



CO|CUL
OP|TURE

i Valori della Sostenibilità

RAPPORTO 2016



CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Giovanna Barni, **Presidente**
Cristiana Del Monaco, **Vice Presidente**

Laura Aversa
Letizia Casuccio
Ugo D'Antonio
Franca Giovine
Michela Marchini
Paolo Pizzo
Adriano Rizzi

COLLEGIO DEI SINDACI

Massimo Da Re, **Presidente**
Alberto Rimicci
Iolanda Spagnuolo

ORGANISMO DI VIGILANZA

Gianfranco Piseri, **Presidente**
Alberto Cuomo
Riccardo Riva

La redazione del Rapporto di quest'anno si svolge in parallelo con la celebrazione della 95° Giornata Internazionale ICA delle Cooperative/23° Giornata ONU delle Cooperative - 1 luglio 2017 - che ha come tema specifico "l'inclusione".

Lo slogan scelto "le cooperative assicurano che nessuno resti indietro" rimanda ad un principio di equità "articolato" da riferirsi non solo alla struttura non discriminatoria delle cooperative al loro interno, ma al più generale impegno delle stesse verso le comunità in cui operano, puntando allo sviluppo sostenibile non solo economico ma anche organizzativo, sociale e culturale.

Tale coincidenza è tra i motivi che ci hanno indotto a tentare di incrociare la narrazione della performance di sostenibilità dell'ultimo anno articolata nei 4 pilastri CoopCulture- economica, organizzativa, sociale e culturale - con un set selezionato di valori - trasparenza, equità, partecipazione, educazione, comunità - scelti a partire dalla Carta dei Valori Cooperativi di Legacoop.

Dall'incrocio emergono alcuni elementi di unicità di CoopCulture.

Il primo è legato alla forma di impresa in quanto i valori cooperativi fungono da moltiplicatori "naturali" della sostenibilità; un secondo legato specificamente al settore culturale ormai al centro delle politiche europee, come dimostra l'indizione per il 2018 dell'Anno Europeo del Patrimonio Culturale, che promuove proprio un approccio integrato e partecipato alla gestione e valorizzazione, anche questo tipico del nostro agire cooperativo; un terzo elemento, che dai primi due discende, evidenzia come sostenibilità e valori sono in CoopCulture asset per l'innovazione del business, elementi strategici quindi e non condizioni da riscontrare "a posteriori".

È per tutto questo che sono propri del "modello CoopCulture" la centralità del capitale umano e quindi delle competenze, e l'attitudine al cooperare con altre realtà, non solo all'interno del settore ma anche trasversalmente ad esso. Questo ci rende spesso propulsori nella costruzione di catene del valore sempre più lunghe e nel coinvolgimento delle comunità.

Il 2016 ci ha visto sì aumentare il capitale economico, ma soprattutto ha visto reimpiegare tale capitale "strumentale" per affrontare responsabilmente sfide e progetti utili alla crescita del capitale sociale e culturale dei soci e delle comunità nelle quali operiamo.

Ne cito solo alcuni.

L'avvio del nostro Ufficio Soci che si prende cura del capitale umano per noi tanto prezioso. L'impegno nelle città con il progetto CreAction Roma mediante le azioni intraprese al fianco di Culture Action Europe per contribuire alla rigenerazione culturale di Roma. O ancora le azioni di trasferimento all'estero, a partire dalla Bolivia, di capacity building utili ad esportare un modello di imprenditorialità culturale cooperativa territoriale made in Italy. Sono ben lieta infine di aver visto tradotti anni e anni di esperienza in uno Studio di fattibilità realizzato per il Ministero dello Sviluppo Economico per la costruzione di una ampia filiera cooperativa per lo sviluppo sostenibile dei territori su base turistico-culturale, sulla scia di quanto già avviato con il nostro progetto ReteCulture e in adesione ai principi del turismo sostenibile basato su percorsi e cammini.

Tutto questo è il risultato di uno sforzo costante indirizzato a far sì che la crescita del settore sia un'opportunità per tutta la filiera turistico culturale e la cooperazione, alimentato oltre che dai progetti, dall'impegno nelle associazioni di rappresentanza, come la nuova associazione CulTurMedia di Legacoop e il Settore Cultura di Alleanza delle Cooperative.

L'obiettivo condiviso è la costruzione di un ampio partenariato tecnico che partecipi alle politiche di sviluppo e sostenga l'idea di impresa culturale come soggetto di pubblica utilità, in quanto al centro di un ecosistema che coinvolge le principali dimensioni della vita sociale: la salute, il lavoro, il riposo e lo svago, l'innovazione, la coesione sociale, la qualità della vita.

Giovanna Barni,
Presidente CoopCulture



Nota introduttiva

Il Rapporto di Sostenibilità rappresenta la certificazione di un profilo etico, l'elemento che legittima il ruolo di un soggetto, non solo in termini strutturali ma soprattutto morali, agli occhi della comunità di riferimento. Permette al soggetto che lo pubblica di sottolineare il proprio legame con il territorio e di affermare il concetto di impresa che - perseguendo il proprio interesse prevalente - contribuisce a migliorare la qualità della vita dei membri della società in cui è inserito.

Questo Rapporto di Sostenibilità nello specifico acquista ancora più valore perché - oltre ad essere pubblicato da un soggetto che opera con forma giuridica di cooperativa, che si occupa di gestione di beni e attività culturali e che sceglie di raccontare la propria storia inquadrandola in un contesto non solo di crescita quantitativa e qualitativa ma di un cambiamento di visione - rappresenta un elemento di continuità rispetto ai precedenti e rafforza ulteriormente i principi e i valori che hanno portato CoopCulture dalla pura e semplice fornitura di servizi al porsi come interlocutore e promotore di forme di partenariato pubblico-privato e di relazioni stabili con i vari territori in cui opera, avendo come obiettivo principale il conseguimento della sostenibilità socio-culturale.

Questo Rapporto di Sostenibilità infatti è il terzo presentato da CoopCulture. Lo scorso anno, il racconto dell'impegno di CoopCulture in termini di responsabilità sociale di impresa ruotava intorno alla parola chiave "sostenibilità", presupposto imprescindibile di una visione di cultura intesa come pilastro della sostenibilità del sistema stesso. Il rapporto di quest'anno nasce, invece, dalla necessità di coniugare il racconto della sostenibilità aziendale con quello dei valori caratteristici della cooperazione, restituendo, così, anche all'esterno i contorni e la sostanza di un modo di operare basato su principi di etica, trasparenza e inclusività.

La condivisione dei valori appare come un'imprescindibile, solida base su cui impostare il riconoscimento dell'impresa privata come interlocutore credibile anche nel settore culturale. Per questo motivo, la collaborazione con esperti esterni nella valutazione di impatti economici e culturali si è fatta per la redazione del Rapporto 2016 ancora più stretta che in passato. Il gruppo di lavoro, coadiuvato da soci CoopCulture, si è posto sin da subito l'obiettivo di individuare i valori fondamentali del mondo cooperativo e selezionare quelli che per la storia quotidiana di CoopCulture risultavano particolarmente determinanti nella creazione di valore per l'azienda e per tutti i suoi stakeholder.

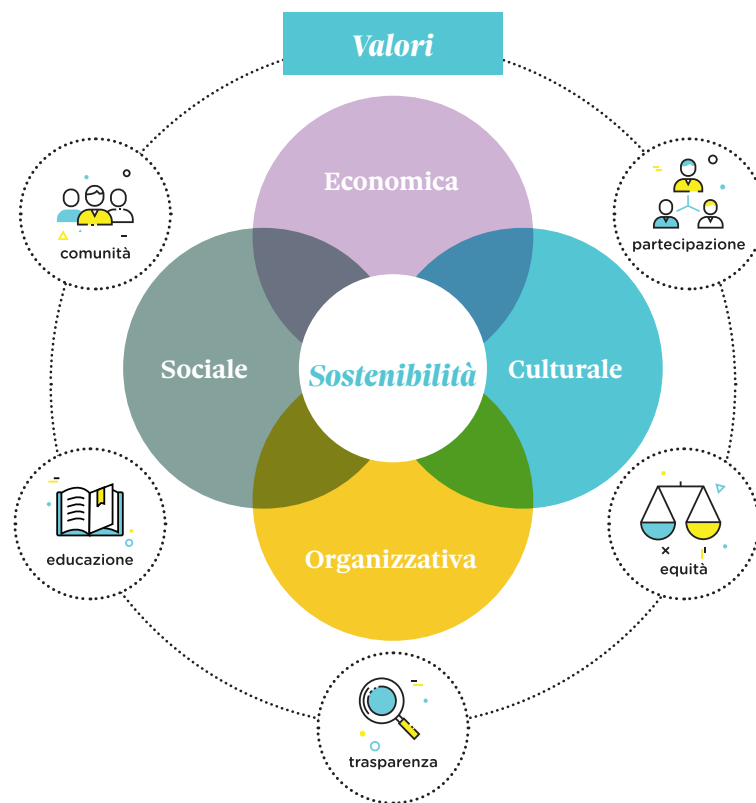
La rilettura e l'analisi dei principi contenuti nella Carta dei Valori di Legacoop e nel Codice etico hanno rappresentato la fonte principale di questo lavoro. La Carta racchiude tutti i principi distintivi che Legacoop e le imprese cooperative aderenti sono chiamate a rispettare nello svolgimento delle proprie attività. I valori contenuti in questo documento prendono spunto dalla rielaborazione della "Dichiarazione di identità cooperativa", approvata dall'Alleanza Cooperativa Internazionale al 31° Congresso di Manchester svoltosi nel 1995, nonché dai principi nazionali contenuti nella Costituzione Italiana. Il Codice etico rappresenta, invece, il codice di comportamento che Legacoop ha elaborato per guidare le attività delle cooperative aderenti – e quindi di tutti coloro che ricoprono incarichi associativi o istituzionali, dei dipendenti e dei collaboratori al rispetto dei principi cooperativi.

Al termine dell'attività di rielaborazione è stato possibile individuare un insieme di 5 valori – partecipazione, comunità, educazione, equità e trasparenza – rispetto ai quali il gruppo di lavoro ha valutato gli impatti dell'azione di CoopCulture e osservare i principi cooperativi non solo nelle dinamiche esterne ma anche e soprattutto nelle dinamiche interne all'azienda.

Parlare di valori significa affrontare questioni ben presenti anche nel dibattito che oggi avviene in sede europea, in particolare rispetto al ruolo delle imprese culturali come veicoli di innovazione e volani di effetti benefici sull'economia e sulla società in senso ampio. Ecco perché il Rapporto di

Sostenibilità di CoopCulture quest'anno si basa proprio sull'esplicitazione di quei valori che appartengono al mondo cooperativo e che connotano l'azione di CoopCulture nel settore in cui opera da 25 anni.

*Cristina Da Milano
e Marcello Minuti*







<i>Identità</i>	Alcune tappe verso la sostenibilità dalla fusione a oggi	09
	Disegno strategico e piano di sviluppo	11
<i>Sistema di governo e organi esterni di controllo</i>	Funzioni di Governo e Amministrative	12
	Organi di Controllo Esterni	12
	La rete organizzativa CoopCulture, le sedi	13
	Le Aree di intervento	14
	Gli Stakeholder e le aspettative	15
	Testimonianze	16
<i>Sostenibilità Economica</i>		18
<i>Sostenibilità Organizzativa</i>		28
<i>Sostenibilità Sociale</i>		39
<i>Sostenibilità Culturale</i>		47



L'identità

Alcune tappe verso la sostenibilità dalla fusione a oggi

Un'esperienza pluriennale nella gestione dei servizi per i beni culturali alle spalle, un processo inesorabile quello che vede CoopCulture negli ultimi anni perseguire un obiettivo ambizioso e inclusivo: mettere a disposizione le proprie competenze e tecnologie per valorizzare il patrimonio culturale italiano, aumentando e diversificando i pubblici di riferimento.

2009-2010

Nasce **CoopCulture** dalla fusione tra Pierreci e Codess Cultura, entrambe operanti sin dagli anni Novanta.

Si integrano i **Sistemi di Qualità ed Etica**

Viene pubblicato il **primo Bilancio Sociale**

2011

Estensione a tutta la cooperativa della **Certificazione SA8000:2008** Sistema di gestione della Responsabilità Sociale.

