



2018 | **Rapporto  
di sostenibilità**

*“L’International Labour Organization deve dirigere i suoi sforzi per (...) sostenere il ruolo del settore privato come principale fonte di crescita e creazione di posti di lavoro promuovendo un ambiente favorevole all’imprenditorialità e alle imprese sostenibili, nonché alle cooperative e all’economia sociale e solidale per generare lavoro dignitoso, occupazione produttiva e standard di vita migliori per tutti ”*

**dalla Dichiarazione per il Centenario dell’ILO**

*International Labour Organization per il Futuro del Lavoro 2019*

**CONSIGLIO DI  
AMMINISTRAZIONE**

Giovanna Barni	<b>Presidente</b>
Cristiana Del Monaco	<b>Vice Presidente</b>
Laura Aversa	
Letizia Casuccio	
Ugo D'Antonio	
Franca Giovine	
Michela Marchini	
Paolo Pizzo	
Adriano Rizzi	

**COLLEGIO  
DEI SINDACI**

Massimo Da Re	<b>Presidente</b>
Alberto Rimicci	
Iolanda Spagnuolo	

**ORGANISMO  
DI VIGILANZA**

Gianfranco Piseri	<b>Presidente</b>
Alberto Cuomo	
Riccardo Riva	

**INDICE**

<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>4</b>
<b>GLI STAKEHOLDER</b>	<b>5</b>
<b>SOSTENIBILITÀ ECONOMICA</b>	<b>6</b>
<b>SOSTENIBILITÀ ORGANIZZATIVA</b>	<b>16</b>
<b>SOSTENIBILITÀ SOCIALE</b>	<b>26</b>
<b>SOSTENIBILITÀ CULTURALE</b>	<b>34</b>

## NOTA METODOLOGICA

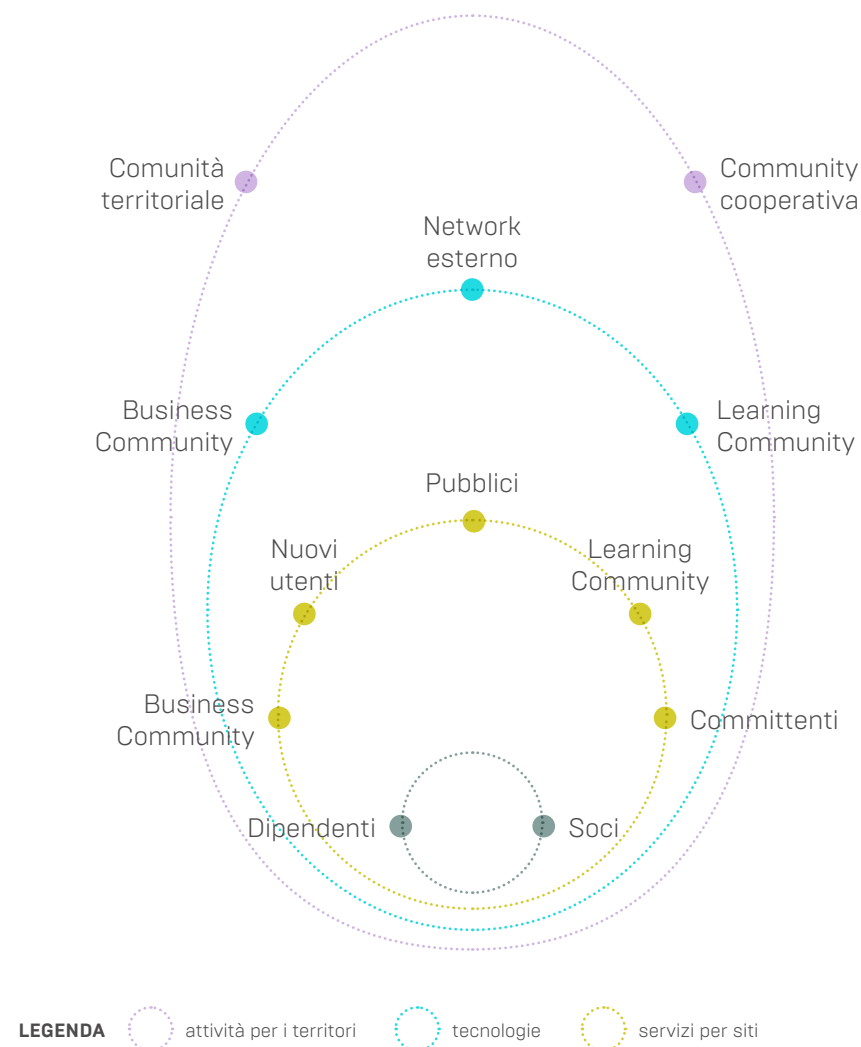
Il Rapporto di Sostenibilità rappresenta la certificazione del profilo etico, poiché pone l'accento sulla responsabilità dell'impresa nei confronti dei contesti in cui opera e rende evidente la necessità di creare valore sostenibile nel tempo e di realizzare un'economia circolare. Nel raggiungimento di tali obiettivi, l'impresa che opera in ambito culturale e creativo, tanto più se in forma cooperativa, è oggi considerata sia in Italia che in Europa protagonista assoluta nelle dinamiche di sviluppo sostenibile.

Il flusso narrativo in cifre dell'ultimo anno mette quindi a fuoco le ricadute dell'operato quotidiano, sempre ponendo attenzione ai diversi livelli di interazione che si creano con i vari stakeholder, a partire dalla semplice conoscenza, passando per l'instaurarsi della relazione per giungere al consolidamento di una partecipazione che si arricchisce di forme sempre più dirette.

L'edizione 2018 del Rapporto di Sostenibilità CoopCulture rappresenta la quinta tappa di un percorso avviato nel 2014. Per la prima volta, il documento finale viene proposto in una duplice versione: una più sintetica, in cui sono condensati i dati salienti della gestione 2018 della Cooperativa e destinata alla stampa; e una estesa, che sarà successivamente resa disponibile solo online, con approfondimenti dedicati ai progetti realizzati sui territori e alle performance delle singole commesse.

