

Il Valore della Cultura verso il II congresso di Culturmedia

Giovanna Barni | Presidente CulTurMedia Legacoop

slide presentate alla Presidenza di Legacoop il 19 ottobre 2022



Il valore prodotto nel primo mandato

- In sintesi le principali evidenze e caratteristiche che emergono dalla fotografia di questi anni difficili: prospettive e direttrici per il futuro ma anche sperimentazioni di pratiche concrete

Multisciplinarietà e pluralismo nei progetti di ACI cultura turismo comunicazione

- **Le nostre iniziative istituzionali multidisciplinari: un presidio complesso su tanti diversi temi**
- **Viviamo Cultura** | il sostegno alle nuove forme di partenariato speciale pubblico/privato previsti dall'art. 151 c.3 del codice dei contratti pubblici per la rigenerazione del patrimonio culturale
- **Salone del Libro di Torino** | l'esposizione dell'editoria e informazione indipendente e plurale. Il sostegno alla lettura e all'informazione di prossimità per nuovi stili di vita e di abitare
- **BITAC** | la Borsa del Turismo associativo e cooperativo. Lo sviluppo integrato e sostenibile e le nuove forme di turismo e tempo libero
- **Obiettivo Lettura** | le cooperative impegnate in attività di promozione della lettura e di contrasto alla povertà educativa
- **ArtLab** | il contributo cooperativo alla definizione di un pensiero contemporaneo nelle politiche culturali

Capacità di resilienza e ripartenza innovativa nei territori. I nostri limiti

- **La Pandemia** | gravi conseguenze sull'economia della Cultura, del Turismo e dell'editoria. Al contempo riconoscimento di misure emergenziali dedicate e ampliate a tanti settori: ristori diffusi, sgravi contributivi, reddito di discontinuità
- **Il PNRR** | Cultura e Turismo per l'innovazione e la competitività del Paese: interventi trasversali e un nuovo approccio (rigenerazione piccoli comuni e aree rurali, formazione 4.0, digitalizzazione, transizione verde, fondi creatività ecc.)
 - Il progetto **Borghi** del MiC | linee «A» e «B». Il bando in uscita per i soggetti privati che operano nei Comuni che sono risultati vincitori sulle linee di bando «A» e «B».
 - Il Fondo complementare per le aree del **cratere** sismico | coordinare le cooperative per proporre soluzioni nuove, radicate sul territorio, ai Comuni
 - Le altre misure utili | Parchi e Giardini, barriere architettoniche, paesaggio rurale, montagna, efficientamento energetico cinema e teatri
 - I fondi per la creatività, Turismo e Cultura 4.0
- **L'Unione Europea** e i progetti di sviluppo | Le politiche di coesione 2021_2027
- Molte opportunità presenti e future ma non tutte perseguibili a causa delle nostre scarse risorse: un danno non solo per Culturmedia ma per tutte le filiere limitrofe

Trasversalità e integrazione. Capacità di fare rete e alleanze

- **Legacoop Agro-Alimentare** | protocollo d'intesa per varie filiere di progetto
 - Intesa con **Federparchi**
 - GdL sul progetto **Borghi** per l'attivazione delle cooperative nei territori finanziati dal bando
- **Legacoop Abitanti** | la rigenerazione urbana e la capacità trasformativa della cultura. Prime progettualità integrate
- **Cooperazione di Comunità** | turismo e cultura tra gli asset principali
- **ANCI e Forum 3° Settore** | l'Osservatorio Nazionale sui Partenariati speciali pubblico/privato
- **Legambiente** | progettualità comuni su itinerari culturali e naturali interregionali
- **Via Italiana** | 20 associazioni insieme per un turismo ispirato al Bene Comune e ai valori etici e umanistici propri dell'Economia Civile.
- **Crearee | CRU Unipol** | strategie per lo sviluppo del Mediterraneo
- **ASVIS**. Partecipazione a gruppo di lavoro Cultura
- **Comitato Nazionale Borghi (istituito dal MIC)** : insieme a Touring, CNR, Borghi autentici, Aree interne e molti altri
- **Comitato di Sorveglianza sulla Programmazione 21-27 MIC**
- **ICA /UNESCO/ACI CULTURA/Fondazione DOC Servizi** | gruppo di lavoro su identità culturale, patrimonio culturale , goals di sviluppo sostenibile e lavoro creativo
- **Manifesto Cultura è futuro** | 30 associazioni della cultura insieme per una proposta comune alle parti politiche prima e dopo le elezioni
- **Symbola** | Seminari Treia e sinergie per Next Appennino

Consistenza
cooperative
diffusione
ibridazione con
altri settori

REGIONI	CULT URA	TURISMO	COMUNIC AZIONE	ALTRI*	TOTALE
ABRUZZO	2	16	3	17	38
BASILICATA	1	5	5	10	21
CALABRIA	8	14	5	33	60
CAMPANIA	15	18	6	28	67
EMILIA ROMAGNA	87	53	33	97	270
FVG	10	5	3	12	30
LAZIO	22	15	28	48	113
LIGURIA	6	28	7	19	60
LOMBARDIA	36	2	19	59	116