Nasce il **Comitato Etico**

2012

A CoopCulture viene aggiudicato il **Premio CECA (ICOM)** per la qualità del Sistema Didattico

Nasce **Fili di Culture**

CoopCulture ha un **nuovo logo** ed una **nuova corporate identity**

2013

Il Progetto "Roma Caput Mundi. Una città tra dominio e integrazione." si aggiudica il **Premio CECA Best Practice Award (ICOM)**

A **Venezia** con il supporto della Comunità Ebraica si tiene l'incontro "**Beni culturali e multiculturalità**. Per un'idea di conoscenza, di comunità, di cittadinanza"

2014

Viene introdotto un nuovo modello organizzativo per aree e funzioni trasversali e nasce così l'**Ufficio Sviluppo**

Viene nominato l'**Organismo di Vigilanza**

Nasce il progetto **Rete Culture** con il sostegno di Coopfond

2015

A Milano in occasione di Expo viene presentato il **primo Rapporto di Sostenibilità**

Viene istituito l'**Ufficio Soci**



Informational label for the bust on the far left.



Informational label for the second bust from the left.



Informational label for the third bust from the left.



Informational label for the fourth bust from the left.



Informational label for the fifth bust from the left.



Informational label for the large standing statue.



Disegno strategico e piano di sviluppo



Questa linea del tempo fotografa bene, attraverso i pay-off che hanno accompagnato il marchio dalle origini ad oggi, l'evoluzione del nostro modo di stare sul mercato.

Il "più valore ai territori" che ci identifica negli ultimi anni, dice molto della direzione strategica intrapresa che mira ad un approccio olistico al patrimonio, inteso come insieme di risorse culturali, materiali ed immateriali, risorse naturali ma anche come tessuto produttivo di qualità che si muove intorno alla cultura ed al turismo.

Se da un lato dunque continuiamo a migliorare la relazione con i nostri pubblici, investendo in nuovi supporti di fruizione ed in iniziative innovative in grado di accrescere l'audience development, facendo sì che il patrimonio possa essere fattore di integrazione sociale, dall'altro la nostra attenzione va sempre più ai territori nella loro multiforme complessità.

È nei territori infatti che lavoriamo alla creazione di ecosistemi culturali sostenibili puntando sulla forza della cooperazione e sulla logica di filiera, avviando forme evolute di partenariato pubblico-privato. Abbiamo sperimentato nuovi modelli di valorizzazione per i complessi culturali – come nel caso del Castello di Santa Severa nel Lazio e del complesso monumentale della città di Sabbioneta in Lombardia - nei quali la

gestione integrata degli spazi culturali partecipata nella fase di progettazione e non solo in quella di gestione, sta registrando un maggiore e migliore impatto culturale, sociale ed economico.

Nell'ambito delle reti territoriali, introduciamo piattaforme digitali partecipate di promo-commercializzazione - alla BTO 2016 abbiamo lanciato l'ultima versione della piattaforma ArtPlanner - il cui uso stimola l'innalzamento dei livelli qualitativi dell'offerta attuale e contribuisce alla configurazione di nuovi prodotti attraverso l'organizzazione di un'offerta integrata strutturata in itinerari e pacchetti personalizzabili dall'utente.

La linea che abbiamo tracciato ci induce sempre più ad avviare processi di capacity building, trasferendo know-how e strumenti di business intelligence per la crescita delle filiere culturali sia in Italia che all'estero, come avvenuto in Liguria rispetto al Consorzio Due Riviere attraverso la piattaforma RivieraCulture o, all'estero in Bolivia in occasione del Forum nazionale "Articolando el turismo y el patrimonio, Recorriendo El Qhapaq Nan". Non senza ambizione questo approccio mira a far nascere nuove imprese e a favorire così nuova occupazione di qualità e qualificata.

Questo vuol dire oggi per noi dare più valore ai territori.

Sistema di governo e organi esterni di controllo

FUNZIONI DI GOVERNO E AMMINISTRATIVE

Consiglio di amministrazione

Presidente

Responsabile Sistemi Certificati

Direttore Sviluppo

Direttore Amministrativo

Direttore Generale

ORGANI DI CONTROLLO ESTERNI

Collegio dei Sindaci

Organismo di Vigilanza

Revisione Cooperativa

Legacoop Nazionale

Rina Service Spa

*(organismo certificazione
qualità e responsabilità
sociale*

Ria Grant Thornton

La rete organizzativa CoopCulture, le sedi

GLI UFFICI COOPCULTURE



SEDE LEGALE E DIREZIONE CENTRO NORD

VENEZIA

Corso del Popolo, 40
venezia@coopculture.it



DIREZIONE CENTRO SUD E UFFICI DI PRESIDENZA

ROMA

via Sommacampagna, 9
roma@coopculture.it

GLI HUB NEI TERRITORI



TORINO

Via Sant'Anselmo, 6 – 10125
torino@coopculture.it



FIRENZE

Via Guelfa 9 – 50129
firenze@coopculture.it



NAPOLI

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



PALERMO

Via A. Borrelli, 3 – 90139
palermo@coopculture.it




Le Aree di intervento

Ai servizi specializzati all'interno di siti museali, aree archeologiche e biblioteche si sono aggiunte iniziative speciali per i diversi pubblici e supporti multimediali di fruizione, per creare valore aggiunto e raggiungere nuovi target. Queste capacità sono state ulteriormente sviluppate attraverso i nostri sistemi di business intelligence e allo stesso tempo si sono estese ai territori mediante piattaforme digitali di co-creazione e promocommercializzazione di offerte integrate intersettoriali.

14



LEGENDA

-  attività per i territori
-  tecnologie
-  servizi per siti

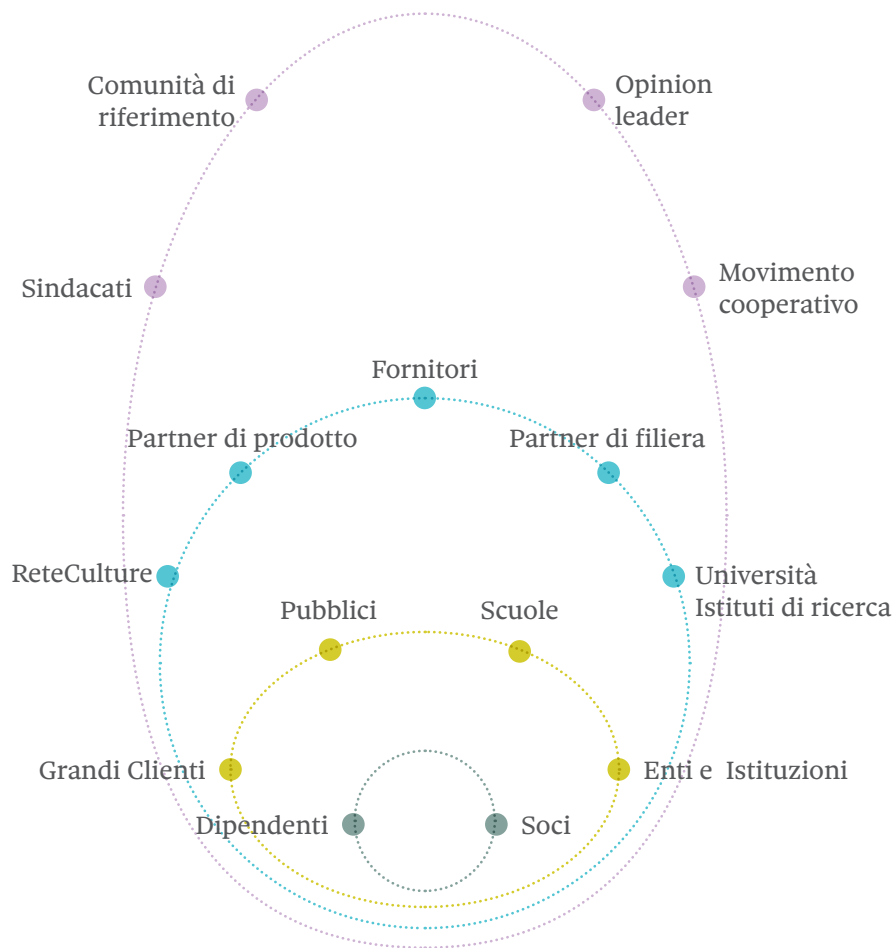
Gli Stakeholder e le aspettative

L'attenzione e la cura delle relazioni con tutti gli stakeholder è per CoopCulture il presupposto indispensabile per creare un benessere condivisibile con la comunità e i suoi membri e produrre dunque innovazione sociale.

L'approccio in uso è dunque indirizzato oltre che a creare valore sociale per gli stakeholder e le comunità nelle quali operiamo, anche ad aprire il nostro modello organizzativo mettendo a disposizione risorse e competenze agli altri attori dell'ecosistema sociale, trovando insieme soluzioni innovative, integrando così al concetto di responsabilità sociale quello di innovazione sociale.

LEGENDA

- attività per i territori
- tecnologie
- servizi per siti



Testimonianze

“Gli oggetti raccolti nelle sale del museo ebraico, sarebbero muti se non fosse per la passione e la competenza delle guide che accompagnano il turista alla scoperta del patrimonio della Comunità ebraica di Venezia e delle sue Sinagoghe. Il 2016, anno del Cinquecentenario del Ghetto, ha visto particolarmente impegnato il personale di CoopCulture: i moltissimi ospiti del museo hanno potuto godere di iniziative speciali come conferenze di studiosi internazionali su argomenti inerenti l'ebraismo, attraverso studi e testimonianze che spaziavano dalla Sinagoga di Vittorio Veneto all'ebraicità di Cristoforo Colombo, e i giovani delle scuole primarie e secondarie sono stati coinvolti in attività ludico educative di grande successo. Il contributo di CoopCulture è stato dunque un grande sostegno alla buona riuscita delle tante iniziative che hanno visto protagonisti gli ebrei veneziani e la loro storia.”

Paolo Gnignati

Presidente Comunità Ebraica di Venezia

“All'indomani dell'aggiudicazione a CoopCulture della gara per la nuova gestione del Museo del Mare e della Navigazione antica, ospitato presso il Castello di Santa Severa, abbiamo subito compreso di aver individuato un partner solido, competente e affidabile, non un mero fornitore di servizi.

Il programma culturale, particolarmente ricco e ambizioso curato e svolto da CoopCulture nel corso della prima estate, è stato un segnale inequivocabile della capacità dell'azienda di riaprire al territorio un luogo fino a poco tempo prima solo parzialmente vissuto dai cittadini e dai turisti del litorale, con un investimento importante in termini di risorse umane ed economiche. Abbiamo particolarmente apprezzato, in questo, il lavoro costante di coinvolgimento svolto con il Comune di Santa Marinella, la Regione Lazio e la Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e paesaggio per l'Area metropolitana di Roma e per la Provincia di Viterbo e l'Etruria Meridionale, e rispetto ai protagonisti del tessuto locale: i commercianti, le associazioni culturali e di categoria, le strutture ricettive. Tutti, infatti, hanno concorso con entusiasmo alla costruzione di un palinsesto unico di iniziative, molte delle quali sono continuate anche durante l'inverno. Con orgoglio possiamo dire che il Castello di Santa Severa, perla di un turismo locale, offre oggi i servizi di accoglienza propri di un grande museo e vede all'opera personale qualificato e di qualità.”

Emanuele Minghella

Consigliere Comunale Città di Santa Marinella, delegato al bilancio, tributi, rapporti con la partecipata, Castello di Santa Severa, Acea, Rioni cittadini e sviluppo del territorio

“Da diversi anni CoopCulture gestisce i servizi di prestito e reference del Centro Multilingue di Bolzano e della Mediateca Multilingue di Merano, due istituzioni pubbliche votate a incentivare l'apprendimento delle lingue.

Il personale addetto ai servizi di biblioteca, preparato e plurilingue, ha sempre dimostrato grande flessibilità e correttezza, sia nei confronti dei colleghi dell'amministrazione, sia nel rapporto con il pubblico. Un sondaggio svolto qualche anno fa aveva riportato i valori di soddisfazione più alti proprio nella qualità, cortesia e competenza del servizio all'utenza.

Il rapporto tra l'amministrazione pubblica e CoopCulture è imperniato sulla fiducia e sul dialogo, aspetti che garantiscono un'efficiente gestione del personale e delle strutture, a tutto vantaggio dell'utenza che non percepisce quasi la coesistenza di due entità diverse.”

Daniela Zambaldi

Referente del Centro Multilingue di Bolzano e della Mediateca Multilingue di Merano della Provincia Autonoma di Bolzano.

“Il progetto Caracalla Full Immersion ha realizzato una guida delle Terme di Caracalla basata sulla nuovissima tecnologia di realtà virtuale “a basso impatto” denominata Cardboard Virtual Reality.