Il perimetro di riferimento per la redazione del Rapporto di Sostenibilità riguarda il periodo 1° gennaio - 31 dicembre 2018. L'impianto metodologico adottato si pone in continuità con quanto realizzato nel 2017, anno nel quale CoopCulture, grazie al supporto di Struttura Srl ed ECCOM, ha dato vita ad una metodologia proprietaria in grado di offrire una valutazione articolata e che tiene conto dell'architettura sempre più complessa dei progetti realizzati. Gli indicatori tradizionali, scanditi in sostenibilità economica, organizzativa, sociale e culturale, vengono quest'anno aggiornati alla luce delle indicazioni fornite dalla più recente letteratura, tra tutte le nuove linee guida della Global Reporting Initiative e la guida pubblicata dal Segretariato Generale dell'Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE) *CULTURE AND LOCAL DEVELOPMENT: MAXIMISING THE IMPACT. Guide for Local Governments, Communities and Museums*.

## GLI STAKEHOLDER



# Sostenibilità Economica

Misura l'impatto economico in termini di creazione e redistribuzione degli introiti e le ricadute sui territori e sulla filiera.



## IL VALORE GENERATO

### IL VALORE DELLA PRODUZIONE

69.903.365 €

+8,6%

rispetto al 2017

+40%

rispetto al 2016

51.358.961,41 €

il valore aggiunto globale netto

+5%

rispetto al 2017

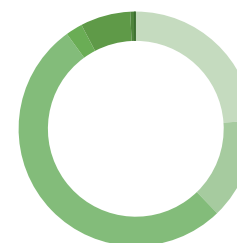
51.938.125,57 €

il valore aggiunto caratteristico lordo

+6%

rispetto al 2017

### I RISULTATI DELLA GESTIONE NEGLI AMBITI DI ATTIVITÀ



23,7%  
Servizi Museali

6,9%  
Servizi non Museali

13,8%  
Biblioteche

1,6%  
Ricerca/Innovazione/  
Marketing

51%  
Concessioni  
Museali

1%  
Attività di  
Documentazione  
Digitale

2%  
Eventi, Fiere, Mostre

+47,4%

è l'incremento di maggior rilievo rispetto al 2017 per i servizi museali

CoopCulture ha ottenuto una agevolazione fiscale per l'attività di ricerca e sviluppo, a titolo di credito di imposta, pari a **449.800,89 €** ovvero al **50%** delle spese sostenute e documentate

### IL CONFRONTO CON IL DATO NAZIONALE

+5% ← → +1%

valore aggiunto  
CoopCulture

valore aggiunto registrato a livello nazionale  
nel **comparto patrimonio storico artistico**  
dal rapporto **Io sono Cultura 2018**  
di Symbola.

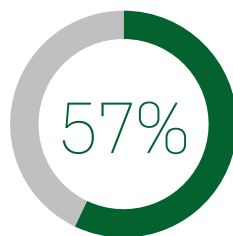
Il valore aggiunto prodotto da CoopCulture nel 2018 incide per circa il **2%** sul valore prodotto a livello nazionale dal **comparto patrimonio storico - artistico** (dati Symbola 2018).

## LA REDISTRIBUZIONE DEL VALORE

### IL VALORE REDISTRIBUITO PER IL PERSONALE

39.283.153,00 €

costi impiegati per il personale



del totale dei costi intermedi di produzione

+7%

in un anno

+31%

rispetto al 2016

22mln

rispetto al 2016

145.219 €

impiegati per il progetto **Etica e Qualità** sviluppato dall'Ufficio Soci

### IL VALORE REDISTRIBUITO PER LA COMUNITÀ

103.043,00 €

impiegati tra supporto al movimento cooperativo e liberalità

+28%

in un anno

+40%

nello specifico, per il mondo cooperativo un supporto economico che è cresciuto del 40% rispetto al 2017

245mila €

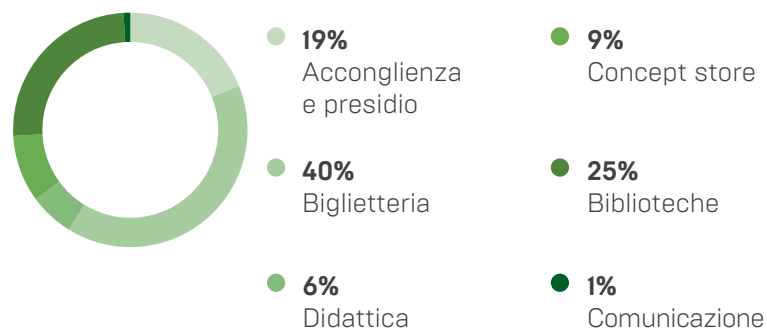
impiegati per l'adeguamento funzionale degli spazi gestiti



## IL VALORE REDISTRIBUITO PER I FORNITORI

# 19.056.865,89 €

la spesa complessiva impiegata in forniture



# 90%

Le forniture **TECH, SERVIZI CULTURALI E TURISTICI, R&S e SERVIZI GENERALI** assorbono circa il **90%** del valore redistribuito nella supply chain

# 4.404.571,00 €

La spesa destinata al **comparto culturale e creativo** attraverso forniture e **prestazioni altamente specializzate**

