



POSTFAZIONE

1. le esternalità positive che tale pratica riesce a generare sulla comunità (vedi 7° principio), soprattutto in termini di più equa redistribuzione del valore generato, favorendo prosperità diffusa;
2. l'allargamento della partecipazione dei cittadini anche alla sfera economica e non solo politica; aspetto tra l'altro sancito dall'articolo 3 della nostra Costituzione.

L'effetto TINA (there is no alternative) di thatcheriana memoria, che ha bloccato ogni sortita del possibile per tanti anni, sembra non avere più la medesima solida presa sulla produzione di futuro.

In questo nuovo scenario in mutamento, la cultura può e deve svolgere un ruolo decisivo nella costruzione di una nuova “ragnatela di significati” entro la quale far evolvere segmenti di mondi in trasformazione.

Questo ci sembra essere lo specifico della cooperazione in tema di cultura.

Quando i Pionieri (che erano Equi più che Probi) acquisirono il pieno controllo dell'edificio in cui aprirono il loro primo negozio in Toad Lane a Rochdale, una cosa che fecero fu di trasformare il primo piano in una sala di lettura dove leggere, ma anche interessarsi di quelle tecnologie emergenti come la lanterna magica, da cui sarebbe gemmato il cinema.

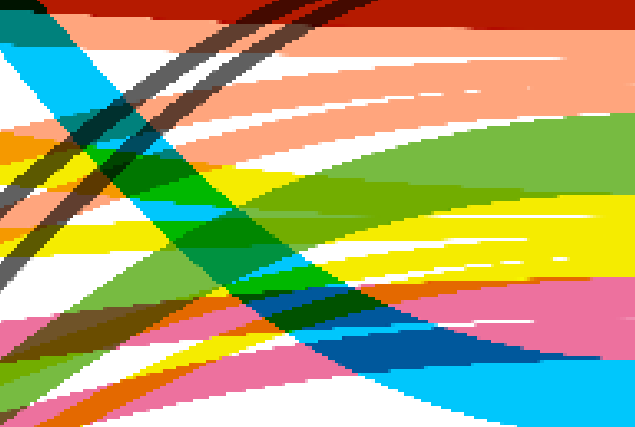
Oggi Cultumedia può essere quel primo piano dell'edificio cooperativo. Un piano dove lo scambio mutualistico si nutre con una prospettiva culturale in grado di creare un “habitus” cooperativo riconoscibile.

Uno stile cooperativo distintivo, che intercetti una richiesta di reciprocità e di solidarietà in crescita e per troppi anni oscurata da un'idea di mondo individualista e fintamente auto- realizzativo.

Qualche segnale in tal senso sembra esserci.

Secondo i dati dell'Osservatorio Legacoop-Ipsos, l'80 per cento degli italiani avverte la necessità di più cooperazione tra le persone (in crescita del 10 per cento nell'ultimo anno), il 79 per cento sottolinea l'esigenza di sviluppare nuove forme di condivisione (+ 10 per cento). Infine, il 72% segnala la necessità di intensificare le forme di mutualismo e scambio tra i singoli (+11 per cento dal 2021 al 2022).

É come se il dopo-covid, paradossalmente, avesse ridimensionato la prospettiva imunitaria (fatta di iperindividualismo, difesa delle “piccole patrie” e dogma della competizione) e favorito quella civica e comunitaria, più propensa alla cooperazione e al mutualismo, all'accoglienza dell'altro, al benessere di tutti e non solo di pochi.



POSTFAZIONE

Coltivare e alimentare la crescita di questi nuovi virgulti può essere il grande ruolo di CulTurMedia; senza pretese egemoniche, ma con una missione chiara: favorire l'impianto del seme culturale nella cooperazione tutta.

- da quella sociale (come suggeriscono Venturi e Zandonai nel loro libro Neomutualismo), a quella di abitanti per riformulare una nuova cultura dell'abitare e dei servizi annessi;
- dalla cooperazione di consumo a quella agroalimentare, per continuare a impattare sui necessari cambi di stili di vita;
- da quella di trasporti per contribuire a decarbonizzare un settore troppo dimenticato, a quelle di comunità per costruire una cultura della rigenerazione in chiave sociale che vada oltre la mera riqualificazione;
- da quelle energetiche per costruire nuova consapevolezza e abilità sui temi della transizione ecologica ed energetica, a quelle rinate (WBO) dove ospitare una nuova cultura del lavoro sensato e inaugurare laboratori di cultura d'impresa più armoniosi e in grado di ricucire l'antico dissidio tra capitale e lavoro.

In questo senso si può dire che la cultura mutualistica favorisce fiducia e contribuisce a generare capitale sociale; stimola l'organizzazione della domanda e dei bisogni e presuppone impegno e partecipazione, nella definizione delle strategie e nei processi di decisione.

Oggi in un'epoca di trasformazioni epocali, forse, per la cooperazione a matrice culturale, può aprirsi lo spazio per un nuovo e necessario protagonismo, capace di inner-vare l'intero movimento cooperativo.

Per ritrovare, forse alla fine, quella attitudine trasformativa che la cooperazione ha sempre incarnato, facendosi vettore di pratiche e di "contenuti culturali" a beneficio sia del suo "interno" che del suo "esterno", così come indicato dal 5° principio cooperativo.

Un principio di grande attualità, ma che forse andrebbe scrostato da un certo approccio catechizzante, per aprirsi ai tanti immaginari emergenti che competono per diventare "nuova tradizione" e alle tante tecnologie dirompenti – dalla blockchain all'AI – non per "copiarle e incollarle", ma per metterle al servizio della nostra cultura e dei nostri valori.

Beninteso, non si tratta di insegnare alcunché a nessuno, (che vuol dire imprimere i nostri segni), ma di educare (da ex ducere, che vuol dire tirare fuori, favorire l'emersione), nella convinzione che, come diceva Nelson Mandela, "L'educazione (e la cultura aggiungiamo noi) è l'arma più potente che si possa usare per cambiare il mondo."