Testimonianze

Attraverso essa il visitatore può immergersi a 360° negli ambienti termali perfettamente ricostruiti. Prime sperimentazioni effettuate sul prototipo hanno mostrato un indice di gradimento molto elevato. La collaborazione con CoopCulture nella realizzazione di questo progetto è stata per il CNR fondamentale. Il know-how specifico nell'apprestamento di mezzi di comunicazione per i beni culturali, l'accesso a un'informazione scientificamente corretta e non banalizzata relativa al monumento, la capacità organizzativa di un servizio tecnologicamente sofisticato - le principali componenti apportate al progetto da CoopCulture - sono stati fattori fondamentali affinché un'idea teorica e una tecnologia prototipale potessero incarnarsi in un prodotto realmente funzionale e funzionante per la visita del sito."

Francesco Antinucci

Ricercatore Associato, Consiglio Nazionale delle Ricerche, Istituto di Scienze e delle Tecnologie della Cognizione.

"Solo da pochi mesi ho avuto l'opportunità di lavorare gomito a gomito con CoopCulture e, rispetto a quanto ne sapevo prima, posso dire di esserne stato molto favorevolmente colpito. La cosa più importante è che dietro e dentro la Grande Azienda ci sono persone molto attente, sensibili,

empatiche, in qualche modo normali nella loro specialità. In una parola, Grandi Persone. E questo si nota nel rapporto speciale e privilegiato che queste persone hanno tra di loro, ma soprattutto con i loro utenti, i Clienti/Fruitori dei beni e degli eventi culturali che CoopCulture gestisce ed organizza con una cura sorprendente. Pur trattandosi di beni pubblici, o meglio e più propriamente Beni Comuni, l'approccio risulta sempre privatistico nel migliore dei sensi, e cioè attento, dedicato e in qualche modo amorevole. E questo, pensando al nostro patrimonio e alle sue prospettive, è più di un complimento: è un auspicio per tutti".

Stefano Landi

Presidente e Fondatore SL&A Turismo e Territorio

"Conosco l'attività di CoopCulture da molti anni e non solo come "fruitore" dei servizi che la cooperativa offre al pubblico, con competenza e professionalità, ma anche come partner di progetto, cosa che mi ha permesso di conoscere le persone che si celano "dietro le quinte" avendo quindi modo di apprezzare il lato umano della Cooperativa. Nel corso del 2016 abbiamo lavorato insieme su un progetto molto ambizioso, che ci ha obbligato a misurarci su un terreno nuovo e per questo molto sfidante: quello di provare a disegnare

un modello di sviluppo territoriale per filiere produttive, sostenibili e durevoli, operanti nei comparti della cultura e del turismo. L'obiettivo è stato pienamente centrato grazie all'impegno di tutti i componenti dell'Ati e a quel sentimento di responsabilità sociale che solo aziende veramente radicate nei territori, sensibili al principio del mutuo soccorso e della porta aperta, come CoopCulture, hanno."

Fabrizio Pozzoli

Presidente Betania Cooperativa Sociale Onlus

"Ho avuto modo di collaborare recentemente con CoopCulture in occasione delle giornate di promozione dell'APPIA ANTICA, nell'ambito della seconda edizione delle giornate per l'Appia day. Questo evento ha segnato l'inizio di un cammino comune di promozione dei territori della cultura, e non solo di quelli che corrono lungo la via Appia, che pone attenzione allo sviluppo sostenibile come leva per la crescita consapevole e partecipata delle comunità"

Alessandra Bonfanti

Responsabile Piccoli Comuni e Mobilità Dolce, Legambiente Onlus - Direzione Nazionale

COOP | CULTURE

Nel concetto di sostenibilità economica sono ricomprese due distinte, ma decisamente correlate, esigenze che si pongono oggi alle imprese. Da un lato, l'esigenza di conciliare crescita economica ed equa distribuzione delle risorse generate in un nuovo modello di sviluppo; dall'altro quella di perseguire livelli sempre più elevati di autonomia economico-finanziaria. Accogliendo questa sfida, CoopCulture si è impegnata nella definizione di un modello di produzione, di erogazione di servizi e di consumo alternativo, fondato sulla capacità di contemperare le esigenze

competitive di innalzamento dei livelli di performance e di gestione economica, con il dovere morale di reimmettere nella società una parte significativa del valore che è in grado di generare, costruendo nuove opportunità per tutti i membri delle comunità nelle quali è inserita. All'interno della propria organizzazione, CoopCulture applica i principi della sostenibilità economica anche nel rapporto con i soci e i dipendenti, perseguendo l'equità, ovvero l'equilibrio tra ciò che offre e ciò che riceve nel processo di scambio, e investendo, anche materialmente, nella loro partecipazione

alla vita dell'impresa. Particolare rilievo viene, infine, attribuito alla trasparenza dell'azione aziendale, che deve sempre avvenire nel rispetto delle persone che vi lavorano e di quelle che usufruiscono dei servizi CoopCulture o acquistano i suoi prodotti, per la creazione di valore durevole per l'impresa, per i fornitori e per la comunità. CoopCulture si pone, pertanto, l'obiettivo di rafforzare il proprio cammino verso la certificazione e il monitoraggio e la valutazione del proprio risultato patrimoniale economico.

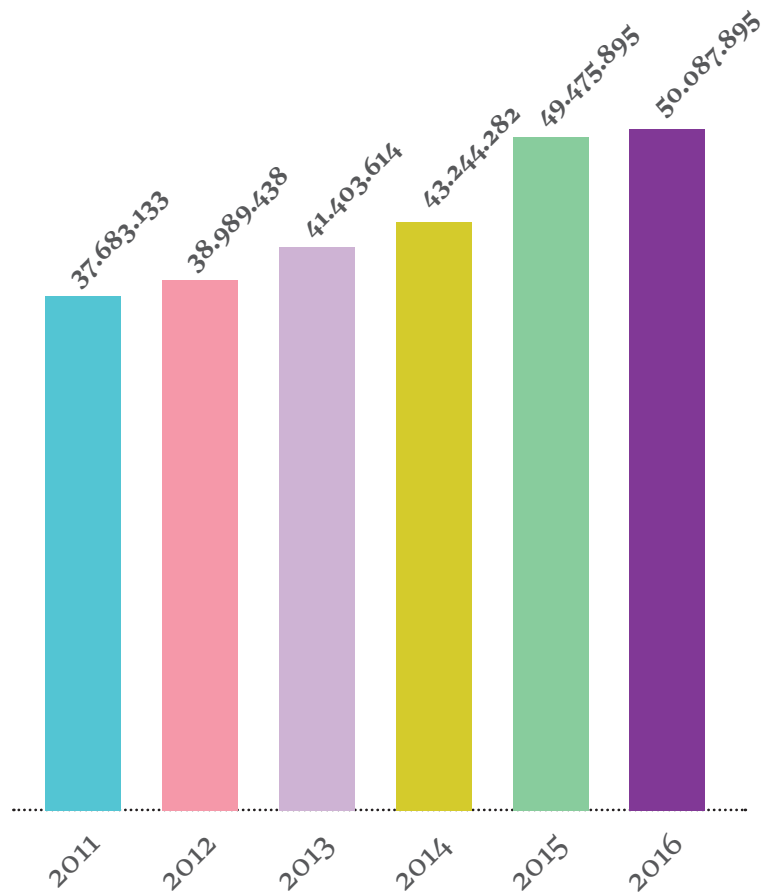
Sostenibilità Economica

Il valore della produzione

Il percorso di crescita

**VALORE ECONOMICO GENERATO
(2011-2016)**

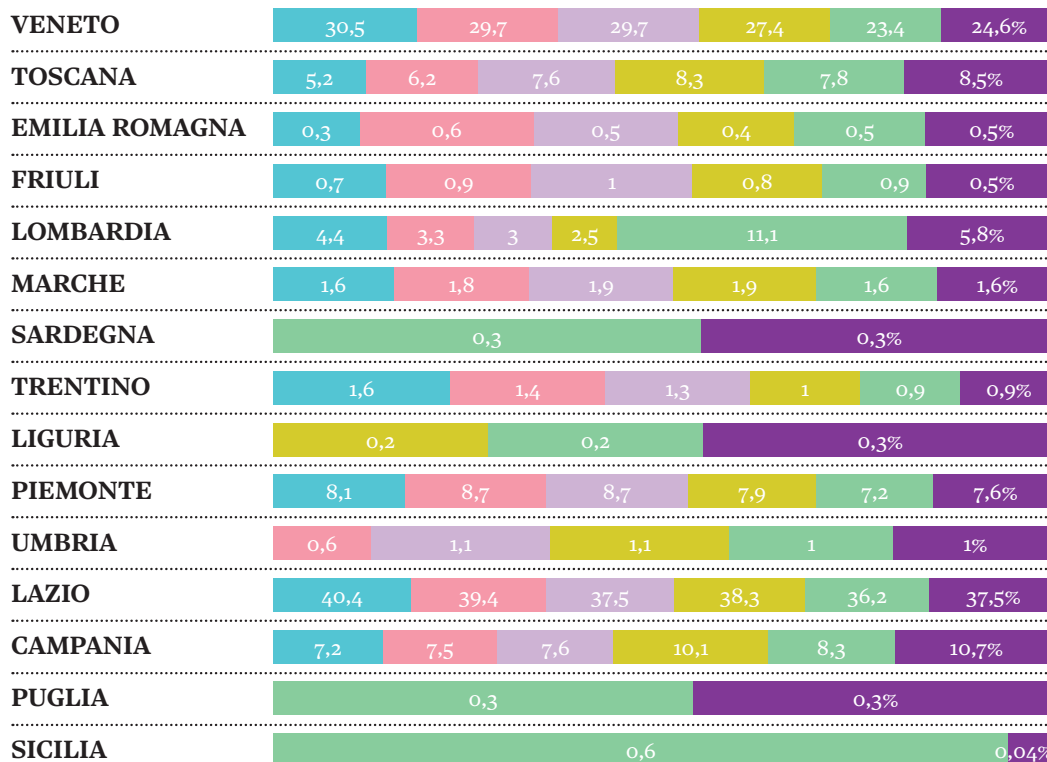
Dopo gli ottimi risultati conseguiti nel 2015 (+14% rispetto al 2014), il valore della produzione di CoopCulture continua a crescere anche nel 2016, segnando un +1,3% sull'anno precedente.



Il valore distribuito nelle regioni (2011-2016)

La geografia di CoopCulture cresce

La geografia di CoopCulture cresce. Svolgere attività di promozione e valorizzazione della cultura entro un orizzonte territoriale sempre più ampio permette di redistribuire gradualmente il valore della produzione. L'andamento del valore generato nell'ultimo quinquennio testimonia l'impegno di CoopCulture in questa direzione: emergono con particolare evidenza l'incremento del Piemonte e tutto il Nord Ovest che complessivamente crescono del 47% e delle regioni centrali (escluso il Lazio) che toccano un +116%



La produzione del valore aggiunto

Il valore aggiunto nel biennio 2015-2016

L'indicatore principale della redistribuzione del reddito è il valore creato per i soci e dipendenti CoopCulture, il movimento cooperativo e la Pubblica Amministrazione.

La produzione e la distribuzione del valore aggiunto sono cresciute nel 2016 rispettivamente del 71% e del 22% rispetto all'anno precedente.