# 434.159,00 €

Investimenti per consulenze tecniche e strategiche

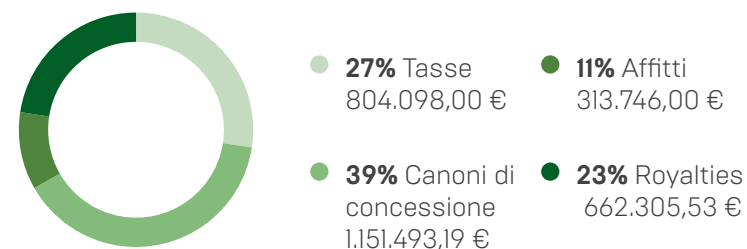
# +83%

rispetto al 2017

## IL VALORE REDISTRIBUITO PER I COMMITTENTI

# 2.931.642,72 €

il valore complessivamente generato per i nostri committenti



## GLI INVESTIMENTI PER LA CRESCITA

# 899.601,78 €

investimenti in innovazione e sviluppo

# +50%

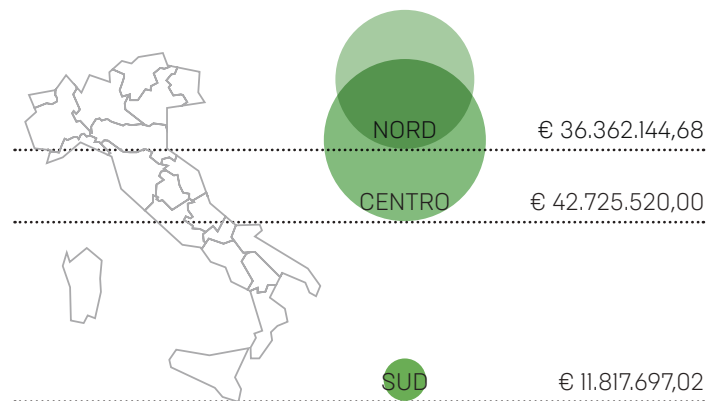
circa rispetto al 2017

Gli **investimenti per la crescita** nel **2018** sono stati del **50%** più alti di quelli sostenuti nel triennio precedente

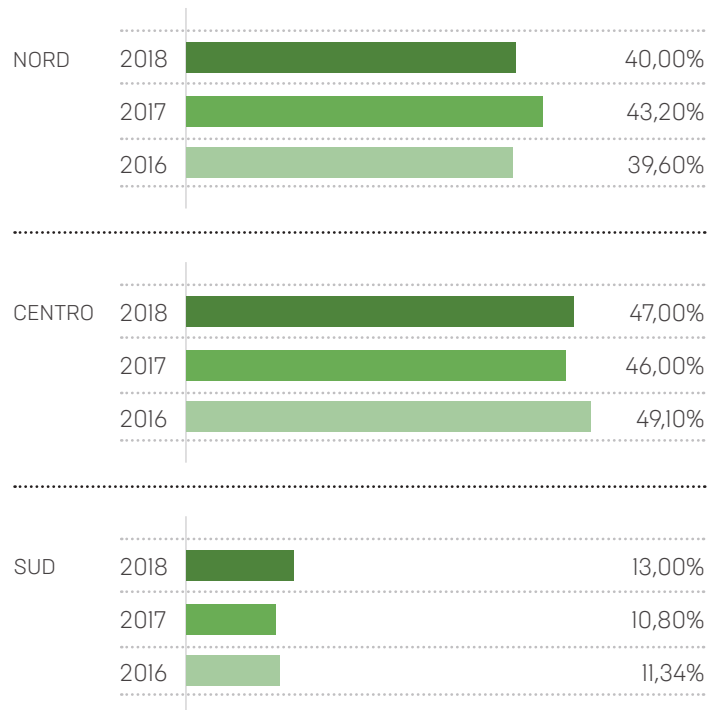


## GLI IMPATTI

### L'IMPATTO SUI TERRITORI



### IL VALORE CREATO PER AREE TERRITORIALI

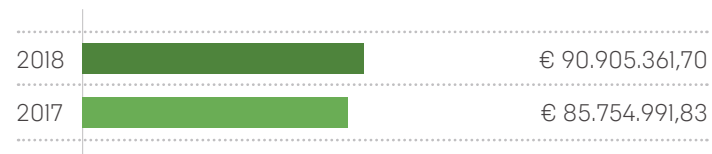


### L'IMPATTO SULLA FILIERA

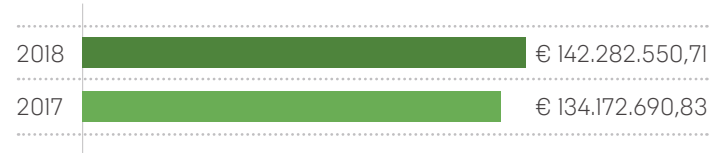
#### VALORE AGGIUNTO COOPCULTURE



#### EFFETTO DIRETTO



#### EFFETTO SULLA FILIERA





# Sostenibilità Organizzativa

Misura l'impatto in termini di crescita  
dell'occupazione, innovazione delle  
competenze e territorialità dell'azione

## LE RISORSE UMANE

### LA CONSISTENZA DEI RAPPORTI DI LAVORO

+ 2% ↔ + 0,1%

è la crescita di occupati in CoopCulture nell'anno successivo alla fusione con COPAT che aveva già portato nel 2017 a un + 20%.

l'incremento degli occupati nel comparto Patrimonio storico artistico a livello nazionale (dati Symbola 2018)

3,4%

l'occupazione CoopCulture rappresenta il 3,4% del totale degli occupati nel comparto patrimonio storico artistico rilevati dall'ultimo rapporto **lo sono cultura** di Symbola 2018.