Consistenza cooperative diffusione ibridazione con altri settori

REGIONI	CULTURA	TURISMO	COMUNICAZIONE	ALTRI*	TOTALE
MARCHE	6	18	2	28	54
MOLISE	0	2	0	8	10
PIEMONTE	15	8	11	30	64
PUGLIA	26	14	11	23	74
SARDEGNA	20	53	7	56	136
SICILIA	12	56	9	118	195
TOSCANA	45	55	7	65	172
TRENTINO A.A.	16	1	11	15	43
UMBRIA	11	10	6	18	45
VENETO	8	4	9	33	54
	346	377	182	717	1622

* Cooperative che operano nei settori Culturmedia ma iscritte ad altri settori:
 ANCC **67** | ANCPL **104** | Abitanti **3** | Agro Alimentare e Pesca **16** | Servizi **279** |
 Sociali **227** | Sanicoop **2** | altro **18**

La visione : cultura è valore trasversale per la cooperazione in una prospettiva di cambiamento

- Con la crisi energetica, seguita alla crisi economica, si è definitivamente incrinato un modello di crescita solo quantitativo, accelerando la necessità di trasformazioni verso uno sviluppo più inclusivo, partecipato, equo, sostenibile cioè cooperativo
- Il **fattore culturale è strategico** per un nuovo modello di sviluppo:
 - inquadra le sfide all'interno di una necessaria visione culturale che concilia innovazione , coesione e sostenibilità
 - umanizza e smaterializza le transizioni digitali e green con infrastrutture educative, culturali e sociali e investimenti sul capitale umano
- La cooperazione culturale è una infrastruttura che già sperimenta **forme plurali , ibride e partecipate**, diffuse su tutto il territorio nazionale e con alto impatto sociale. Sono queste le caratteristiche originali con cui partecipa appieno all'economia sociale di stampo europeo (oltre alle coop culturali imprese sociali iscritte al Terzo Settore)
- Due asset quindi –cultura e cooperazione - prima marginali, oggi in grado di esprimere soluzioni più belle e **inclusive** per il nostro Paese ma anche in Europa e nel bacino del Mediterraneo (cfr. tema Bauhaus)
- Il congresso Culturmedia anticipa il Congresso Nazionale Legacoop incentrato sull'economia sociale con alcuni temi che possono contribuire e conferire valore aggiunto alla cooperazione tutta

1. identità culturale cooperativa patrimonio dell'umanità

- I contributo: **l'identità culturale cooperativa.**
- Cosa significa la cultura del cooperare e come comunicarla, promuoverla e renderla attrattiva per le future generazioni
- Il valore del riconoscimento dell'idea cooperativa nella Lista del patrimonio intangibile dell'Unesco :
 - responsabilità rispetto al proprio ruolo nelle trasformazioni culturali e nella cura dei valori e diritti culturali delle comunità in modo partecipato, inclusivo, multiculturale.
 - rafforza e tutela il modello cooperativo anche di fronte ai repentini mutamenti politici
 - Impegno internazionale nella cooperazione allo sviluppo e nel Dialogo Interculturale
- dal congresso ICA di Seul al Side Event di ICA al Mondialcult – congresso mondiale Unesco:
 - Cultura e creatività-patrimonio culturale e naturale- educazione - in forma cooperativa per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile
 - il racconto delle pratiche della cooperazione culturale italiana ed europea: Coopculture, le coop di comunità, i partenariati pubblico-privati; Doc e Start. La cooperazione agricola del Sud America

2. Cultura e cooperazione avanguardia di economie territoriali **sostenibili** e **solidali**

- **Il Contributo:** l'approccio **cooperativo nella valorizzazione dei commons (risorse culturali e naturali)** chiave per **rigenerazioni territoriali e urbane** con le comunità e per **modelli di governance** sussidiari, pubblico-privati e replicabili a diverse scale:
- a livello locale:
 - coop culturali e turistiche **di comunità**
 - **partenariati speciali pubblico privato di riuso dei B.C.**
- nazionale e internazionale
 - filiere e reti **intersettoriali** territoriali
 - **piattaforme di rete** cooperative nazionali e internazionali
- **Le nostre pratiche** : dai primi cantieri di modelli ibridi e partenariati di sviluppo a base culturale (Call Viviamo Cultura, i primi HUB Culturali urbani) ai Piani del PNNR : borghi, area del cratere, edifici rurali e giardini, cammini e itinerari
- Oggi su alcuni di questi *asset* Culturmedia è considerato **interlocutore** e **partner strategico** con altre organizzazioni e nel confronto con le Istituzioni
- **Sfide:** strumenti di *capacity building* tra la dimensione nazionale e quella locale, rendendo accessibili le opportunità al maggior numero delle cooperative, favorendo scambi, trasferimenti di esperienze, declinazioni di modelli replicabili.