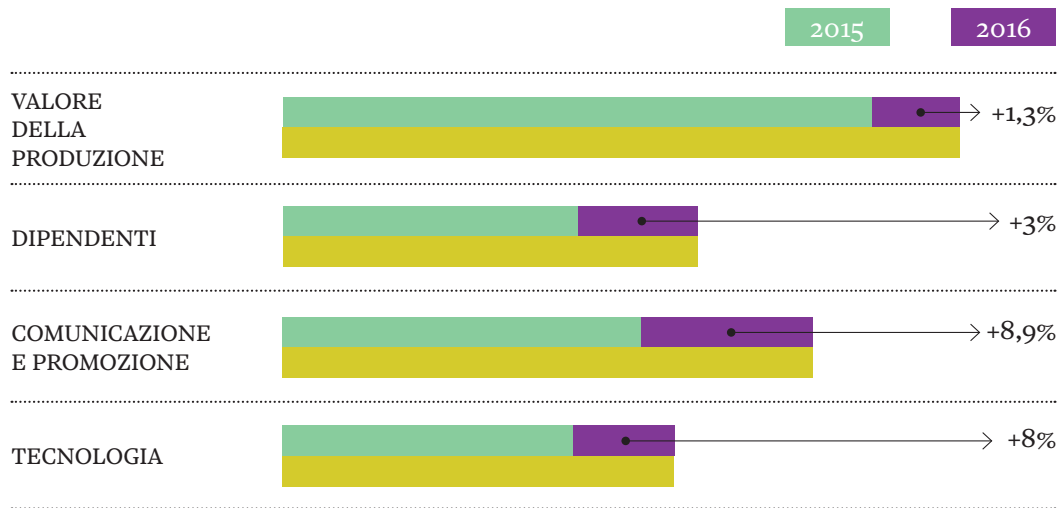
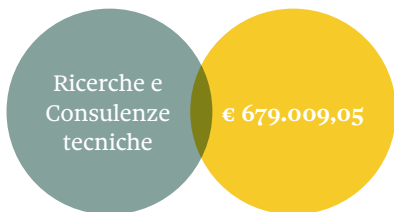
	2015	2016
PRODUZIONE VALORE AGGIUNTO		
Valore della produzione	49.475.895 €	50.087.895 €
Costi intermedi della produzione	11.336.665 €	11.329.564 €
Valore aggiunto caratteristico lordo	38.139.230 €	38.758.331 €
DISTRIBUZIONE VALORE AGGIUNTO		
Personale	29.761.968 €	29.923.943 €
Pubblica Amministrazione	679.477 €	656.010 €
Finanziatori	-	-
Soci	140.000 €	240.000 €
Riserve	130.527 €	159.636 €
Movimento cooperativo	60.635 €	73.928 €
Liberalità	12.871 €	13.737 €
Remunerazione dell'azienda	429.273 €	364.148 €
Valore aggiunto globale netto	37.709.957 €	38.394.183 €

Il valore distribuito

Il valore distribuito per dipendenti e fornitori qualificati

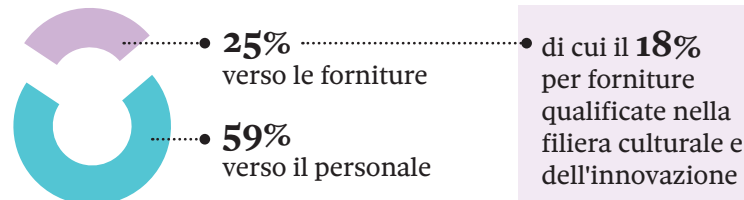
Nel corso del 2016, l'organico CoopCulture si è ampliato di n. 36 unità lavorative rispetto al 2015.

In un anno, l'investimento in comunicazione e promozione, ricerche e tecnologie è aumentato complessivamente del 4%



il valore distribuito a favore del lavoro e della filiera produttiva esterna

Rispetto al valore sulla produzione sono stati distribuiti:





La trasparenza nei confronti di tutti gli Stakeholder

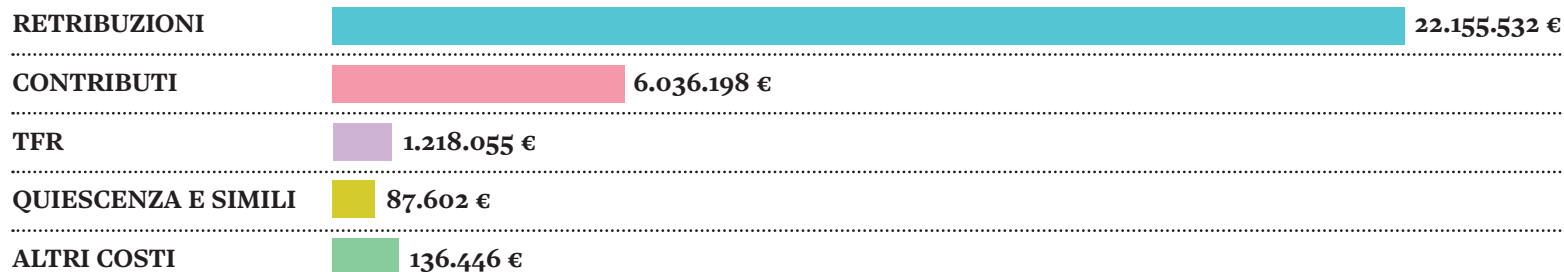
Particolare rilievo è attribuito alla trasparenza dell'azione aziendale, che deve sempre avvenire nel rispetto delle persone che vi lavorano e di quelle che usufruiscono dei suoi servizi o acquistano i suoi prodotti, per la creazione di valore durevole per l'impresa, per i fornitori e per la comunità. CoopCulture si pone, pertanto, l'obiettivo di rafforzare il proprio cammino verso la certificazione e il monitoraggio e la valutazione del proprio risultato patrimoniale economico.



L'impiego del valore generato a tutela dell'occupazione



All'interno della propria organizzazione, la cooperativa applica i principi della sostenibilità economica nel rapporto con i soci e i dipendenti perseguendo l'equità, ovvero l'equilibrio tra ciò che offre e ciò che riceve nel processo di scambio, e investendo, anche materialmente, nella loro partecipazione alla vita dell'impresa.



L'impiego del valore generato per migliorare la relazione con i soci

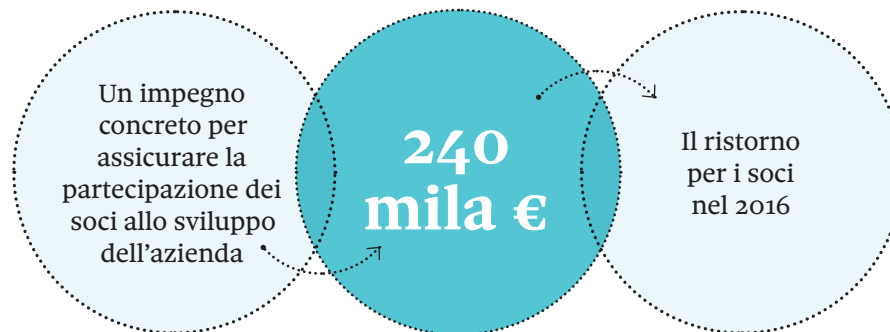


partecipazione

L'Assemblea dei soci è la più importante occasione formale attraverso cui i soci possono partecipare al processo decisionale di CoopCulture.
Partecipando all'Assemblea dei soci ogni socio può contribuire alla formazione delle strategie e delle politiche aziendali e quindi contribuire alla crescita economico-sociale della propria comunità, portando le istanze e le esigenze delle realtà vive presenti sul territorio. Nel corso dell'anno si sono svolte 3 assemblee separate (Mestre, Roma, Napoli) e 1 assemblea dei delegati (Prato).

#EssereSocio è un progetto nato per dedicarsi ai soci CoopCulture attraverso attività di coinvolgimento e partecipazione e accordi per agevolazioni e benefit. L'obiettivo è di creare un senso di appartenenza sempre più forte e una consapevolezza diffusa dei valori cooperativi che contraddistinguono la realtà CoopCulture.

Spesa sostenuta per le assemblee	4.284,79 €
Spesa eventi ESSERE SOCIO	3.567,60 €
Spesa tessere ESSERE SOCIO	1.246,55 €
Spesa per regalo d'avvio ESSERE SOCIO	26.314,50 €
TOTALE	35.413,44 €

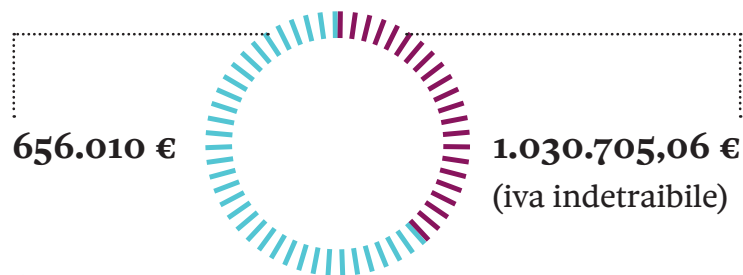


Il re-impiego del valore generato nella comunità



A.1

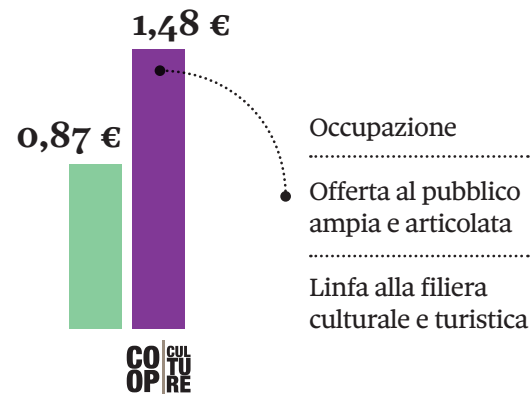
Spesa per imposte e tasse pagate in Italia



A.2

Moltiplicatore del valore sulla filiera turistico-culturale

Il moltiplicatore dipende dalla capacità di generare valore aggiunto a partire dalla propria offerta di servizi e prodotti.

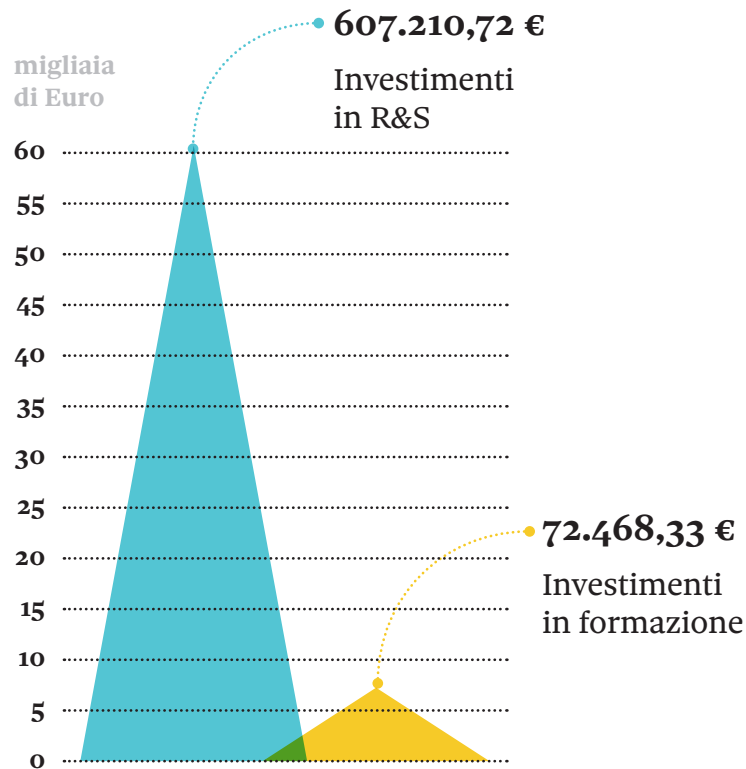


A.3

CoopCulture e l'innovazione

L'innovazione è uno dei cardini dell'azione di CoopCulture per la crescita del settore culturale e creativo. Per questo motivo, ogni anno, una quota importante del valore prodotto viene reinvestito in ricerca e sviluppo e nell'acquisizione di nuove tecnologie.

CoopCulture attraverso l'Ufficio Sviluppo organizza, sia internamente, sia rivolgendosi a consulenti esterni, studi e ricerche volte a soddisfare bisogni conoscitivi legati ad aspetti ed esperienze nel campo della creatività, della produzione, dell'organizzazione, della valutazione e del consumo di arte e cultura.