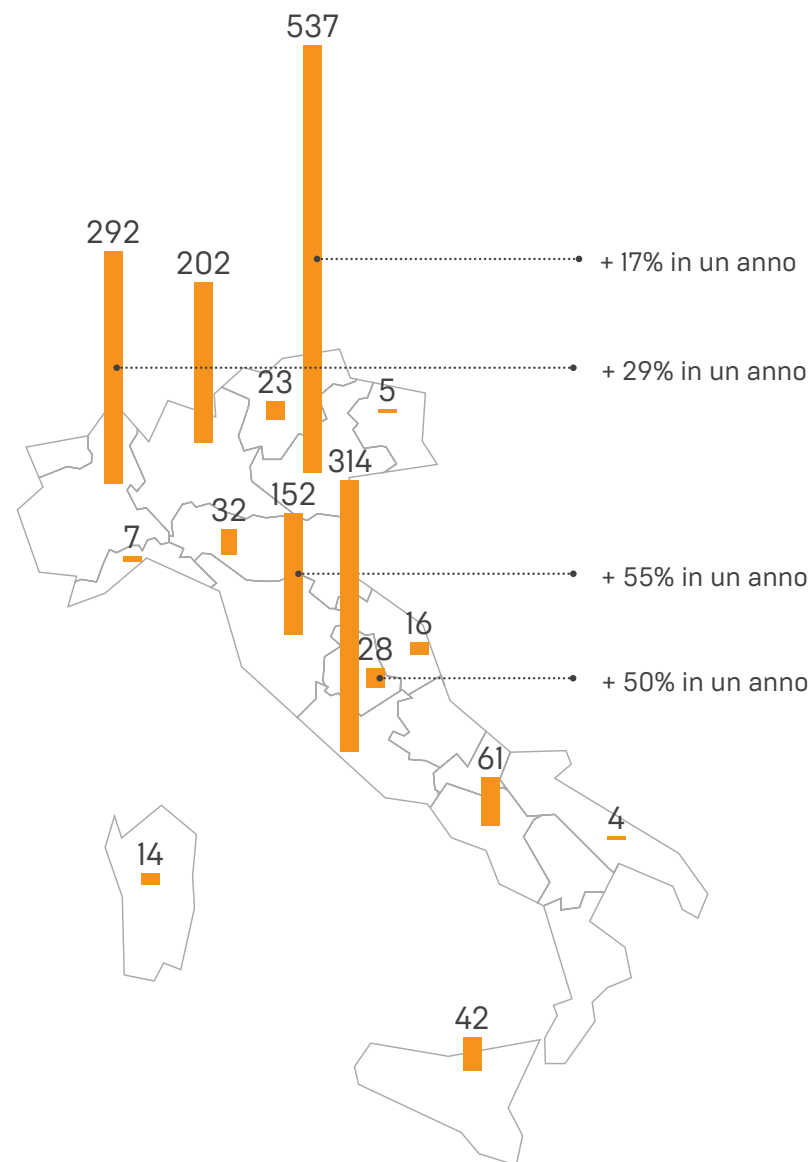
TOTALE DIPENDENTI

1729

DI CUI SOCI

1025

### LA DISTRIBUZIONE NEI TERRITORI



### IL RECRUITING

4.500 candidature visionate

2.500 colloqui realizzati

nuovi assunti per un tasso di assunzione post colloqui pari al

800 → 32%



## LA FORMAZIONE

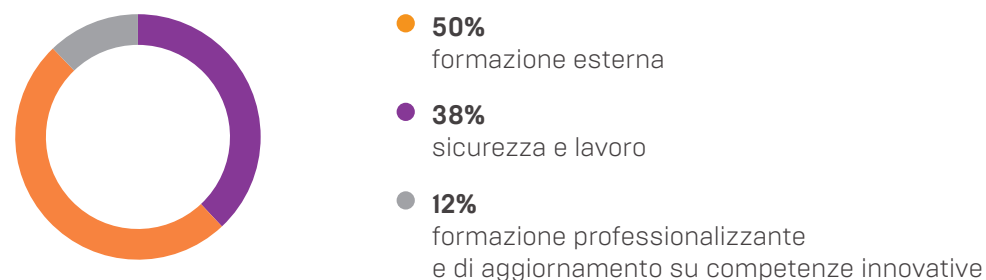
### LA FORMAZIONE

10.900 ore di formazione che corrispondono a 149 interventi formativi

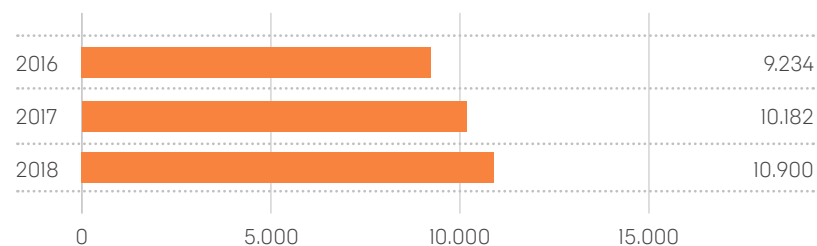
6,3 ore pro-capite

1.387 tra soci, dipendenti, collaboratori partecipanti → 80% dell'organico CoopCulture