3. Cooperative della creatività strumento per unire **lavoro** emancipazione **innovazione**

- **Il contributo: cooperazione culturale e creativa modello esemplare per l'emancipazione dei soci e delle comunità:**
 - fronte unitario a tutela dei **lavori** più discontinui e precari (ad esempio la difesa del reddito di discontinuità nelle nuove norme per lo spettacolo dal vivo)
 - laboratori per **nuove competenze** ibride , innovative, multidisciplinari, giovani talenti
 - **reti di presidi culturali ed educativi** per i soci e le comunità che le ospitano
 - i soci sono produttori e fruitori di cultura (**prosumer**)

Le nostre pratiche: cooperative di artisti , creativi e professionisti dell'innovazione ma anche cooperative di archeologi, educatori e divulgatori. La collaborazione con il **DTC** Regione Lazio. **Fondazione Doc** punto di riferimento e sintesi per ricerche e studi su lavoro creativo e le competenze innovative

Sfide : filiere intersettoriali, cooperazione tra settori tradizionali e settori creativi, piattaforme cooperative per lo scambio di competenze, reti di acquisto, consumo e produttori di welfare culturale ...

Culturmedia una risorsa per l'associazione?

- Le nostre caratteristiche (multidisciplinarietà, pluralità, multidimensionalità, partenariato pubblico-privato, radicamento nei territori, resilienza e capacità di innovazione) sono utili ad ibridare anche altre parti del sistema?
- Le modalità di intersezione tra le nostre visioni-strumenti-pratiche e i 4 pilastri (sostenibilità, lavoro, innovazione) possono rappresentare una declinazione originale e interessante?
- Le nostre pratiche territoriali possono essere un collante anche per filiere più ampie? Cfr. il cantiere di Culturmedia Liguria che spazia dai castelli ai cammini, dai centri visita alle apicolture, alle comunità digitali...
- L'economia della conoscenza e dell'innovazione potrebbero affiancare e potenziare l'economia sociale e meglio posizionare la cooperazione?

Ma con quali risorse?

- Culturmedia ha una struttura operativa molto (troppo) limitata così composta:
 - il supporto della segreteria generale di Legacoop,
 - 1/2 Responsabile Operativo Nazionale part-time
 - una rete di responsabili territoriali mai dedicati esclusivamente a seguire le cooperative CulTurMedia
- ma non è solo una questione operativa ma anche di marginalità interna
- al congresso sarà proposta una nostra mozione da allegare al documento congressuale per:
 - una organizzazione diversa e più inclusiva:
 - non più basata su steccati settoriali e sulla separazione delle diverse forme ma su aree strategiche intersettoriali e multiforme
 - non più basata sul dimensionamento solo quantitativo dei comparti ma rafforzando le macro progettualità
 - non più articolata in base a rigide separazioni regionali
 - una maggiore partecipazione nostra e dei nostri temi agli organi e alle rappresentanze esterne

Il percorso congressuale CulTurMedia

Roma, 22
febbraio 2023

- Consiglio di Presidenza CulTurMedia per la definizione del regolamento congressuale | 26 ottobre
- Direzione CulTurMedia | Entro fine novembre
- Congressi regionali CulTurMedia
- Congresso Nazionale CulTurMedia | 22 febbraio 2023

Il percorso congressuale CulTurMedia. Le tappe regionali in costruzione

ASSEGNAZIONE DELEGATI REGIONALI CONGRESSO CulTurMedia 2023 | CALENDARIO CONGRESSI

n° delegati	REGIONE	data congresso	note	Cultura	Turismo	Comunicazione	Altri	TOTALE
1	ABRUZZO			2	16	3	17	38
2	BASILICATA			1	5	5	10	21
2	CALABRIA			8	14	5	33	60
6	CAMPANIA			15	18	6	28	67
15	ROMAGNA	29 novembre 2022	Congresso a livello Regionale. Bologna					270
10	ESTENSE	29 novembre 2022						0
10	BOLOGNA	29 novembre 2022		87	53	33	97	0
10	EMILIA OVEST	29 novembre 2022						0
1	IMOLA	29 novembre 2022						0
4	FRIULI VG			10	5	3	12	30
16	LAZIO	15 novembre 2022		22	15	28	48	113
10	LIGURIA	5 dicembre 2022		6	28	7	19	60
20	LOMBARDIA	6 dicembre 2022		36	2	19	59	116
3	MARCHE	2 dicembre 2022		6	18	2	28	54
14	PIEMONTE			15	8	11	30	64
3	PUGLIA			26	14	11	23	74
11	SARDEGNA			20	53	7	56	136
4	SICILIA			12	56	9	118	195
23	TOSCANA	20 gennaio 2023		45	55	7	65	172
7	TRENTINO A.A.			16	1	11	15	43
3	UMBRIA			11	10	6	18	45
1	VALLE D'AOSTA			0	0	0	0	0
23	VENETO	14 dicembre 2022		8	4	9	33	54
1	MOLISE			0	2	0	8	10
		CONFERMATO	IN SOSPESO					
200								
				346	377	182	717	1622

agg. 20/10/2022

22 febbraio 2023 | Roma | Congresso CulTurMedia

CulTurMedia | verso il congresso

GRAZIE