COOP | CULTURE

Per “sostenibilità organizzativa” si intende un orientamento sempre più deciso verso un modello organizzativo d’impresa improntato alla riduzione degli sprechi e all’ottimizzazione dei processi di produzione e erogazione dei servizi. Un’organizzazione del lavoro sostenibile è capace di promuovere lo sviluppo dell’impresa e dell’ambiente che la accoglie, nonché di contribuire al raggiungimento degli obiettivi istituzionali e dei target di produzione del valore previsti, calando la propria azione in un orizzonte di sostenibilità sociale a lungo termine. Il percorso di revisione dell’organizzazione

aziendale intrapreso da CoopCulture ha permesso negli ultimi anni, e nel 2016 in particolare, di mettere a frutto gli impatti economici, sociali e ambientali connessi ai propri processi, prodotti e servizi, nel segno dell’innovazione e della qualità, nella consapevolezza che il valore del proprio agire ha alimentato e continuerà ad alimentare le reti sociali e potenziare le capacità individuali, contribuendo a determinare un clima di fiducia, sicurezza e libera intraprendenza. L’attenzione di CoopCulture è principalmente rivolta alla crescita delle risorse umane e sociali coinvolte nei processi di produzione e di

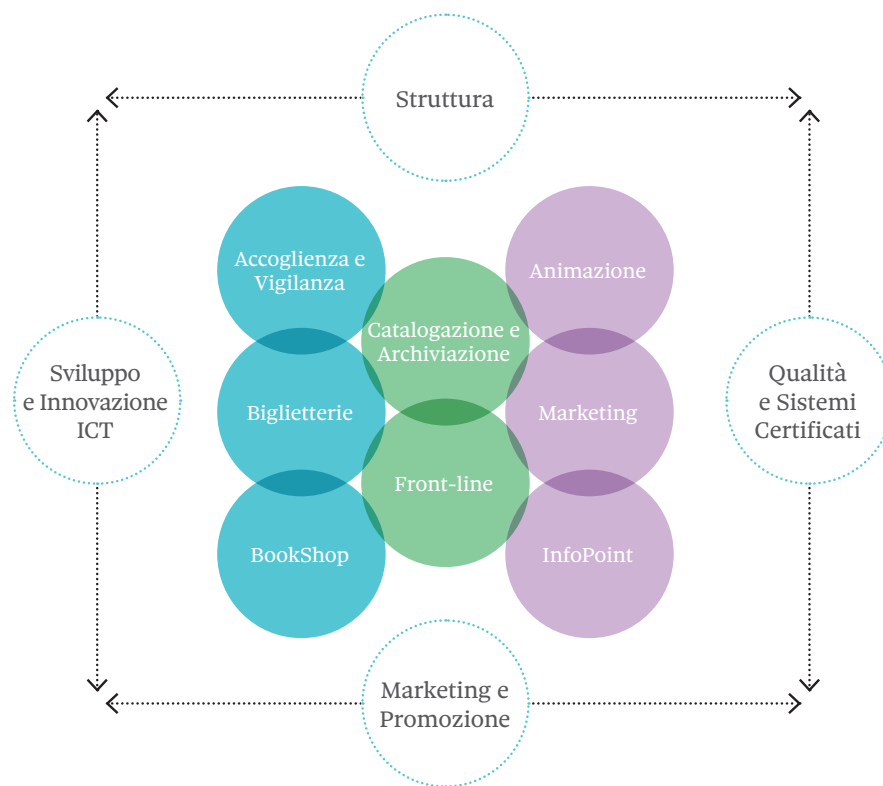
erogazione dei servizi, affinché i soci e i dipendenti si rendano essi stessi promotori dei valori dell’azienda incrementando la consapevolezza del loro ruolo sia individuale che collettivo. Per l’attuazione di processi organizzativamente sostenibili, CoopCulture opera affinché siano sviluppate strategie di formazione e sviluppo idonee, al fine di capitalizzare le capacità delle risorse umane, individuando policy di sviluppo delle competenze del personale e implementando percorsi di crescita ed autorealizzazione.

Sostenibilità Organizzativa

Un modello per processi organizzativamente sostenibili

Programmazione, monitoraggio e valutazione dei risultati

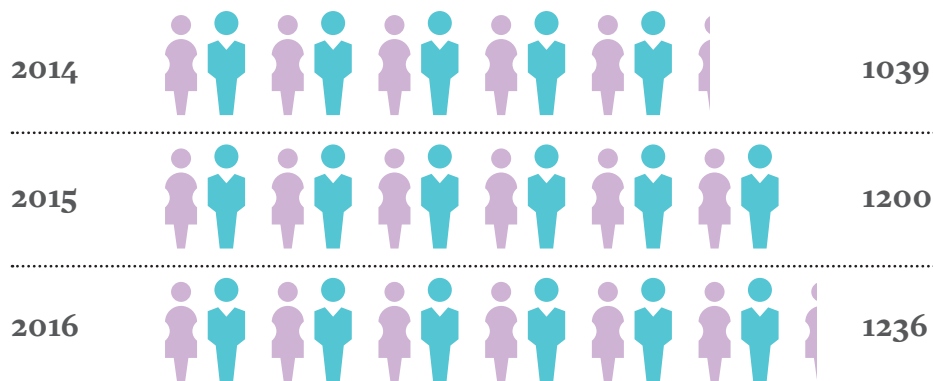
Nell'ambito delle politiche di sviluppo, il tema dell'efficienza organizzativa ha acquisito, in Europa prima e oggi anche in Italia, una crescente centralità. Negli ultimi anni CoopCulture ha avviato con impegno crescente un processo di efficientamento organizzativo basato sulla programmazione, il monitoraggio e la valutazione dei risultati conseguiti con il modello organizzativo scelto. Un simile approccio è motivato dalla combinazione di due fattori essenziali: da un lato, la volontà di fornire una risposta puntuale alle esigenze di sostenibilità dei committenti, dall'altro, la necessità di definire strumenti idonei per una corretta allocazione delle risorse disponibili.



Un modello organizzativo che fa crescere il capitale umano

Il personale CoopCulture

Il personale CoopCulture al 31 dicembre 2016 è pari a 1.236 dipendenti. Confrontando il dato con quello dei due anni precedenti, si evidenzia un + 19% rispetto al 2014, mentre solo nell'ultimo anno l'occupazione all'interno di CoopCulture è cresciuta del 3%.



Un modello organizzativo che amplia e rinnova le competenze

Struttura trasversale

sistemi certificati,
sistemi amministrativi,
ufficio gare, ufficio
risorse umane,
responsabili di
commessa

36

5

Ecosistemi Digitali

business
intelligence,
e-commerce,
digital content

5

26 Marketing e Promozione

resp. ufficio
vendite

1

coordinatori
TO e gruppi

4

addetti
call center

15

resp. mktg
operativo

1

web
e social

4

coordinatori
mktg
territoriale

15

65 Comunicazione e Didattica

operatori e
coordinatori

50

esperti in
digital
heritage

4

resp.
di settore

6

902 Servizi Museali e Accoglienza

addetti
accoglienza
e vigilanza

378

addetti
biglietteria

330

bookshop

45

coordinatori

45

resp.
di settore

3

servizi non
museali

101

207 Servizi Bibliotecari

operatori
servizi
bibliotecari

186

catalogatori

6

archivisti

11

coordinatori

4



Sistemi certificati e policy di responsabilità

ORGANISMO DI CONTROLLO RINA CERTIFICAZIONE QUALITÀ

Nel mese di ottobre 2016 l'organismo indipendente Rina Services ha svolto la verifica periodica e ha confermato la validità della certificazione per la qualità.

ORGANISMO DI CONTROLLO RINA CERTIFICAZIONI ETICHE

Nel corso del 2016 è stata rinnovata la Certificazione Etica in conformità alla norma SA 8000:2008; è previsto per il 2017 l'adeguamento del sistema di responsabilità sociale alla nuova norma SA 8000:2015

ORGANISMO DI VIGILANZA

L'organismo collegiale previsto dal D.Lgs. 8 giugno 2001 n. 231 è chiamato a vigilare sulla responsabilità delle società per reati commessi nell'interesse o vantaggio di queste ultime. L'ODV di CoopCulture è composto di 3 membri, esperti in materia legale, sicurezza e contrattualistica/sindacale. Nel corso del 2016 l'ODV ha svolto regolarmente la propria attività di vigilanza: 8 verifiche presso le sedi della cooperativa e 2 verifiche presso i cantieri.

SISTEMA GESTIONE DELLA SICUREZZA 81/08

Nel corso del 2016 Coopculture ha svolto le attività previste dal d.lgs. 81/08 in tema di valutazione dei rischi, sorveglianza sanitaria e formazione. È stato inoltre svolto un intervento formativo con l'obiettivo di adeguare il sistema di gestione sicurezza alla Norma OHSAS, in vista della certificazione prevista per il 2017.

FORNITORI

CoopCulture ha sempre considerato di importanza strategica il ruolo dei fornitori, instaurando, ove possibile, rapporti non solo di fornitura ma anche di partnership, in specie nei casi in cui essi interagiscono nei processi di erogazione dei servizi. Alla data di redazione del Rapporto, risultano attivi circa 800 fra fornitori e consulenti, di cui 77 iscritti all'albo e 34 dotati di certificazione dei sistemi (Gestione Qualità ISO9001 e Responsabilità sociale SA 8000). Ad oggi non risultano lamentele o contestazioni, coerentemente con la policy aziendale i tempi di pagamento vengono allungati oltre i 30 gg data fattura, arrivando con alcuni contratti alla scadenza dei 120gg.

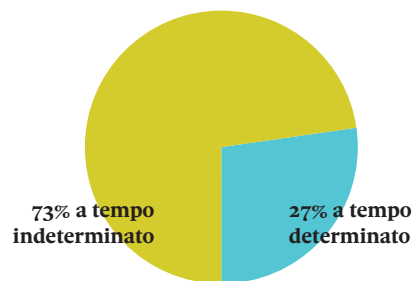




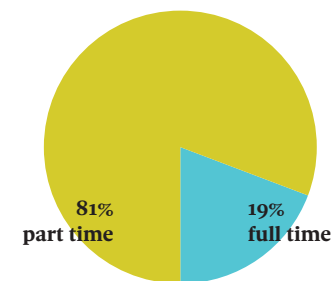
I contratti dei dipendenti

Il dato più significativo è l'elevata percentuale di contratti a tempo indeterminato. Quanto alla composizione delle risorse umane, si confermano le tendenze già consolidate negli anni: CoopCulture è un'azienda fatta di giovani (55% sotto i 40 anni), per lo più donne; un'alta percentuale di laureati e diplomati con una anzianità di servizio degna di nota (quasi il 70% lavora in cooperativa da più di 5 anni). Questi fattori spiegano anche la prevalenza di impieghi part-time.

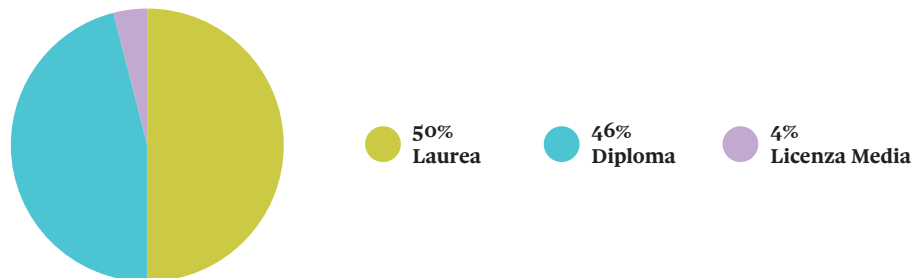
Tipologia di Contratto



Regime Orario



Titolo di Studio

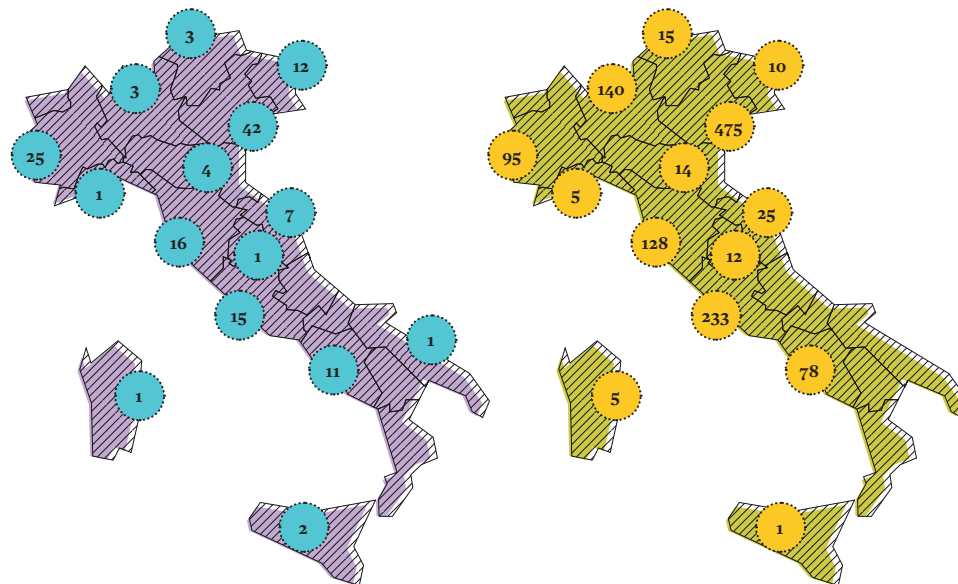


Un modello organizzativo che genera occupazione nei territori in cui opera



Distribuzione territoriale committenti e dipendenti

Vi sono regioni ad alta densità di committenti e conseguentemente di personale impiegato e sono chiaramente visibili le aree in crescita dove pian piano sta aumentando il presidio fisico di CoopCulture.