### LE TIPOLOGIE DI FORMAZIONE



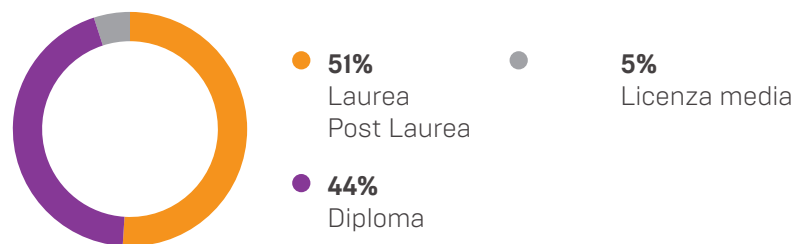
### L'IMPEGNO DEGLI ULTIMI TRE ANNI



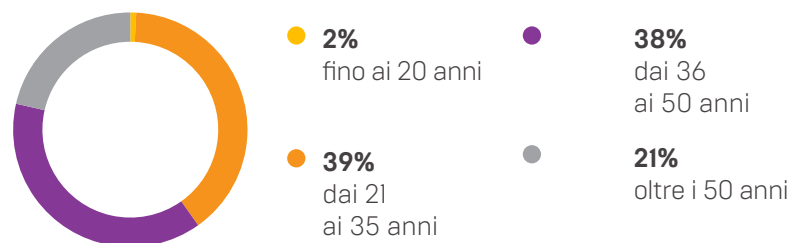
## LE CARATTERISTICHE DELL'OCCUPAZIONE

### IL CAPITALE UMANO

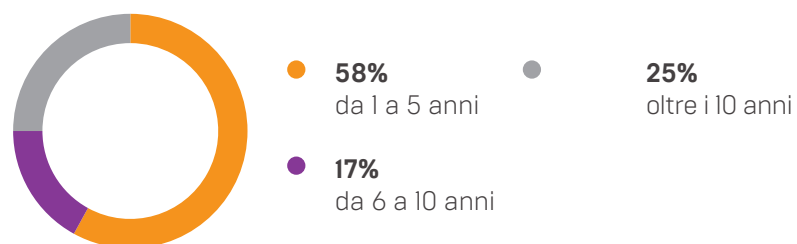
#### TITOLI DI STUDIO



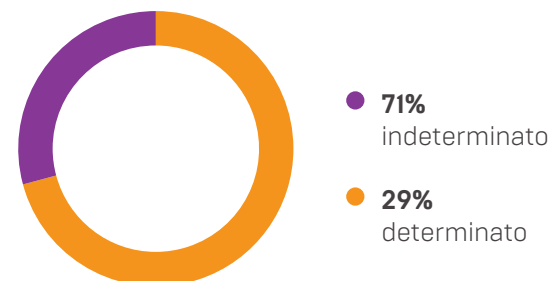
#### ETÀ



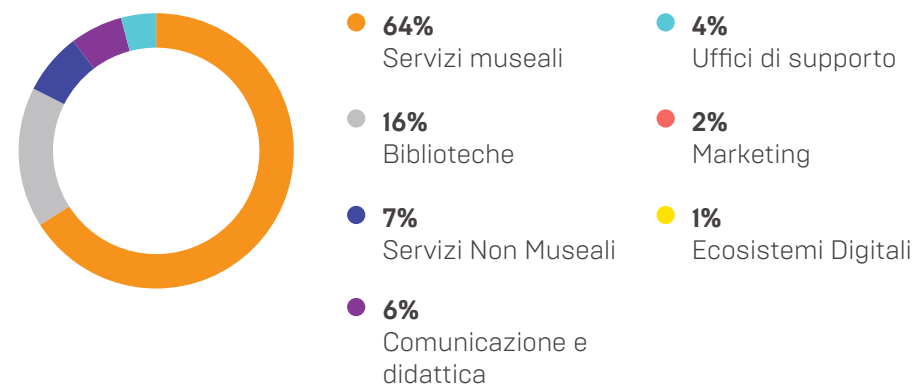
#### ANZIANITÀ AZIENDALE



### LA TIPOLOGIA CONTRATTUALE



### GLI OCCUPATI PER AREE AZIENDALI



### GLI OCCUPATI PER GENERE



## L'EFFICACIA DELL'AZIONE COMMERCIALE

### L'ATTIVITÀ DELL'UFFICIO GARE



161 gare alle quali CoopCulture ha partecipato nel 2018

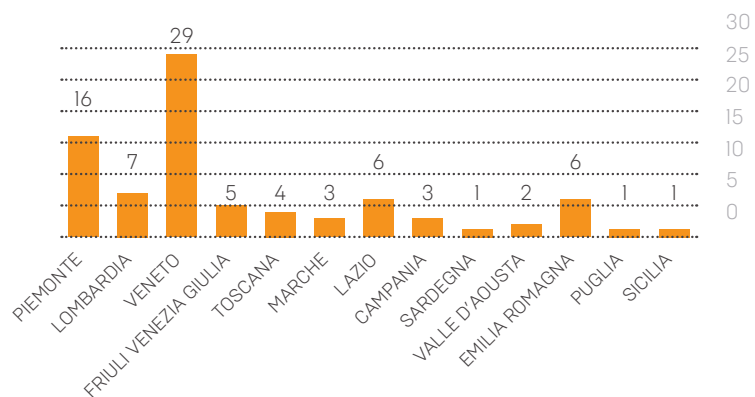
53%

tasso di successo

74% dei partenariati è stato costituito con operatori del **mondo cooperativo**

45 nuove commesse acquisite

### LE GARE AGGIUDICATE PER REGIONE



### I PROGETTI INTERNAZIONALI

2

Per lo sviluppo sostenibile della **Bolivia** e delle **Rotte culturali nel Mediterraneo**

## IL NETWORK ESTERNO

### I COMMITTENTI



- 9% MiBAC
- 8% Fondazioni
- 58% EELL
- 7% società private
- 5% Consip
- 4% Altro
- 9% Istituti culturali e Università

### I FORNITORI

82 → 45%

fornitori iscritti all'albo di cui il

è costituito da **cooperative** che operano in diversi settori

3.762

fornitori movimentati in un anno

An aerial photograph of a city at sunset. A large, multi-arched stone bridge spans a wide river. The sun is low on the horizon, casting a warm orange glow over the scene. The city buildings are silhouetted against the bright sky. In the background, a range of mountains is visible under the twilight sky. A purple geometric shape is overlaid on the left side of the image, containing text.

# Sostenibilità Sociale

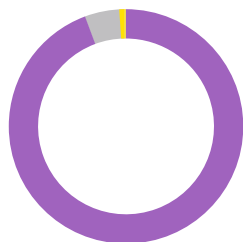
Misura l'impatto sociale in termini  
di capacità di coinvolgimento dei soci  
e delle comunità esterne.

## I SOCI

### I SOCI

1025

Il numero totale dei soci di CoopCulture



- 94% Ordinari
- 5% Speciali
- 1% Soci finanziatori

### LA PARTECIPAZIONE INTERNA

431

Partecipanti  
Assemblee Separate

444

Voti validi

46

Soci Delegati Assemblea





## ESSERESOCIO

Essere Socio, nasce nel 2015 con l'intento di creare uno spazio di crescita e consapevolezza dei soci, di relazione e scambio, di partecipazione a momenti comuni conviviali, di ascolto e di confronto. Si occupa anche del benessere dei soci, proponendo agevolazioni e benefit nazionali e locali per il tempo libero e la famiglia.