■ Dipendenti ■ Committenti



Un approccio smart che supera le distanze

CoopCulture è una realtà complessa e articolata: due sedi principali, 4 uffici territoriali, due direzioni operative, una rete di responsabili di commessa e coordinatori nei servizi e diversi uffici trasversali. Alcuni uffici hanno i propri componenti dislocati in diverse parti d'Italia. Per far sì che tutti i meccanismi funzionino e dialoghino serratamente CoopCulture ha perfezionato negli anni le interconnessioni e i processi di comunicazione.

Gli input provenienti dall'esterno, come le candidature spontanee, sono continui e intensi durante l'anno e una buona percentuale degli stessi viene esaminata in concomitanza dell'attivazione di un nuovo servizio o per un rafforzamento dei servizi in essere.



OLTRE
2.000
TRA SKYPECALL E
RIUNIONI VIRTUALI



OLTRE
70
RIUNIONI FISICHE



OLTRE
3.716
CV PERVENUTI
DI CUI L'80% ESAMINATO
E IL 30% GIUNTO
A COLLOQUIO

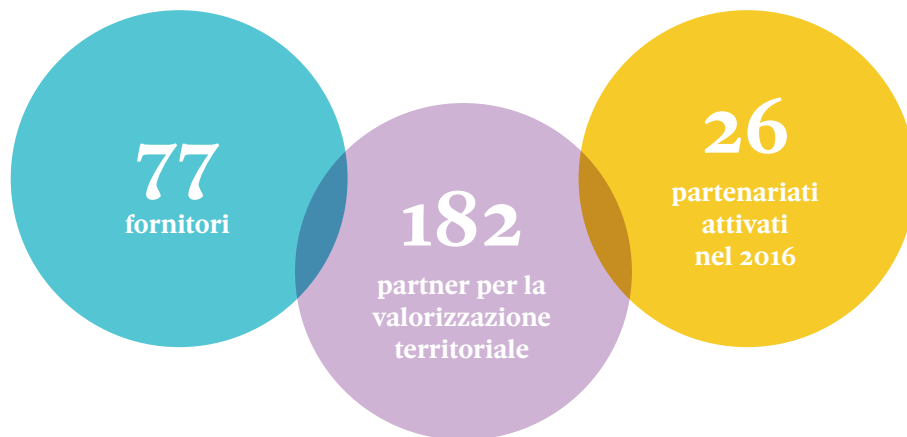


comunità

Un modello organizzativo che punta sul networking

Partner e sinergie

CoopCulture ha stretto importanti sinergie con un ventaglio ampio e prestigioso di partner della più ampia filiera culturale. Negli ultimi anni, la crescita ottenuta ed una offerta integrata culturale, hanno messo in relazione la cooperativa con molti partner di eccellenza nel campo dell'artigianato, dell'enogastronomia e del turismo sostenibile.



FOCUS

ReteCulture è lo spazio di condivisione tra CoopCulture e le altre cooperative del settore per incentivare sinergie e scambi utili al consolidamento dell'imprenditorialità cooperativa nella gestione dei beni culturali e nella promozione di progetti da e per il territorio. Si tratta di un modo di cooperare nel settore basato sul trasferimento di requisiti e competenze tra le cooperative tramite la infrastruttura tecnologica di CoopCulture ma animata direttamente dai soggetti territoriali.





Formazione e innovazione

Grande attenzione è rivolta alla crescita delle risorse umane e sociali coinvolte nei processi di produzione e di erogazione dei servizi, affinché i soci e i dipendenti si rendano essi stessi promotori dei valori cooperativi incrementando la consapevolezza del loro ruolo sia individuale sia collettivo.

Nel 2016 la cooperativa ha coinvolto i dipendenti in interventi formativi per complessive 9.770,95 ore (+ 40% rispetto al 2015). Questi i temi oggetto di aggiornamento: un nuovo approccio per lo sviluppo e la valorizzazione territoriale, l'audience development, nuove procedure e tipologie di appalti e contratti, percorso verso la certificazione del sistema di gestione della sicurezza.





CoopCulture porta la sua esperienza in tema di sviluppo sostenibile, culturale e turistico nei territori nel mondo

Forum nazionale “Articulando el turismo y el patrimonio, Recorriendo El Qhapaq Nan

#CoopCultureinBolivia. Su invito del Ministero della Cultura e Turismo della Bolivia, una delegazione di CoopCulture è intervenuta al Forum nazionale “Articulando el turismo y el patrimonio, Recorriendo El Qhapaq Nan”.

“The Italian Model of Requalification and management of the cultural and architectural heritage”

In occasione della Conferenza IRAN- ITALY mediata da ICE, CoopCulture ha partecipato all’evento “Management and Enhancement of cultural heritage. The Italian model of requalification and management of the cultural and architectural heritage”

Bruxelles, Parlamento Europeo e Budapest, Culture Action Europès 2017 Conference

L’impegno nella sostenibilità è diventata occasione di confronto in Europa: Bruxelles, Parlamento Europeo, “Il Modello cooperativo per lo sviluppo sostenibile del patrimonio culturale europeo”; Bruxelles, Parlamento Europeo e Budapest, Culture Action Europès 2017 Conference - Beyond the Obvious: Europe Quo Vadis?”

COOP | CULTURE

La sostenibilità sociale è quella che più di tutte caratterizza la forma cooperativa, dal momento che mette al centro dell'attività i soci e il loro coinvolgimento nei processi di governance e nelle scelte strategiche. A garanzia del rispetto dei

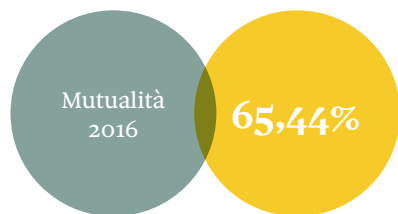
principi etici, di legalità e di qualità CoopCulture ha scelto di sottoporre i propri sistemi di gestione alla verifica di parte terza, ovvero di un organismo di certificazione (Rina spa) ed ha nominato un organismo di vigilanza esterno.

Sostenibilità Sociale

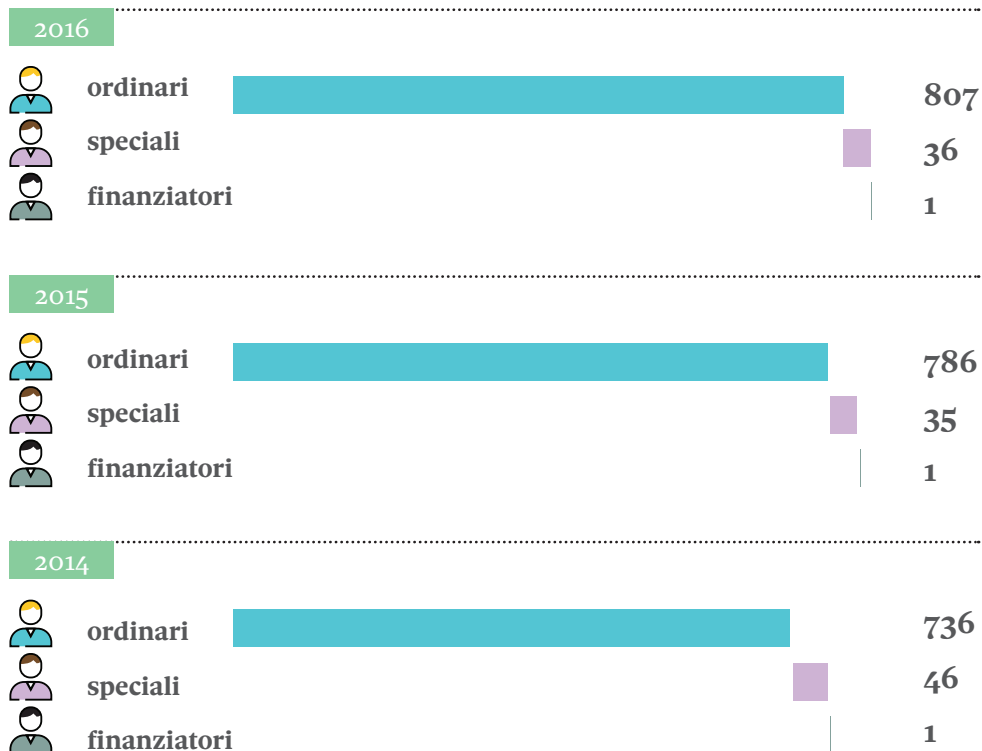
Una cooperativa con i soci al centro

Una crescita che conserva la prevalenza mutualistica

L'aumento dei soci degli ultimi anni permette di evidenziare come le strategie che mettono al centro il socio risultano avere un impatto anche sulle adesioni alla cooperativa.



La Cooperativa mantiene nella crescita la prevalenza mutualistica, continuando ad utilizzare l'apporto lavorativo dei soci nell'insieme delle proprie attività.





Certificazioni etiche

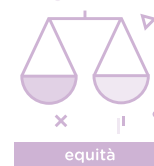
Nel corso del 2016 è stata rinnovata la Certificazione Etica in conformità alla norma SA 8000:2007; è previsto per il 2017 l'adeguamento del sistema di responsabilità sociale alla nuova norma SA 8000:2015. Nel 2016 non c'è stata nessuna segnalazione al comitato etico.

Come ogni anno la cooperativa è stata oggetto di revisione da parte di Legacoop Nazionale secondo l'art 17 d. lgs 220/02.

FOCUS

Il **COMITATO ETICO** è l'organismo fondamentale nell'implementazione del Sistema di Responsabilità Sociale, gruppo di lavoratori democraticamente eletto, che ha il compito di rilevare e trattare segnalazioni di disagio dei colleghi e favorire la comunicazioni tra il lavoratore e la cooperativa.





Una cooperativa attenta alle donne e ai giovani

La composizione sociale

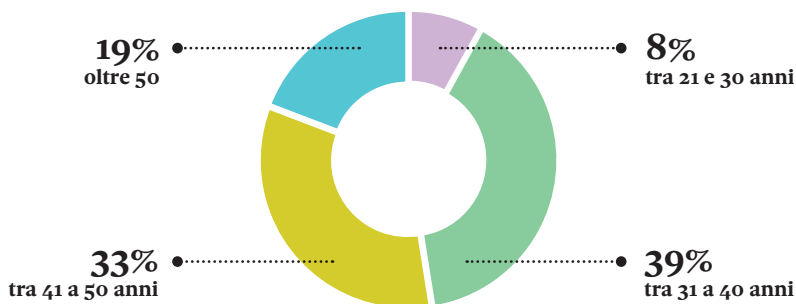
La composizione sociale rende evidente come CoopCulture sia una azienda che favorisce occupazione femminile e ricambio generazionale in decisa controtendenza rispetto alle dinamiche occupazionali del Paese.

L'ultimo anno ha visto l'avvio sperimentale di forme di lavoro flessibile, specie con riferimento alle socie rientrate dal periodo di maternità, per consentire un migliore bilanciamento tra lavoro e vita privata. L'inserimento dei giovani è garantito dalla relazione con alcune importanti Università italiane, nelle fasi di specializzazione e stage fino all'ingresso in azienda.

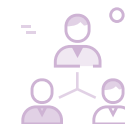
Genere dei soci



Età dei soci



Una cooperativa che alimenta le relazioni interne attraverso la partecipazione dei soci



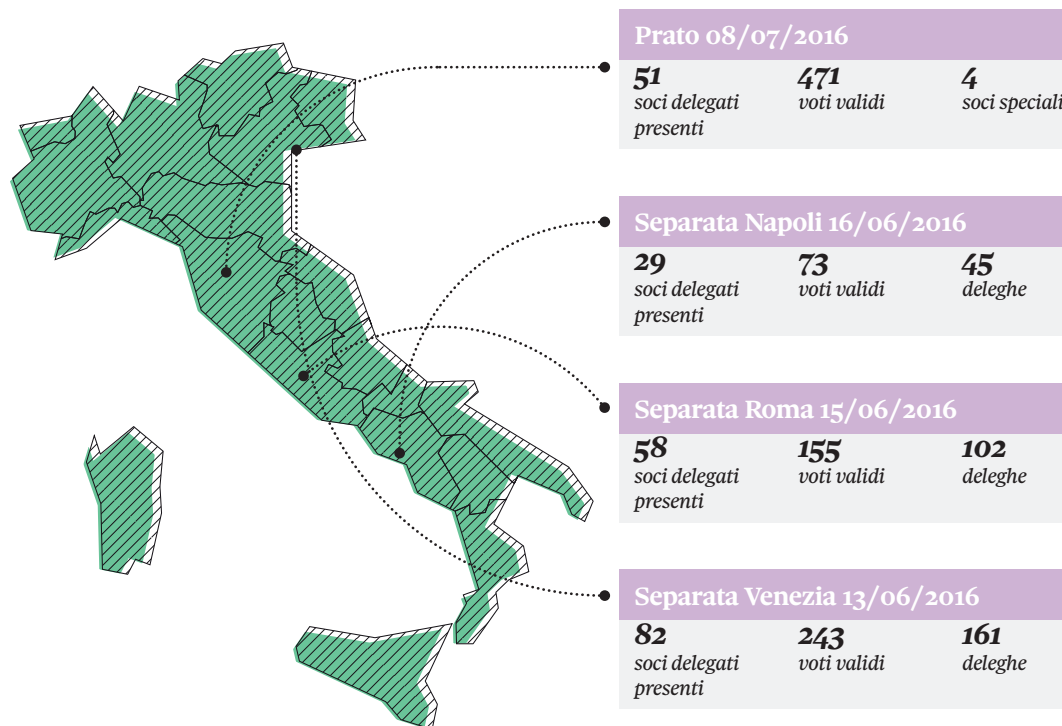
partecipazione

Le Assemblee dei soci

L'occasione più importante che il socio ha per partecipare alla vita della cooperativa e alle decisioni importanti che la riguardano è il momento dell'assemblea dei soci.