**f** un gruppo chiuso Facebook dedicato

15 → 2

newsletter inviate di cui

contenenti le pubblicazioni semestrali #EssereSocio news

570 ore di formazione destinate a migliorare la comunicazione e i processi organizzativi interni alla compagine sociale



3 eventi di formazione e aggiornamento in occasione delle assemblee separate con il Team di **Parole O\_Stili**, un progetto di sensibilizzazione ed educazione contro l'ostilità delle parole sul web (e non solo) per **ridurre, arginare e combattere le pratiche e i linguaggi negativi**

8 eventi conviviali in occasione delle festività di fine anno con la distribuzione di

1014 gift di Natale distribuiti ai soci

1 contest per i soci: HAIKulture, contest in versi per aspiranti poeti: **27 haiku, 25 partecipanti, 1 vincitrice, 3 menzionati, 3 giudici, 2000 calendari Haikulture** regalati a soci ed amici a Dicembre 2018



**HAIKulture**  
CONTEST IN VERSI PER SOCI DALLE BELLE PAROLE

## LA COMUNITÀ ESTERNA

### LA PARTECIPAZIONE ALLA RAPPRESENTANZA COOPERATIVA

2

adesioni alle  
centrali  
cooperative  
Legacoop e  
ConfCooperative

6

soci negli  
organismi  
nazionali,  
territoriali e di  
settore

15

numero  
incontri svolti  
in un anno con  
CulTurMedia e  
Alleanza delle  
Cooperative

### LA PARTECIPAZIONE DELLE COMUNITÀ TERRITORIALI

Come ogni anno, CoopCulture ha accompagnato lo sviluppo e la realizzazione di progetti di inclusione sociale, riabilitazione, accessibilità rivolti a categorie deboli, quali ospiti di centri di accoglienza per migranti - come a Palazzo Merulana a Roma o alla Valle dei Templi ad Agrigento - disabili - come al Museo Ebraico di Venezia - e detenuti - come nel caso del sistema bibliotecario carcerario delle Marche.

Nel 2018, per la prima volta, è stata avviata un'attività strutturata di call to action rivolte alla comunità e finalizzate alla co-progettazione di attività culturali che oggi costituiscono il palinsesto di animazione degli spazi museali, le call hanno riguardato Palazzo Merulana a Roma e il Museo Archeologico Salinas a Palermo.

3 call

a livello nazionale

550

partecipanti

328

progetti  
presentati

## LE COMUNITÀ TERRITORIALI

L'approccio di CoopCulture ai territori si caratterizza per il forte spirito di coinvolgimento delle comunità e di collaborazione con le amministrazioni. **708** sono le pubbliche amministrazioni con cui collabora, ma sempre più frequenti sono le sinergie con tutti gli attori del territorio in una logica di intersettorialità e di co-progettazione.

708

Enti e Istituzioni



● **368**  
Istituzioni ed Enti locali

● **340**  
Istituzioni Culturali





# Sostenibilità Culturale

Misura l'impatto culturale in termini di crescita dell'accessibilità, del dialogo e della partecipazione per i pubblici e le comunità con particolare attenzione ai giovani e alle fasce più deboli.

## IL PUBBLICO

### COOPCULTURE ONLINE

#### IL SITO WEB

**3.093.847** utenti che hanno generato **4.498.723** sessioni e **12.197.127** visualizzazioni

**00:02:39** la durata di sessione media con una frequenza di rimbalzo pari a **51,84%**

Italia, USA e Spagna sono i principali paesi di provenienza

Più del **18,50%** sono visitatori di ritorno che generano oltre il **30%** delle sessioni, hanno una frequenza di rimbalzo più bassa di quasi **5 punti** rispetto alla media e una durata media della sessione più lunga di circa 1 minuto.

#### I SOCIAL MEDIA

**3** canali social corporate, **11** canali social gestiti sulle singole commesse, **739** attività tra campagne e post realizzati che hanno generato nel pubblico una risposta di oltre **285mila** interazioni tra commenti, like, condivisioni.



piace a **25.523** persone e **26.213** la seguono

i fan della pagina sono **73%** donne **27%** uomini

hanno in media **tra i 25 e i 34 anni**



**2.284** follower

+ **di 3500** impressions a settimana



**4.904** tweet

**3.995** follower **3.017** mi piace

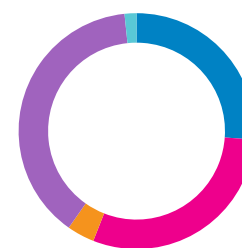
I follower sono **71%** donne **29%** uomini

### COOPCULTURE OFFLINE

391 → 58.462

newsletter inviate

contatti



**26%**  
insegnanti e scuole

**30%**  
consumer e famiglie

**4%**  
associazioni

**39%**  
operatori turistici

**2%**  
enti e istituzioni

### LE CHIAMATE AI CALL CENTER

209.182

Il numero totale di chiamate ricevute dai nostri call center nel 2018

### COOPCULTURE ON SITE

18.390.212

visitatori accolti

+36%

rispetto al 2017

**69%** ha acquistato il solo titolo d'ingresso

**31%** oltre al titolo d'ingresso ha acquistato altri servizi

### I CANALI DI VENDITA



biglietteria onsite

50%



web

20%  
[+112%]



piattaforma b2b

26%  
[+72%]



call center

4%

## LA COMMUNITY CULTURALE

### FRUITORI VISITE / FRUITORI STRUMENTI PER LA VISITA

500.000

utenti di visite e attività didattiche

740.000

utenti di audio/video/radio guide

12

nuovi strumenti di mediazione culturale attivati come audioguide kids, audioguide LIS, audioguide multilingue

16

nuove versioni dei supporti informativi per l'accompagnamento alla visita

### L'AUDIENCE DEVELOPMENT

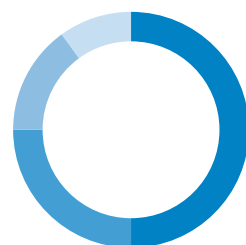
401

iniziative sviluppate a sostegno di nuovi pubblici e ai fini dell'allargamento della partecipazione



41.000

nuovi utenti



- 50% progetti di interculturalità
- 25% progetti di intergenerazionalità
- 15% progetti di transdisciplinarietà
- 10% progetti di inclusività

### L'ENGAGEMENT GRAZIE ALLA GESTIONE CONDIVISA DEGLI SPAZI

700 mq ad accesso libero nei siti gestiti

5



PER UN TOTALE DI

800 mq

donati alla comunità

progetti di rigenerazione urbana e territoriale che hanno contribuito a rivitalizzare il contesto sul quale insiste il sito



## LA LEARNING COMMUNITY

Il catalogo delle proposte CoopCulture offre diverse esperienze di visita, capaci di coniugare il piacere della conoscenza con la crescita formativa e l'acquisizione di una cittadinanza consapevole. La consueta attenzione all'evoluzione dei linguaggi vede, di fianco alle proposte più tradizionali, quelle improntate all'umanesimo digitale, in cui tecnologie dedicate ed appositamente sviluppate sono al servizio di obiettivi educativi.