Il tasso di partecipazione in CoopCulture dimostra da sempre un grande interesse alle vicende della cooperativa e la volontà crescente da parte dei soci di condividere momenti di condivisione e scambio.

Alla votazione delle assemblee di bilancio 2015 hanno avuto diritto n.828 soci di cui 39 speciali e 1 finanziatore.



Una cooperativa che alimenta le relazioni interne attraverso la partecipazione dei soci



partecipazione

Il CdA

Il numero dei consiglieri di amministrazione è stato allargato da 6 a 9 nel 2014, al fine di aumentare la capacità rappresentativa e superare, seppur parzialmente, la coincidenza tra management della cooperativa e organo di indirizzo e controllo.

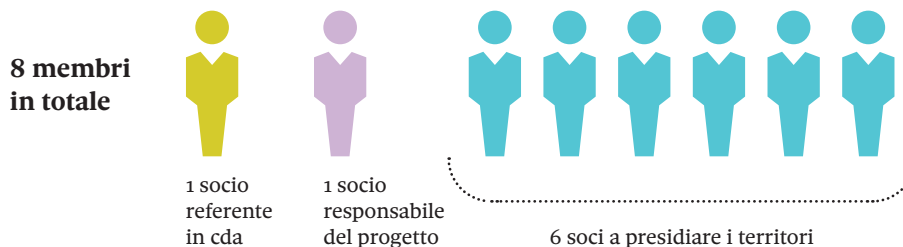
#EssereSocio

#EssereSocio - Dal 2015 è attivo l'Ufficio Soci di CoopCulture che nasce con l'obiettivo di ampliare e rinforzare il legame tra soci e cooperativa lungo tre dimensioni: partecipazione, ascolto, engagement. Le azioni andranno dalla diffusione di informazioni relative alla vita della cooperativa, all'adozione di convenzioni e scontistica nell'ambito del welfare e dell'edutainment, alla programmazione di eventi riservati ai soci.

Composizione del Consiglio di Amministrazione



Composizione dell'Ufficio soci





Fili di Culture

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

Movimento cooperativo

CoopCulture condivide obiettivi, finalità e attività del movimento cooperativo che fa capo a Legacoop e all'Alleanza delle Cooperative Italiane. Nei territori e nei settori di interesse i soci sono impegnati nello sviluppo e nel consolidamento dell'associazione. Attraverso i propri dirigenti CoopCulture è impegnata in molte associazioni territoriali e di settore tra cui la neonata CulTurMedia, l'associazione di settore Legacoop che riunisce in forma trasversale cultura, turismo e comunicazione.



Una cooperativa che investe nel benessere dei soci



educazione



99 ore

di formazione
e coaching
per il costituendo
ufficio soci



La sostenibilità culturale coincide con un lavoro sull'allargamento dei pubblici e la strategia dell'audience development che lavora non solo sull'aumento degli utenti in termini puramente quantitativi ma anche e soprattutto sull'accoglienza, la fidelizzazione e la diversificazione degli utenti stessi, favorendo diversi livelli di

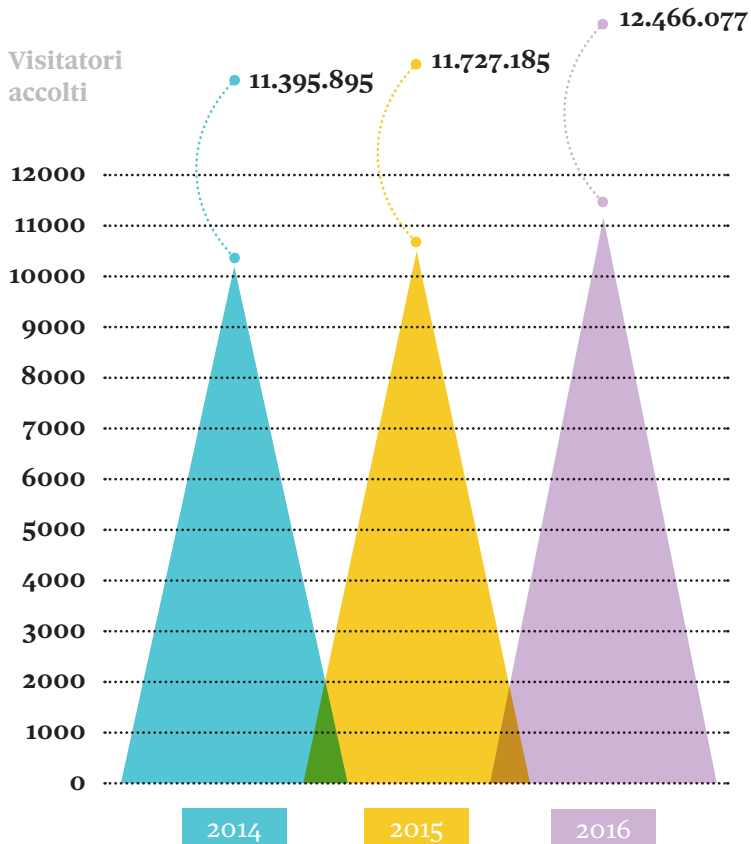
accessibilità culturale, sociale e fisica. In termini quantitativi, il numero di visitatori è cresciuto considerevolmente si è passati dal registrare nel 2015 11.727.185 visitatori ai 12.466.077 del 2016. L'allargamento delle reti, costantemente perseguito da CoopCulture, permette di creare nuove sinergie e garantire

il massimo grado di apertura interna ma anche esterna a livello nazionale e internazionale.

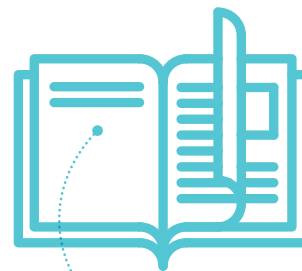
Quest'anno sono state attivate numerose collaborazioni per rendere le attività e le relazioni maggiormente eterogenee e diversificate.

Sostenibilità Culturale

Un'impresa culturale che alimenta e fidelizza la domanda



Biblioteche



152.000
utenti attivi gestiti
che hanno preso
almeno un libro
in prestito.

Social Network



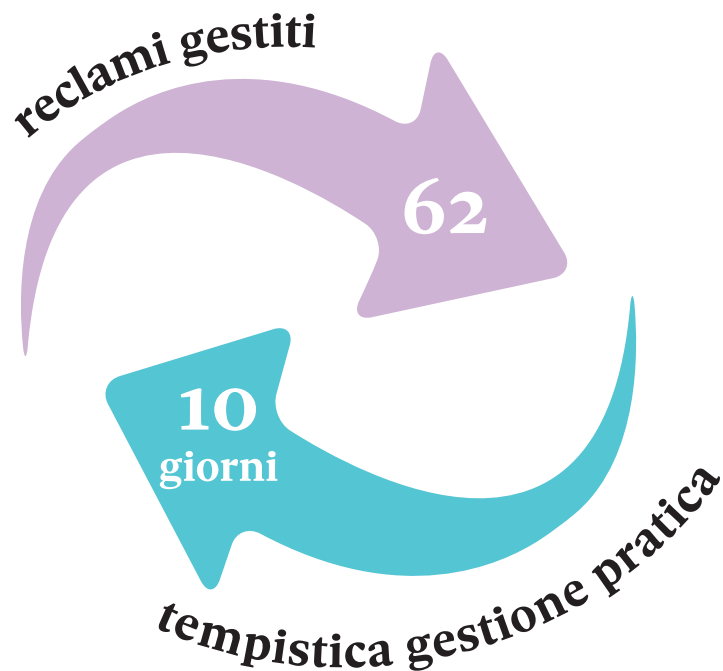
17.748
followers



Customer Care

La Customer Care è uno dei punti di forza dei servizi CoopCulture: via telefono, email o messaggistica istantanea sui social network la cooperativa attiva canali di dialogo diretto con gli utenti che necessitano informazioni, suggerimenti o aiuto. In nome della trasparenza numerose sono le modalità con cui gli utenti possono far pervenire a CoopCulture i propri reclami: compilando e consegnando apposito modulo presso gli uffici o i luoghi, sia di persona che per posta; contattando telefonicamente gli uffici, i luoghi della cultura o il centralino (n.15 postazioni); rivolgendosi via email all'indirizzo **customers@coopculture.it**; contattando l'azienda attraverso i profili social.

Nel corso dell'anno 2016 CoopCulture ha ricevuto 62 reclami, gestiti nell'ambito dei successivi 10 giorni al massimo.

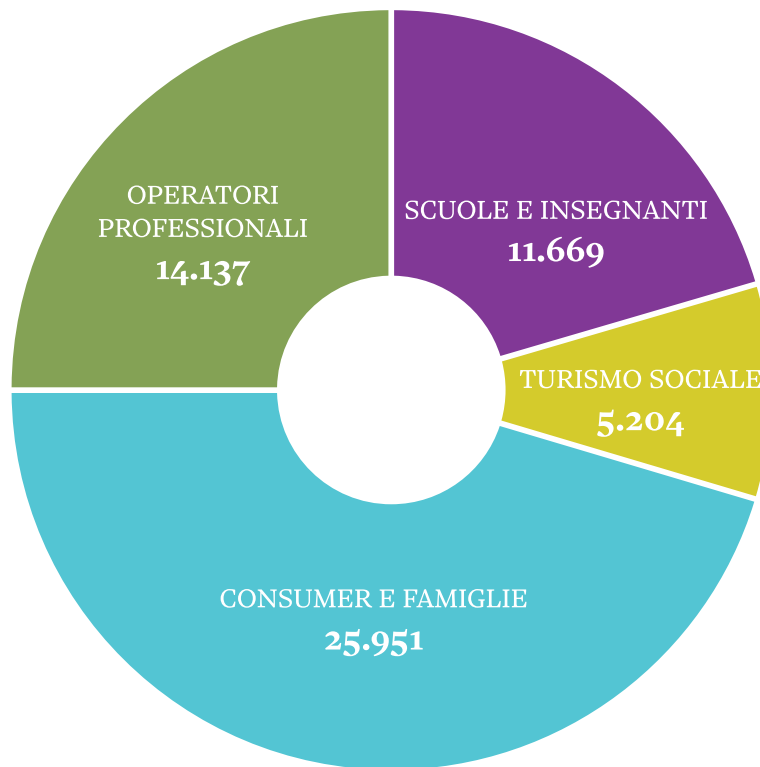


Un'impresa culturale che prova ad avvicinare "tutti" all'arte e alla cultura



Attraverso la conoscenza e la segmentazione dei pubblici

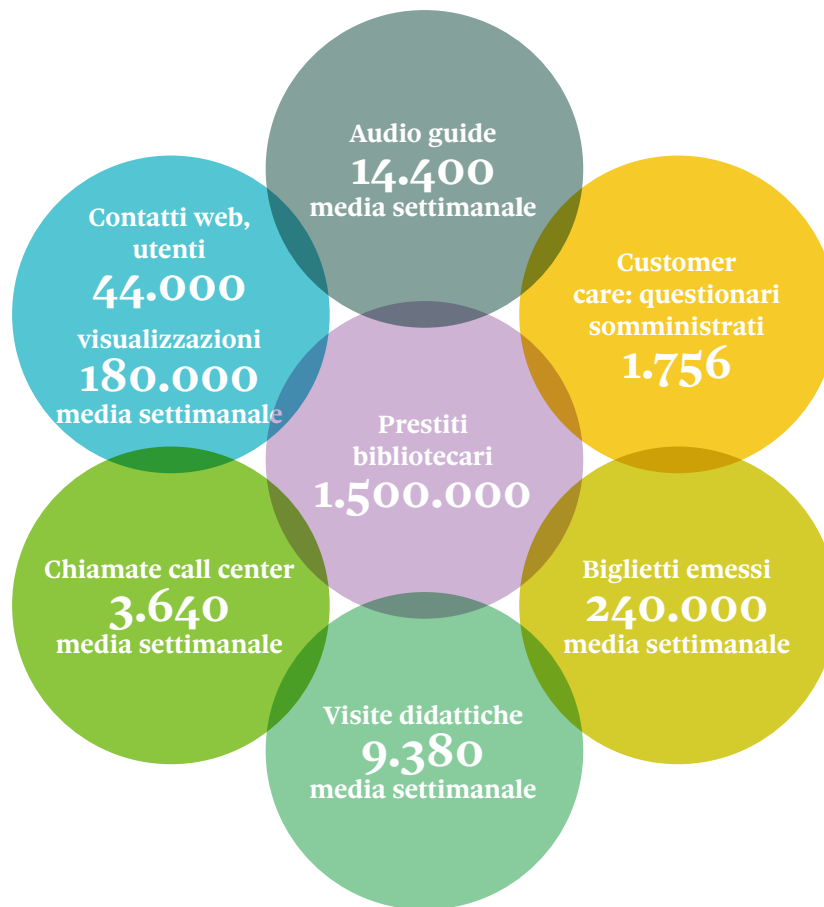
Nel corso dell'anno CoopCulture ha avviato un Osservatorio sulla domanda culturale avvalendosi di specialisti e di una infrastruttura tecnologica che è anche strumento di conoscenza e governance dei diversi segmenti di pubblico.





Attraverso la pluralità dei canali e degli strumenti di relazione

L'infrastruttura tecnologica multimediale, multicanale consente di accogliere e assistere prima, durante e dopo la visita.



Un'impresa culturale che si impegna nell'audience development



Interculturalità, intergenerazionalità



Hero-Rispetto!

In occasione del Giorno della memoria 2016, per ricordare il genocidio di Sinti e Rom, spesso dimenticato, il Museo Ebraico di Venezia e CoopCulture hanno scelto di abbracciare il progetto Hero-Rispetto! proposto dall'Assessorato alle Politiche Giovanili del Comune di Venezia, ospitando presso il Museo la

performance di danza sul Porrarajmos a cura del gruppo Ci Ve - Danza Contact Improvisation condotta da Carla Marazzato e accompagnato da letture sceniche sul Porrarajmos a cura del collettivo teatrale Fucina Underground. Musica originale e scelta di testi da “Lo Zingaro” di Primo Levi a poesie della tradizione rom e sinti.



Cappuccetto Uf

Dalla sceneggiatura di Jean-Claude Grumberg edita in Italia da Cleup, lo spettacolo affronta in maniera divertente e parodica il tema delle persecuzioni razziali sfruttando la mediazione della storia di Cappuccetto Rosso. Il testo teatrale messo in scena da MPG Cultura, in collaborazione con il Museo Ebraico di Venezia, CoopCulture e la casa editrice Cleup nello spazio del Teatro di Villa Groggia di Venezia ha creato un vero e proprio evento per famiglie con bambini dai 6 anni in su. La lettura scenica è stata riproposta anche al Museo Ebraico di Venezia e al Museo della Padova Ebraica.





Mediazione Culturale e Accessibilità

CAA - Cintola ad Alta Accessibilità

A Prato, il Museo di Palazzo Pretorio, in collaborazione con CoopCulture e l'ASL, tra i primi musei in Italia ha avviato un progetto per la fruizione del Museo e della collezione con l'utilizzo di didascalie in linguaggio CAA (Comunicazione aumentativa alternativa), un linguaggio simbolico utilizzato a livello mondiale per comunicare con persone che hanno difficoltà a usare i normali canali comunicativi (disabili, stranieri...).

Il progetto prevede un percorso di visita del Museo con l'elaborazione di didascalie (le opere dotate di queste didascalie al momento sono quattro) con simboli in PCS. Il percorso scelto è quello dedicato alla Sacra Cintola, simbolo dell'identità della città e soggetto importante di capolavori della collezione museale.

Nell'offerta didattica è compreso un laboratorio inclusivo per la scuola primaria che prevede anche l'utilizzo della CAA con operatori appositamente formati dal Centro Sovrazonale di Comunicazione Aumentativa di Milano e Verdello (CSCA) centro di riferimento pubblico a livello nazionale.



Un'impresa culturale che si impegna nell'audience development



partecipazione

Sensi contemporanei e rigenerazione urbana

Territori Contemporanei

Progetto di didattica rivolto alle scuole superiori curato dal Museo di Palazzo Pretorio da CoopCulture e dall'associazione CUT- Circuito urbano Temporaneo.

Territori Contemporanei si basa su una didattica sperimentale e mette in relazione il museo con artisti e spazi indipendenti della Città di Prato.

Il progetto, nel 2016 alla seconda edizione, coinvolge i ragazzi dei licei in una visita al Museo seguita da una attività laboratoriale con un artista contemporaneo pratese con cui trovare nuove chiavi di lettura e di rielaborazione delle opere.



Un'impresa culturale che si impegna nell'audience development



partecipazione

Rigenerazione e network territoriale

Inaugurazione del Museo del Mare e della Navigazione antica di Santa Marinella

Il 16 giugno 2016 è stato inaugurato il nuovo allestimento del Museo del Mare e della Navigazione Antica a Santa Marinella, con la presentazione della rassegna di eventi “Estate in Blu”, un calendario fitto di appuntamenti che, dal 18 giugno alla fine di settembre, hanno dato voce e valore alle potenzialità del territorio: dall'enogastronomia al patrimonio ambientale e culturale, dalle tradizioni allo spettacolo.



Un'impresa culturale che si impegna nell'audience development



Turismo slow

Le vie dei presidi

CoopCulture per le vie dei Presidi Slow Food. Alla scoperta dell'archeologia e dei sapori dell'area vesuviana.

L'itinerario rientrante nell'iniziativa le Vie dei Presidi, è stato organizzato in collaborazione con Slow Food Campania e Basilicata grazie, per il secondo anno di seguito, con l'obiettivo di avvicinare i consumatori ai territori e alle tecniche di produzione dei Presidi Slow Food.





Intersettorialità

Natale in Musica a Palazzo Reale di Napoli

Una visita didattica nelle stanze della regina accompagnata dalla performance musicale eseguita con strumenti che ritroviamo rappresentati nei presepi napoletani, in un concerto dell'Accademia Mandolinistica Napoletana



Un'impresa culturale che contribuisce alla filiera ricerca- educazione-produzione-valorizzazione-fruizione



comunità

Partner per formazione, ricerca e innovazione:

Formazione: Università Ca' Foscari Venezia · Libera università di lingue e comunicazione IULM, Milano-Roma · Università degli Studi di Ferrara · Università degli Studi di Roma Sapienza · Università degli Studi Roma Tre · Libera Università Internazionale degli Studi Sociali “Guido Carli” · Università degli Studi Suor Orsola Benincasa - Napoli · Università degli Studi di Bari “Aldo Moro” · Università degli Studi di Palermo · Consiglio Nazionale delle Ricerche · Digital Cultural Heritage Arts and Humanities School - Polo Apulian · · Istituto tecnico superiore per tecnologie innovative per i beni e le attività culturali-Turismo, arte e Beni culturali - (ITS TAB), Siena · · Fondazione Sicilia · ITS - Fondazione Archimede di Siracusa · Summer School Agrigento · Winter School Menfi · ECCOM idee per la cultura · ETT Solution · SL&A turismo e territorio · PazLab · Struttura Consulting · Strateghia · Clac

I principale partner di rete e valorizzazione integrata territoriale:

Fondazione Patrimonio Unesco Sicilia · Italia Nostra · Legambiente · ARCI · WWF · FAI · Slow Food · Arsial · Distretto Turistico Selinuntino · Associazione Culturale La Rotta dei Fenici · Distretto Turistico Valle dei Templi · FAI-Giardino della Kolimbeta · Farm Cultural Park · BALARM · Sirecoop · Vela

Partner di prodotto

DOC Servizi · 30 e Lode · La Mandragola · Speha Fresia soc. coop. · Coop. Nuova Atlantide · Mediateur · Le Vie dei Tesori · MPG Cultura · Artù - Associazione Ricercatori Turismo Associazione CUT · Cleup · Totem srl · Cantine: Settesoli, Planeta, Barbera · Electa · Mondo Mostre · Skira · Palumbo

Partner nelle strategie di internazionalizzazione:

INDACO · Studio Marinuzzi · Legacoop - Ufficio Relazioni Esteri · Comitato Internazionale per lo Sviluppo dei Popoli - (CISP) · Progettomondo.mlal · Istituto Cooperazione Economica Internazionale - (ICEI) · Atit · Loughborough University · UniRomaTre · Marnix Academy · LEU - Stitching Landschap Erfgoed Utrecht · Ente Regionale per il Patrimonio Culturale della Regione Autonoma (ER-PAC) · ATS - Ecomusei regionali del FVG · Znanstvenoraziskovalni center Slovenske · Akademije znanosti in umetnosti - (ZRC SAZU) · Goriški muzej Kromberk di Nova Gorica · Mestni muzej Idrija, muzej za Idrijsko in Cerkljansko

Un'impresa culturale che sostiene il dibattito culturale e il coinvolgimento delle comunità locali



comunità

CoopCulture aderisce alle principali associazioni e reti italiane ed europee impegnate nel settore culturale e partecipa a molti workshop incentrati sull'esplorazione e la ricerca di condizioni e strumenti utili a porre la cultura e il patrimonio culturale al centro delle politiche nazionali ed europee.

Il riconoscimento di tale centralità vela infatti ad amplificare gli effetti e i benefici trasversali non solo per una crescita economica sostenibile ma anche per lo sviluppo, il benessere e la coesione delle comunità.



FOCUS

Nel 2014 CoopCulture è entrata a far parte del network europeo Culture Action Europe organizzazione che intende porre al centro del dibattito politico la cultura. Dal 2015 i soci italiani della rete CAE hanno iniziato ad incontrarsi per condividere ed elaborare azioni comuni e riannodare il rapporto tra territori, amministrazione pubblica e settore privato e hanno scelto come terreno di sperimentazione la città di Roma. Ad aprile 2016 al MACRO di Roma è stato organizzato un primo incontro dal titolo "CreAction" per discutere il tema della cultura come servizio essenziale insieme agli operatori del settore. Da questo incontro è scaturito un documento strategico articolato in 10 punti. Successivamente nel 2017, si è dato inizio al percorso "CreAction 2. CAE nei municipi, finalizzato a verificare l'aderenza dei temi individuati ai reali bisogni dei territori ripartendo dalla identificazione e valorizzazione del patrimonio materiale e immateriale, luoghi, idee, persone. L'iniziativa ha avuto il patrocinio dell'Assessorato alla Crescita Culturale dei Cittadini di Roma Capitale e dell'Istituzione Biblioteche di Roma.

cultureactioneurope.org
cre-action.it



Per la comunità locale

Per le scuole

50

ore di formazione erogata dai Soci CoopCulture all'esterno

15

eductour nazionali dedicati ai referenti Grandi Clienti, CRAL, Associazioni Culturali, Ordini Professionali, Aziende

20

Educational per gli insegnanti

200

newsletter inviate per target (consumer, gruppi/operatori, insegnanti/scuole)

2

PROGETTI CONCLUSI DI ALTERNANZA SCUOLA LAVORO

ARTPLANNER SCUOLE

8

NUOVI PROGETTI AVVIATI CHE SI CONCLUDERANNO NEL 2017

50
STUDENTI COINVOLTI

STUDENTI COINVOLTI

400
STUDENTI COINVOLTI

STUDENTI COINVOLTI

**Rapporto 2016
a cura di**

Giovanna Barni
Teresa di Bartolomeo
Sara Moscatelli
Sara Sottini

con l'ausilio di

Cristiana del Monaco, Paola Autore
e degli uffici Amministrazione, Gare,
Risorse Umane, Marketing, Formazione,
Vendite, Sviluppo e Statistiche

**Realizzato in
collaborazione con**

Eccom idee per la Cultura
e Struttura Consulting

Design

PazLab

Illustrazione

Valenzia Lafratta

*Si ringraziano i proprietari delle immagini
utilizzate e quanti hanno fornito la propria
testimonianza.*