Ai docenti è stata dedicata la possibilità di testare le proposte in catalogo grazie ad un calendario di Educational che ha coinvolto diverse città e luoghi di cultura. Alle studentesse e agli studenti più grandi è rivolta la possibilità di misurarsi con proposte ad hoc, come ArtPlanner Scuole - il progetto di Alternanza Scuola Lavoro firmato CoopCulture - che contribuiscono a proiettarli nell'affascinante mondo delle professioni digitali legate all'arte e della cultura.

### I CANALI DI RELAZIONE

1 ufficio scuole con

contact center

dedicato

educulture → 15.000

la newsletter mensile per oltre

scuole

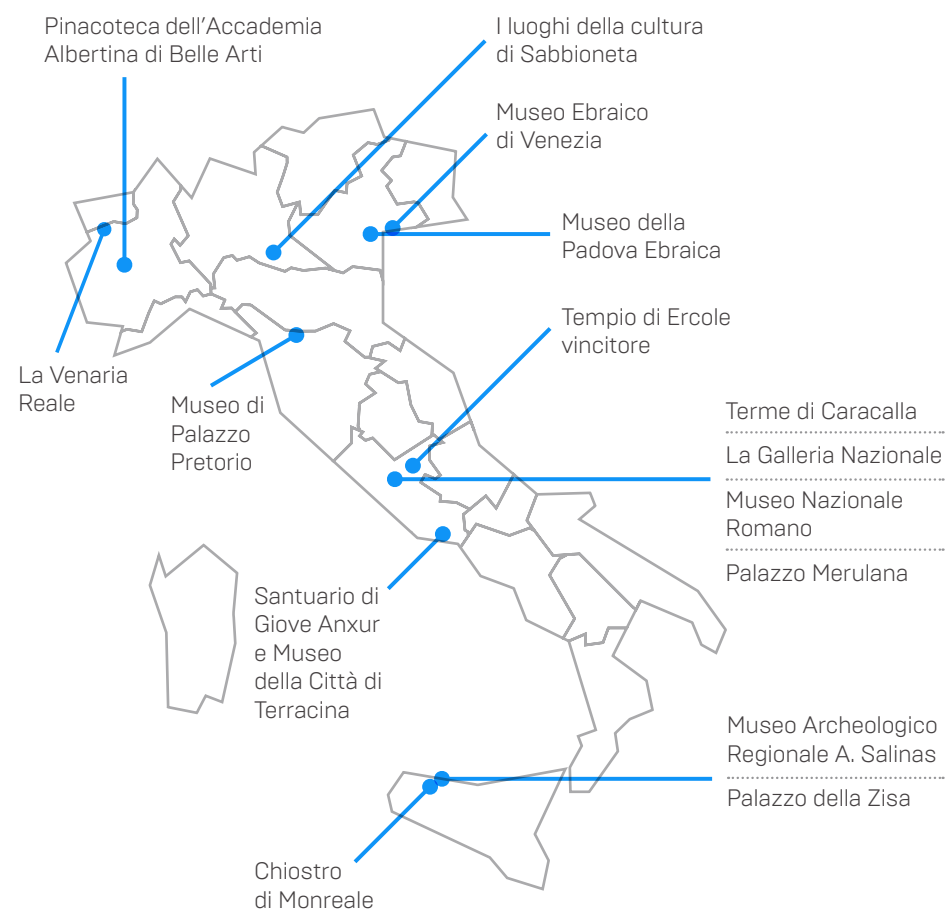
12 cataloghi digitali  
articolati per regione

### IL COINVOLGIMENTO DEGLI INSEGNANTI

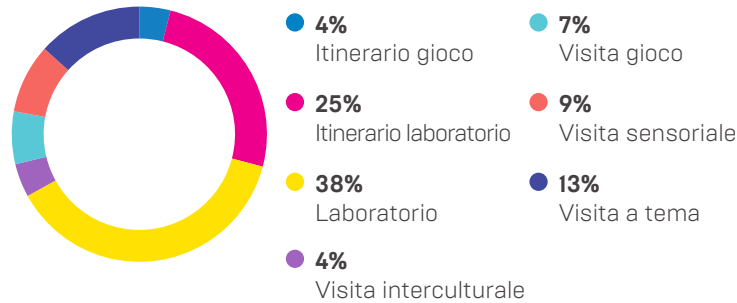
20 → 2.000

Educational  
organizzati

insegnanti di ogni ordine e grado  
che vi hanno partecipato



### I PERCORSI DI FRUIZIONE PER LE SCUOLE



330

proposte didattiche

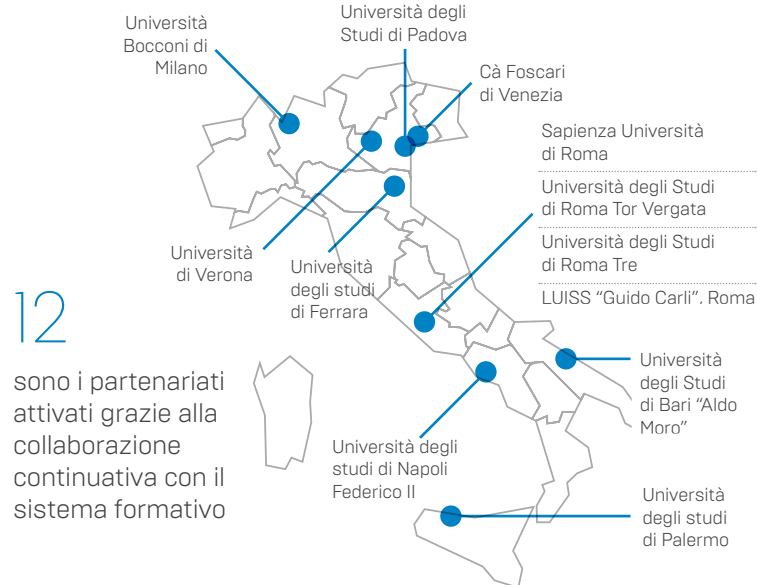
163.000

studenti coinvolti

### I PROGETTI PER L'ENGAGEMENT

17 progetti di alternanza scuola lavoro dall'archeologia all'arte contemporanea, alla street art

### LE COLLABORAZIONI CON LE UNIVERSITÀ



## LA COMMUNITY CULTURALE

### I CIRCUITI DI ATTRAZIONE

9 sono le collaborazioni in atto in diverse regioni con circuiti di itinerari/card che integrano l'offerta di servizi culturali di diversi siti

### LE PARTNERSHIP DI PRODOTTO

154 sono i partner della filiera culturale e creativa (biblioteche, musei, teatri, ma anche artigiani, creativi, artisti...) coinvolti nella progettazione e nella produzione culturale dei siti gestiti

35 sono i partenariati attivi nell'ambito di filiere collaterali - sport, enogastronomia, formazione - attivati in un'ottica di audience development, per la produzione di contenuti culturali innovativi

### LE COLLABORAZIONI CON IL SETTORE CULTURALE E CREATIVO E I CENTRI DI FORMAZIONE

25 collaborazioni attive con artisti, creativi, designers, artigiani per progetti di residenza, co working, coprogettazione di oggetti di design e di merchandising ispirato alle collezioni

73 tra workshop, convegni, seminari in cui è stato raccontato il modello culturale e gestionale di CoopCulture

## LA BUSINESS COMMUNITY

### IL COINVOLGIMENTO DELLA BUSINESS COMMUNITY

232 Contratti complessivi B2B

5 **Eductour** che hanno coinvolto → 250 operatori

3 **fiere** per oltre → 100 incontri B2B

25 **campagne di fidelizzazione** rivolte ai c.d. Grandi Clienti

35 nuovi contratti attivati

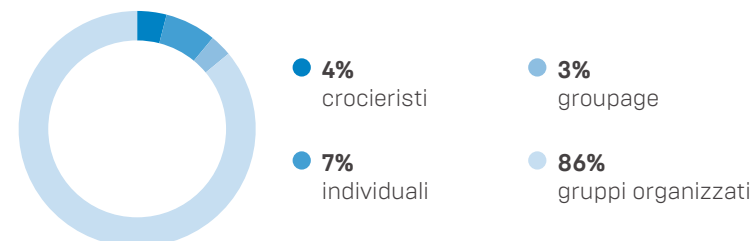
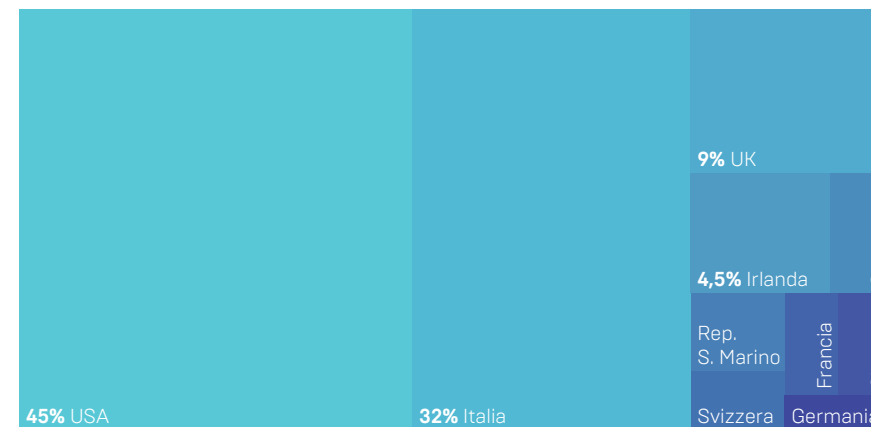
### I RISULTATI RAGGIUNTI GRAZIE ALL'INTERMEDIAZIONE

4.899.363 biglietti venduti tramite piattaforma B2B

11.865 titoli emessi per il turismo associativo

+ 25% rispetto al 2017

## LA PROVENIENZA DEI TOUR OPERATOR





## LE SEDI COOPCULTURE

SEDE LEGALE  
E DIREZIONE  
CENTRO NORD

### VENEZIA

Corso del Popolo, 40  
venezia@coopculture.it

PRESIDENZA  
E DIREZIONE  
CENTRO SUD

### ROMA

Via Sommacampagna, 9  
roma@coopculture.it

## GLI UFFICI TERRITORIALI

### TORINO

Corso Ferrucci, 77  
torino@coopculture.it

### FIRENZE

Via Guelfa, 9  
firenze@coopculture.it

### NAPOLI

Corso Umberto I, 58  
napoli@coopculture.it

### PALERMO

Via A. Borrelli, 3  
sicilia@coopculture.it



Rapporto 2018 a cura di

**Giovanna Barni**  
**Teresa di Bartolomeo**  
**Sara Moscatelli**

in collaborazione con

**Struttura srl - PTSCLAS**  
**ECCOM Idee per la Cultura**

con il contributo di

**Cristiana Del Monaco**  
Vice Presidente

**Letizia Casuccio**  
Direttore Generale Area Centro-Sud

**Adriano Rizzi**  
Direttore Generale Area Centro-Nord

**Ugo D'Antonio**  
Direttore Amministrativo

e con gli uffici:

**Relazioni Esterne, Sviluppo  
e Internazionalizzazione,  
Amministrazione, Gare, Risorse  
Umane, Marketing, Formazione,  
Vendite, Statistiche, Soci**

Un ringraziamento a tutti i soci  
per i risultati raggiunti

progetto grafico

**Pazlab**

Fotografie di

**Joan Porcel, Sara Dabrilli**

CoopCulture ringrazia i proprietari  
delle altre immagini utilizzate.

Redatto nel mese di luglio 2019



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

[coopculture.it](http://coopculture.it)